

## Pagnes et politique

**C**OMME dans beaucoup de pays d'Afrique, le pagne au Togo n'est pas seulement un vêtement : c'est aussi un moyen de communication et un support privilégié pour divers messages : sociaux, politiques, religieux, etc. De plus, le tissu de pagne représente une part importante dans le budget de la femme au sud du Togo. Un tissu à la mode peut coûter jusqu'à quarante mille F CFA (huit cents FF) le prix moyen se situant généralement autour de deux cents à trois cents FF. L'abondance des tissus dans une maison est un signe de prospérité : une enquête n'a-t-elle pas révélé que certaines femmes pouvaient posséder jusqu'à deux cents pagnes ! Il faut se montrer constamment à la mode et prouver son aisance en changeant régulièrement de tenue, ce qui a favorisé la multiplication de tailleurs et de couturières de toutes catégories.

### L'importance des nana du textile

L'importation du tissu imprimé constitue une part non négligeable dans l'économie du pays. En 1966, le chiffre d'affaires de cinquante revendeuses de tissus a été évalué à 3 milliards de F CFA ; en 1979, il devait s'élever à 11 milliards, pour atteindre 12 milliards 650 millions en 1980 — encore que d'importantes transactions échappent au fisc — ; ces chiffres seraient proches des marges bénéficiaires occasionnées pendant les mêmes périodes par le phosphate, principale matière première du Togo.

La capitale, Lomé, avatagée par un réseau de moyens de communication sur la côte, est ainsi devenue l'un des centres de tissus les plus importants en Afrique de l'Ouest. Toute l'Afrique commerçante (Ghana, Burkina Faso, Mali, Niger, Côte-d'Ivoire, Nige-

ria, Zaïre, Gabon, etc.) semble constamment se donner rendez-vous au Grand Marché de Lomé pour acheter le « wax » du Togo, influencé par le goût des femmes togolaises. Les revendeuses de tissu de Lomé, familièrement appelées *nana-benz* (cf. article sur « *Nana* et pêcheurs du port de Lomé ») font partie des personnalités les plus riches du Togo, leur renommée dépassant les frontières du pays. Le monopole des *nana-benz*, qui ne sont qu'une dizaine, s'explique par le fait qu'elles élaborent elles-mêmes dessins et coloris pour les maisons de commerce. Une fois imprimés, ces tissus leur reviennent en intégralité. Sur les trois mille femmes recensées dans ce commerce, ces dix super-grossistes se ravitaillent directement auprès des firmes importatrices où elles jouissent d'une exclusivité sur les deux tiers de la marchandise. Elles reçoivent près de deux cents millions de F CFA (quatre millions de FF) de marchandises par mois et leur domicile est une véritable administration. Âgées d'une soixantaine d'années, six d'entre elles ont commencé leurs activités dans les années 1930. La présence de petites revendeuses formant une population commercialement instable relève de la volonté de l'autorité municipale de donner une chance aux nouvelles venues, immigrées de fraîche date à Lomé.

Mais les *nana-benz*, capitalistes par excellence, ne sont pas que des revendeuses de tissus : elles ont, au fil des ans, diversifié leurs activités, agrandissant leur gamme de produits (toujours importés), gérant restaurants de luxe, boîtes de nuits, pâtisseries, taxis... ; leur assise économique suscite autant de respect que de convoitise, voire de méfiance : leur sens poussé du commerce et leur extraordinaire réussite étant plutôt perçus dans l'imagination populaire comme l'intervention occulte d'une force surnaturelle (1). À en croire observateurs et commentateurs à travers de multiples reportages et articles inspirés par ces revendeuses hors du commun (2), les *nana-benz* formeraient un groupe de pression très puissant.

Si cette vision des choses n'est pas sans fondement, elle relève plus de l'histoire, voire de la légende, que d'une réalité précise. Ces femmes ont toujours bénéficié, il est vrai, d'une franchise commerciale restée inexpliquée, la revente du tissu n'étant soumise à aucune loi. Elles détiennent, en outre, les postes les plus élevés de l'Association professionnelle des revendeuses de tissus (APRT), créée en 1965 et regroupant à peine le tiers de l'ensemble de ce corps de métiers, du fait des conditions d'accès draconiennes. Pourtant, l'APRT — qui dispose exceptionnellement d'une grande autonomie au sein de la Confédération nationale des travailleurs togo-

(1) C. Rivière, « Rumeur de la métamorphose », *Ethno-Psychologie*, tome 33, vol. 1, pp. 55-80.

