

MODE



GOETHE
INSTITUT

MAGAZINE

SENEGAL

Content

5
Editorial
Goethe-Institut
Senegal

8
Editorial
OE Magazine

16
BAOBAB
FOREST



10
The art of
dressing in
contemporary
Senegalese
culture



50
TAARU
SUUF



44
So many stories
to tell – Fashion
Designer Milcos
Badji about his
label Nio Far



68
STREET'S
OF DAKAR



64
Intricate Patterns – Traditional
west-african weaving



84
AF-Shal – A Young
Fashion Designer in
the Making



90
LAC
ROSE



104
Fara Baye Art – “The
starting point is my
love of leather”



110
YARAKH



126
Duty-bound to legacy –
Textile Designer Amadou
Lamine Mbodj

132
PLAGE
OUAKAM



148
Imprint
150
Designer
Contacts

Editorial

Goethe-Institut Senegal

Senegal's fashion is impressive, colourful and diverse. However only few designers are internationally known so far. The starting point for this fashion magazine was therefore the question of how the Goethe-Institut Senegal can make Senegalese fashion visible across borders in close cooperation with cultural and creative professionals.

You are holding the result in your hands. The magazine is intended as an open invitation for you to get to know the presented creations and their designers. We will be happy to establish contact if you are interested in a creation or a particular style. The list of designers and the online link to shops in Dakar on pages 150–151 make it easier for you to contact them.

We look forward to building bridges and to inspire artistic collaborations with this initiative.

Our sincere appreciation is owed to the fashion designers for their trust in us and their readiness to have their works photographed. We would like to thank the models, photographers, tailors and all others who have contributed to the production of this magazine and wish you much pleasure in discovering unique creations!

Goethe-Institut Senegal
Creative Industries Project

Editorial

Goethe-Institut Senegal

La mode sénégalaise est colorée, variée et impressionnante. Néanmoins, seuls quelques designers sont connus au niveau international. Ce constat a donc généré une interrogation. Comment le Goethe-Institut Sénégal peut rendre la mode sénégalaise visible au-delà des frontières en étant en étroite collaboration avec les professionnels de la culture et de la création. Cette question est à l'origine de la conception de ce magazine de mode.

Vous tenez entre vos mains le résultat. Le magazine vous invite à faire connaissance avec les créations présentées ici et leurs créateurs.trices. Nous serions heureux d'établir un contact avec les designers dans le cas où vous seriez intéressé par une création ou un style particulier. Le lien en ligne vers les créateurs.trices sur les pages 150–151 vous permettra de les contacter plus facilement.

Nous sommes impatients de voir des liens se tisser et d'inspirer des collaborations artistiques avec cette initiative.

Nous remercions sincèrement les designers pour la confiance qu'ils nous ont accordée et leur volonté de faire photographier leur travail. Nous tenons à remercier les mannequins, les photographes, les tailleurs et tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce magazine, et espérons que vous prendrez plaisir à découvrir des créations uniques!

*Goethe-Institut Sénégal
Projet Industries créatives*

Senegals Mode ist beeindruckend, bunt und vielfältig. Dennoch sind nur wenige DesignerInnen bisher international bekannt. Ausgangspunkt dieses Modemagazins war daher die Frage, wie das Goethe-Institut Senegal in enger Zusammenarbeit mit Kultur- und Kreativschaffenden die senegalesische Mode über Grenzen hinweg sichtbar machen kann.

Das Ergebnis halten Sie in den Händen. Das Magazin soll eine Einladung an Sie sein, die hier vorgestellten Kreationen und ihre DesignerInnen kennenzulernen. Gerne stellen wir den Kontakt her, wenn Sie sich für eine Schöpfung oder einen bestimmten Stil interessieren. Vereinfacht wird Ihnen diese Kontaktaufnahme durch die Designerliste und den Online-Link zu Shops in Dakar auf den Seiten 150–151.

Wir freuen uns darauf, mit dieser Initiative Brücken zu bauen und künstlerische Kooperationen zu inspirieren.

Unser großer Dank gilt den ModeschöpferInnen für ihr Vertrauen in uns und ihre Bereitschaft, ihre Werke ablichten zu lassen. Wir danken den Models, FotografInnen, SchneiderInnen und allen anderen, die an der Produktion dieses Magazins mitgewirkt haben, und wünschen viel Freude beim Entdecken einmaliger Kreationen!

*Goethe-Institut Senegal
Projekt Kultur und Kreativwirtschaft*

Editorial

Œ Magazine



Foto Heike Selmer

What an idea: creating a magazine to showcase the current state of fashion of a whole country. To us, a very foreign and exotic country, too: Senegal. So when Goethe-Institut Senegal approached us with said idea the question wasn't whether to do it or not. It was simply a matter of when and how. Thanks to a tremendous amount of prep work of dear Heike Selmer (Thank You for making this happen) we went on to what was to become one of our most amazing work trips to date.