(2) Les *nana-benz* ont inspiré reportages et films divers, et continuent d'attirer la

presse occidentale et américaine. Voir l'article de L. Bellow, « Je cours plus vite que ma rivale : paroles de pagnes chez les Gen-mina du Sud-Togo », *Cahiers de littérature orale*, n° 19, 1986, pp. 29-67.

lais (CNTT) — n'est active qu'à l'approche et pendant les fêtes anniversaires du régime.

Il est vrai qu'une politique de promotion de la femme a vu le jour avec le régime Eyadéma de 1967 à 1973 : l'achèvement et l'inauguration du Grand Marché rapprochent incontestablement le pouvoir et les femmes, en l'occurrence les *nana-benz*, au nom de qui l'APRT ira souvent témoigner sa reconnaissance au nouveau chef de l'État. À la création en 1969 du parti unique, le RPT (Rassemblement du peuple togolais), sera jointe l'UNFT (Union nationale des femmes togolaises). Malgré la faible adhésion des revendeuses de tissu, les *nana-benz* constituent toutefois une minorité dominante : six sur vingt-six sont à la tête de l'organisation féminine considérée comme un instrument politique de l'APRT.

À partir de 1974, une Commission nationale permanente de la condition féminine a été créée par décret présidentiel et a vu l'entrée pour la première fois, en janvier 1977, d'une femme dans le gouvernement togolais ; d'autres suivront, progressivement. Mais si les *nana-benz* demeurent officiellement les premières bénéficiaires du pouvoir actuel qui, lui aussi, favorise le développement et la généralisation de leurs activités sur l'ensemble du pays, on n'a encore vu aucune d'entre elles accéder à un poste quelconque de responsabilité.

### De la joute vestimentaire au langage imprimé

Proches de leur clientèle, les *nana-benz* jouent un rôle prépondérant dans l'élaboration du nom des pagnes. La vitesse de diffusion de ces noms s'explique par la complexité même des réseaux de distribution commerciale où tout se transmet de bouche à oreille.

Ces noms s'inspirent d'événements historiques, de faits divers importants, de situations sociales déterminées ou même de succès de musiques populaires. C'est le cas de « Angelina », « Ton pied mon pied », « Jalousie », voire d'émissions de télévision : « Dallas », « Champs-Élysées »...

Lorsqu'il n'illustre pas des objets de culte : « Siège ancestral », « Sanctuaire de chasseur », des attributs magiques : « Mâchoires de cochon », « Fiente de pigeon » ou des recettes culinaires : « Poisson à la braise », « Croupion de dinde », le pagne sert de support aux tensions sociales et procure une sorte de catharsis dans les rapports individuels : « Balaie ta cour », rivalités et compétitions entre co-épouses : « Œil de ma rivale », « Je cours plus vite que ma rivale » ou encore « La co-épouse en brûle de jalousie ». Des expressions de fierté (appartenance à une classe de femmes réputées belles, élégantes et dynamiques : « Femmes de Lomé »), d'affection ou de menace à travers les réalités intrinsèques du couple : « Fleur de

mariage », « Mon mari est capable », « Si tu sors, je sors », « Pomme de divorce » ; tandis que des jeunes filles se font entretenir par des ministres, des fonctionnaires et des hommes d'affaires « Grotto » (gros bonnets), la fréquentation des « Genito » (jeunes) est le fait de femmes d'un certain âge, célibataires, veuves ou divorcées (l'allure des *nana-benz* précisément) qui choisissent leurs amants parmi les plus jeunes et les plus dociles.

Quelques rares fois, on peut observer des allusions à des faits politiques : « Clé de Sarakawa », renvoie à l'accident d'avion qui a failli coûter la vie au chef de l'État en 1974. Depuis cet événement, le village où s'est produite la catastrophe est devenu un lieu de pèlerinage. La désignation de ce tissu est la reconnaissance explicite de Sarakawa comme un lieu de salut. Curieusement, et contre toute attente, une autre variante de ce nom vient illustrer les réticences — d'après nos informateurs — d'une partie de la population qui préfère l'appeler « Clé du paradis » ; c'est vraisemblablement un refus de substituer un être humain et un endroit ordinaire aux notions de Dieu et de paradis enseignées par la religion judéo-chrétienne (3). Un autre tissu arrivé sur le marché presque au même moment est appelé : « Petit peigne d'Eyadéma », allusion faite aux cheveux du « Guide bien-aimé » dont tout le monde dit qu'il a les cheveux lisses et ondulés. La tradition veut en effet que l'on accepte d'utiliser le peigne de celui qu'on aime. Pendant la période de soutien qui a suivi l'accident de l'avion présidentiel, il convenait que celui qui aime le premier responsable du pays accepte d'utiliser symboliquement son peigne par tissu interposé, tout comme au Zaïre, on parle de « La ceinture de Mobutu ». En fait d'inspiration politique, parce que (selon la rumeur) trois ministres se seraient battus, un pagne est dénommé « Trois ministres » illustrés par trois feuilles d'arbre inégales. Même la crise économique, durement ressentie à tous les niveaux de la société, trouve son support dans « Conjoncture ».

On n'a cependant jamais eu de noms se rapportant à des réalisations fonctionnelles de l'État togolais, ce qu'illustrent les inquiétudes de ce journaliste de *La Nouvelle Marche* :

*« Depuis l'avènement au pouvoir du général Gnassingbé Eyadéma, beaucoup de succès socio-économiques ont été remportés (...); il reste clair que si quelques-uns de ces pagnes pouvaient porter des noms comme « Révolution verte », « Autosuffisance alimentaire »... en hommage à cette sage politique, ils susciteraient autant*

(3) Pareil glissement est observable entre le religieux et le politique : certains chants religieux chrétiens sont récupérés à des fins de propagande, les appellations de Dieu ou

du Christ étant simplement remplacées par celle du Président togolais. Cf. C.M. Toulabor, *Le Togo sous Eyadéma*, Karthala, Paris, 1986, 332 p.

*d'engouement et de succès auprès des femmes... et des hommes » (4).*

Au vu de cette effervescence autour de l'élément vestimentaire d'inspiration traditionnelle, on comprend que les autorités politiques et religieuses ne se privent point de ce moyen de communication d'autant plus efficace qu'il emprunte les réseaux les plus complexes et les plus populaires de l'imaginaire collectif.

Pour ce qui est des fêtes religieuses, très tôt le pagne a servi pour célébrer les grands moments de l'église catholique et plus tard de la communauté protestante : le sacre de l'archevêque de Lomé, les fêtes de l'Ascension sont l'occasion d'arborer des pagnes parsemés, selon les circonstances, d'effigies du clergé, de Saints, ou de la Vierge Marie. Le port de ces vêtements devient alors un acte religieux et les fidèles se font un devoir de le perpétuer.

Acte religieux, mais aussi acte politique selon le décor : ne raconte-t-on pas que dans les luttes pour l'indépendance, grâce au pagne ceint autour des hanches pour les femmes et porté à l'épaule pour les hommes (5), on a pu forcer la main aux anciens maîtres et accéder à l'autonomie, puis à l'indépendance. En témoigne la chanson :

*« Iyee, nous portons nos pagnes à l'épaule  
Ici, nous sommes chez nous  
Et nous portons nos pagnes à l'épaule  
Si le cœur nous en dit  
Eh bien, faites comme nous  
Et portez vos pagnes à l'épaule. »*

De la même façon, des guerres intestines entre membres de partis politiques divergents sont illustrés dans des noms de pagnes disparus depuis la mise en sourdine de ces mouvements.