Long walks and long talks, a constant stream of inspiration, ideas, encounters, discoveries and a lot of actual fun set the tone for those four weeks towards the end of 2019. Senegal and its incredibly diverse heritage, countless modern influences, local traditions and the power of a whole continent are the starting point for a fashion scene that in huge parts has been flying under the radar for years but is constantly gaining momentum.

Combined with an omnipresent inventiveness to work with sometimes limited resources, the

dedication to run a proper fashion label next to a full-time job and the appreciation of locally produced traditional fabrics and an overall local production create a sort of raw energy that is hardly to be found anywhere else, but right here in Dakar, Senegal's rough, dusty, noisy and overwhelmingly warm-hearted capital.

The people we met, shops and studios we visited, the homes we were invited to, the food we ate, the stories we were told - all of that left us speechless in times and touched us deeply from the very first day. We could have filled a thousand pages and shoot numerous editorials – those six shoots, interviews and articles on the following pages are a mere glimpse of a universe that we were lucky enough to explore for a couple of days. To everyone involved: we tip our hats and say Thank You & see you soon.

This is the beginning of a beautiful ride.
Hoping you will enjoy it!

Arne & Rainer, Œ Magazine

The art of dressing is integral to contemporary Senegalese identity

Text Ricci Shryock
Photos Aldi Diasse

I am standing in line at the supermarket, waiting to check out with some regular items for the evening’s dinner – as common a chore as they come. The store is a Dakar branch of a French chain, but with its white walls, tidied shelves and regular pulse of synthetic beeps, it could be almost anywhere.

As I look up, however, something bright catches my eye. The woman in line ahead of me is wearing a loose black gown, and a sheer shawl scattered with golden beads, which refract the evening light as it filters through the window above; she stands steadily on a pair of heels, and her hair is pinned up in a perfectly coiffed bun. If the items placed on the conveyor belt are anything to go by, her evening plans are similar to mine – a quiet family dinner after a long day’s work. Her elegant outfit hints at more exciting weeknight plans. But, here in Dakar, my choice of a tank top and a pair of slacks are more conspicuous, out of line with the city’s de facto dress code, a sophisticated marriage of tradition, modernity, colour and fun.

The fashion seems at times a honed response to Dakar’s unique rhythms and surroundings. The sun beats down on the Senegalese capital for around 3000 hours each year, and residents have seemingly accessorised those rays. Gold sequins glint at the floor-sweeping hem of a dress as its wearer weaves a path through the city’s choked streets amid battered taxis that whizz by sputtering out heady diesel fumes. Every now and then, the odd sheep will lazily saunter across the scene. Close by there’s a man in a sky blue boubou – a traditional men’s gown often cut from a slick, polished cotton known as bazin. He’s hurrying to meet the call to prayer, shimmering as he strides. Across the street, a young man in an oversized t-shirt and carefully cut jeans wears a cap with mirror-finish lettering that catches the light of the sun.

“Here in Dakar, our style is an adaptation and expression of everything that shines into the environment,” says Papa Demba Diop, better known as Baye Fara. A well-known shoemaker, his store-turned-workshop sits in Dakar’s Gueule Tapée, a neighbourhood that borders one of Dakar’s oldest neighbourhoods, Medina. It’s one of the city’s oldest districts, where leather shops mingle with roadside stalls selling grilled meats, and circles of men huddle at street corners sipping tea. The source of the ‘shining’ to which Fara refers is not, the sun, however, but rather the diverse strands of influences, from Islam to hip hop, that weave the tapestry of day-to-day Dakar life. The secret to the city’s inimitable flair for dressing, he says, is this knack for adaptation, for combining the most seemingly disparate influences from near and far to create something entirely original.

Whether it’s the way Dakar designer Selly Raby Kane applies the traditional patchwork techniques of a local Muslim community into a chic knee-length dress, or how a businessman throws on a pair of Ray-Bans to add a contemporary accent to his floor-length boubou, no style is the same once it crosses Senegal’s borders. This alchemistic skill is inherent in Fara’s practice, as seen in his translation of traditional Senegalese soulit weaving to chic high heels.



MODE SENEGAL



The fact the art of dressing is integral to contemporary Senegalese identity is evident; when GQ magazine asked whether Dakar was “the fliest city on the planet” back in 2018, the question was rhetorical to anyone who’d ever spent time in the peninsular capital. Ask why, however, and you’ll receive as many different answers as the number of people you put the question to. For Fara, fashion is comparable to a near-religious commitment. “Clothing is a second skin,” he says. “It’s the skin that man shows to the world. And since man is God’s best creation, that makes fashion extremely important.”

The cultural tenet of *teranga* might also be applied. Often translated from Wolof as ‘hospitality,’ I once heard it deftly summarised by a Senegalese surfer as “the art of receiving,” and receiving depends on what you’re given. Perhaps it’s this art that fuels the adept transformations that define the country’s style, with incoming trends warmly welcomed and cleverly transformed to become Senegal’s own.

While religion and culture certainly leave their mark, myriad historical influences also come into play. One instance is the history of the signares, the high-ranking businesswomen that populated Goree Island and the city of Saint Louis in the 18th and 19th centuries. In their lavishly embroidered textiles and intricate jewellery crafted from fine gold wires, these women of European-African heritage oversaw extensive business networks, maintained close relationships with European slave traders and owners, and often owned slaves themselves. Their legacy is controversial, given their business ties to slave traders, but Oumy Sy, a designer dubbed “Senegal’s queen of couture,” told National Public Radio that, even today, the influence of the signares is crucial to understanding how contemporary Senegalese women use fashion to protect their dignity.

The custom of projecting the best version of oneself – and garnering respect in doing so – is aptly described by the single word *sansé*. In “Bazin Riche in Dakar, Senegal: Altered inception, Use and Wear”, Kelly Kirby describes the Wolof-French creole term as ‘a total outfit of dress, hair, makeup and jewellery... linked to notions of honour, discretion and service. For example, reputation is not only based on what people have, but more so on what they have to give others.’ It’s at momentous social occasions – baptisms, marriages and religious ceremonies – that *sansé* is witnessed in full bloom.

When combined, *sansé* and *teranga* create a symbiotic relationship that offers some insight into what could drive Dakar’s dynamic fashion sense. While the former’s concerned with the idea that presenting one’s best self is an act of giving, the latter’s focus on the ‘art of receiving’ creates a flow in which dressing becomes more than a simple aesthetic indulgence. Whether from tradition or today, from home or from abroad, the wealth of the influences that Dakar’s dressers imbibe is lovingly returned in how they bring them together and present them to the world. ▀



L'habit fait partie intégrante de l'identité sénégalaise contemporaine

Texte Ricci Shryock

Photos Dan Beleiu, Aldi Diasse

Je fais la queue au supermarché, le temps qu'on encaisse les courses que j'ai faites pour le dîner — une corvée quotidienne à laquelle personne n'échappe. Je suis dans la filiale dakaroise d'une chaîne française, et pourtant, si l'on ne se fie qu'à ces murs blancs, ces étagères bien rangées et les bips réguliers des comptoirs-caisse, je pourrais tout aussi bien être n'importe où sur la surface du globe.

En levant le regard pourtant, j'aperçois quelque chose qui m'ancre soudainement dans le sol sénégalais. La dame devant moi porte une robe noire ample, avec un châle transparent incrusté de perles dorées et qui réfracte la lumière du soir, filtrée par la fenêtre du toit. Elle attend son tour dans une paire de talons hauts, et pas un cheveu ne dépasse de son chignon parfaitement épinglé. À en juger par les courses placées sur le tapis roulant, ses projets de soirée sont similaires aux miens : un simple dîner en famille après une longue journée de travail. Pourquoi donc porter une telle tenue un soir de semaine pour faire les courses? À vrai dire, ici c'est moi qui fais tâche, avec mon débardeur et mon pantalon. Je suis en complète rupture avec le code vestimentaire de la ville: un mélange de tradition et de modernité, de couleurs vives et de fantaisie.

Un code qui reflète d'ailleurs parfaitement le rythme et l'environnement uniques de Dakar. Quand on a plus de 3 000 heures de beau temps par an, on finit par utiliser le soleil à son avantage, comme un accessoire. Dakar, c'est du sequin scintillant au pied d'une robe qui balaie le sol, portée avec grâce par une femme qui se fraie un chemin dans les rues encombrées du centre-ville. C'est le bruit incessant des taxis pressés qui se mêlent à l'odeur enivrante des vapeurs de diesel. Et puis de temps à autre, des moutons qui flânent çà et là, comme pour apporter un côté saugrenu à cette scène quotidienne. C'est également cet homme qui se dépêche de rejoindre la voix qui l'appelle à la prière, et que l'on peut suivre s'éloigner, étincelant dans son boubou bleu ciel —une robe traditionnelle portée par les hommes, souvent taillée dans un coton lisse et poli qu'on appelle le bazine. Ou bien encore ce jeune homme, de l'autre côté de la rue, qui porte un t-shirt oversized sur un jean ample, et une casquette qui réfléchit la lumière du soleil avec ses lettres miroir.