Progressivement, le pagne servira d'uniforme à tous les corps de métiers répartis en associations professionnelles que l'on distingue par des motifs et coloris de leur choix. Des groupes ou cellules du parti ont une multitude de tenues et costumes modernes et traditionnels, représentés par des noms de code correspondant aux diverses occasions. Les militants — désignés sous la terminologie politique d'animateurs — sont entraînés pour faire des mouvements d'ensemble destinés à chanter et à danser principalement les louanges du Président-fondateur du parti, mais aussi celles d'éminentes personnalités en visite officielle dans le pays. En matière d'hospita-

(4) B. Assih, « Ce que disent les pagnes », *La Nouvelle Marche*, 6 mars 1986, p. 3.

(5) Une manière masculine et noble de porter le pagne.

lité, le pagne fait office de pancarte pour accueillir les hôtes de marque dont l'effigie est imprimée sur la pièce de tissu. Tous les Présidents français et africains qui ont foulé le sol togolais ont eu droit à leur pagne : par exemple le Pape Jean-Paul II en visite au Togo en juillet 1985.

Support de propagande politique, le pagne est enfin utilisé pour faire passer devises et programmes de développement. Tout comme ces prédécesseurs, Sylvanus Olympio et Nicolas Grunitsky qui, eux, ont utilisé ce moyen à des fins partisans, le régime du général Eyadéma s'y investit d'une manière systématique. Non seulement les militants du parti, mais aussi les fonctionnaires, élèves de lycées et collègues, corps de métiers reçoivent gratuitement, qui des tissus de pagnes, qui des tee-shirts, tous frappés à l'effigie du Président ou à celle de sa mère, Maman Ndanida, aujourd'hui défunte. Les seules festivités du treizième anniversaire du régime auraient occasionné une dépense globale de cinq milliards de F CFA.

### Lecture de pagnes et programmes politiques

Dans l'exploitation de ce phénomène social, il est fait une observation stricte des exigences techniques et esthétiques du milieu, tant au point de vue des mensurations spécifiques et des motifs que des couleurs. Les pagnes ayant marqué la naissance du parti unique et le vingtième anniversaire sont significatifs à cet égard.

Le premier, un véritable « plan quinquennal », expose sur les bandes extrêmes du tissu « ce que veut le RPT ». Dans un cercle, en guise d'auréole plusieurs fois reprise le long du pagne sur trois lignes médianes, la photo du Président est accompagnée chaque fois d'une même légende « général Gnassingbé Eyadéma ». Sur toute l'étendue du tissu, de petits rectangles en forme de timbre-poste reprennent le sigle RPT sur fond vert (la couleur de l'espérance ?). C'est dans cet environnement que se dessinent de part et d'autre des images centrales et, sur des parchemins déroulés, les objectifs du parti défilent comme un générique du film : « Une restructuration fondamentale de l'économie, des finances et de l'administration », « Une reconversion totale des mentalités en matière politique », « Une orientation réaliste de la politique internationale » et « Une conception nouvelle de la politique sociale, sanitaire et culturelle ».

Comme pour rendre compte du programme exposé une dizaine d'années plus tôt, le pagne du vingtième anniversaire présente un bilan des réalisations effectuées : il s'en dégage un titre : « 20 ans de paix — 1967-1987 » et l'exposé en images de toute la politique

des grands travaux, en particulier les hôtels : Tropicana, Sarakawa, Kara, Hôtel de la paix, Hôtel du 2 février ; et une présentation de la célèbre réserve de la Kéran Naboulgou au nord du pays. En somme, toute l'infrastructure touristique en un clin d'œil ! En bonne place, au centre du pagné, la photo du Président est entourée de flambeaux et encadrée par deux colombes tenant en leur bec un rameau.

Si ces tissus font souvent l'objet d'usage unique, il en est qui sont soigneusement gardés pour être portés lors des mêmes anniversaires ou fêtes similaires. La plupart du temps, ils sont simplement détournés de leurs fonctions et servent à la décoration des intérieurs de maisons, à la confection de doubles rideaux, de coussins, quand ils ne sont pas portés comme vêtement d'intérieur. Faut-il y voir une forme de résistance politique ? En tout cas, dans les années 1970, on pouvait entendre des rumeurs sur les arrestations et punitions corporelles infligées à ceux qui osaient montrer une réticence quelconque à arborer ces pagnes. Ces comportements s'expliquent par le fait que les tissus imprimés localement en vue de manifestations politiques, sont jugés de qualité médiocre. Une autre raison est la non-adhésion systématique de la population théoriquement considérée comme membre d'office du parti.

### **Un marché à conquérir ?**

Pour certains, la distribution gratuite de vêtements fabriqués localement a entraîné la faillite de l'Industrie textile du Togo (ITT) dont les fonds ont dû être liquidés (6). Des raisons d'ordre sociologique et historique doivent être aussi citées, et notamment la préférence des femmes pour le wax hollandais très coûteux qui a su s'imposer en Afrique dès 1890. Or les fabrications locales, les *fancies*, quoiqu'elles reproduisent les motifs et teintes du wax, sont peu appréciées.

L'État togolais ne désespère pas pour autant : le succès des tissus importés, l'affluence de la clientèle africaine qu'ils attirent, sont autant de manque à gagner. Aussi les deux complexes textiles du pays font-ils partie de la vague de privatisation entreprise depuis fin 1985 (7). La réhabilitation de l'ITT à Dadja et de la Togotex (Société togolaise de textile) à Kara est confiée à un groupe

(6) « Privatisation à la carte », *Jeune Afrique Économie*, n° 98, juin 1987, pp. 36-37. À propos des conclusions du sixième Conseil du RPT, « Ce fut pour le président Eyadéma l'occasion de faire un sévère constat d'échec de la gestion de certaines entreprises

publiques ; manque de sérieux dans les études de projets, mauvaise gestion et corruption ».

(7) (Anonyme), « Textiles togolais aux États-Unis », *Jeune Afrique Économie*, n° 97, p. 50.

américano-coréen, *The Pen Africa Textil Corporation*, depuis le 20 février 1987. La nouvelle société PAC TOGO SA se propose de produire, à partir des usines de Dadja et de Kara, 30 % de tissus imprimés et 70 % de vêtements devant être destinés à l'exportation hors du continent, tandis que les trois quarts de la production globale (20 millions de pièces d'ici à trois ans) sont orientés vers le marché nord-américain. La société qui dispose d'un capital de trois milliards de F CFA pour un investissement total de 10 milliards devra fournir environ cinq mille emplois dès la fin 1989.

Cette politique de fabrication locale de tissus imprimés n'est pas propre au Togo. La Côte-d'Ivoire, en la matière, rivalise de qualité depuis quelques années avec les usines occidentales et exporte en moyenne 20 % de ses « Gonfreville » vers les pays voisins. Il n'empêche que les Ivoiriennes préfèrent toujours aller chercher leurs tenues d'apparat au Togo, tout comme les Nigériennes, Burkinabé, etc., qui, chaque fois que l'occasion se présente, font fi des productions de leurs usines nationales respectives : Sonitextil au Niger, Faso Fani au Burkina. Partout, des efforts de présentation, des défilés de mode et des expositions sont faits pour inciter les populations à la consommation de produits locaux. Avec moins de tact, le président Mobutu a simplement mis le holà à l'importation du wax sur le sol zaïrois, en vue de protéger les productions de ses nombreuses usines textiles. Cette interdiction, qui devait prendre effet à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1987, a provoqué un tollé chez les puissantes commerçantes du pays et une véritable descente dans les rues de Kinshasa. Si la mesure a été finalement ajournée jusqu'à fin juillet pour permettre aux revendeuses de tissus d'écouler leurs stocks, il n'est pas certain que ce décret passe aussi facilement que le port de l'*abacost* (8). Déjà, des marchés noirs du wax étranger s'installent et se développent à grande vitesse, « puisqu'il n'est pas interdit de porter le wax étranger, mais seulement de l'importer ».

Les *nana-benz*, en bonnes militantes, réussiront-elles à imposer les pagnes fabriqués au Togo ? La réussite de la privatisation de l'industrie textile dépend en partie d'elles...

**Egbomi Ayina**

(8) *Abacost* : tenue officielle se rapportant au slogan zaïrois employé lors des campagnes

de sensibilisation pour l'authenticité : « À bas le costume ».