« Ici à Dakar, notre style s'adapte et réfléchit tout ce qui brille autour de nous », explique Papa Demba Diop, plus connu sous le nom de Baye Fara. Cordonnier réputé, son magasin-atelier se trouve à la Gueule Tapée de Dakar, à deux pas de la Médina. C'est l'un des plus anciens quartiers de la ville, une sorte de carrefour où les boutiques de cuir se mêlent aux étals de grillades placées en bord de route, tandis que des hommes se réunissent à chaque coin de rue pour boire du thé. Au fond, ce n'est pas vraiment dans le ciel qu'il faut chercher la source de ce « rayonnement » dont nous parle Fara, mais bien dans la diversité des influences, qui va de l'Islam au hip-hop, et qui tissent la trame du quotidien dakarois. Pour lui, le secret du style inimitable de la ville, c'est cette capacité à adapter et combiner les influences les plus improbables, pour créer quelque chose d'unique.

Qu'il s'agisse du designer local Selly Raby Kane, qui applique les techniques traditionnelles de patchwork enseignées par une confrérie musulmane sur des robes courtes et chic, ou de cet homme d'affaires qui porte des Ray-Ban pour moderniser son boubou, aucune pièce n'est la même une fois qu'elle a franchi les frontières du Sénégal. Ce talent d'alchimiste est aussi inhérent à la pratique de Fara ; en témoigne son emploi du tissage traditionnel sénégalais pour la création de ses talons hauts.

Le fait que l'habit fasse partie intégrante de l'identité sénégalaise contemporaine est évident. Aussi, quand le magazine GQ se demandait en 2018 si Dakar était bien « la ville la plus fashion du monde », la question était évidemment rhétorique, en tous cas pour tous ceux qui y avaient déjà mis les pieds. Pourtant, quand on s'interroge sur les raisons de ce phénomène, chacun a une explication différente. Pour Fara, la mode est comparable à un engagement quasi-religieux. « Les vêtements sont comme une seconde peau », dit-il. « C'est la peau que l'homme montre au monde. Et comme l'homme est la meilleure création divine, ça rend la mode extrêmement importante. »

D'autres invoquent la notion culturelle de la téranga. Souvent traduit du wolof par « hospitalité » en français, j'ai entendu un jour un surfeur sénégalais parler plutôt d'« art de recevoir » ; une traduction plus habile en ce qu'elle implique le fait que pour recevoir, il faut d'abord qu'on vous ait donné quelque chose. Et c'est peut-être ça au fond qui définit le style sénégalais, cet art de recevoir les différentes tendances et de les transformer, pour les faire siennes.

Si la religion et la culture laissent certainement des traces, il ne faut pas négliger les innombrables influences historiques. Prenez par exemple l'histoire des signares, ces femmes d'affaires de haut rang qui ont peuplé l'île de Gorée et la ville de Saint-Louis aux XVIIIe et XIXe siècles. En plus de créer des textiles somptueusement brodés et des bijoux complexes fabriqués à partir de fils d'or fin, ces femmes d'héritage mixte euro-africain géraient de vastes réseaux d'affaires, entretenant des relations étroites avec les marchands et les propriétaires d'esclaves européens, et possédaient parfois leurs propres esclaves. Bien qu'elles soient condamnées aujourd'hui, on ne peut pas nier l'influence que ces femmes ont pu avoir sur la mode sénégalaise. Pour la styliste Oumy Sy même, surnommée « la reine de la couture au Sénégal », l'influence des signares est même cruciale pour comprendre comment les femmes sénégalaises utilisent aujourd'hui la mode afin de préserver leur dignité ; un propos qu'elle tiendra lors d'une interview à la radio publique nationale.

Le mot « *sansé* » décrit déjà cette coutume sénégalaise de vouloir projeter la meilleure version de soi-même — et obtenir ainsi le respect. Dans « Bazin Riche in Dakar, Sénégal : Altered inception, Use and Wear », Kelly Kirby définit ce terme créole wolof-français comme « une tenue complète, qui va de la robe aux cheveux en passant par le maquillage et les bijoux etc. et qui est liée aux notions d'honneur, de discrétion et de service ». Autrement dit, la réputation n'est pas seulement fondée sur ce qu'on possède, mais peut-être encore plus sur ce qu'on a à donner aux autres ». C'est au cours des occasions sociales les plus importantes — baptêmes, mariages et cérémonies religieuses — que l'on assiste aux plus grandes manifestations de « *sansé* ».

Finalement, c'est peut-être en plaçant les deux termes l'un à côté de l'autre (« *sansé* » et « *téranga* ») que l'on comprend le mieux le dynamisme de la mode à Dakar. Quand le premier fait le lien entre présentation de soi et acte de don, le second, lui, renvoie à « l'art de recevoir », créant un cercle vertueux dans lequel l'habit est résolument plus qu'une simple indulgence esthétique. Qu'elles soient d'hier ou d'aujourd'hui, d'ici ou d'ailleurs, la richesse des influences que Dakar reçoit avec amour est donc toujours rendue au monde avec le même amour. ►

Mode ist fester Bestandteil der gegenwärtigen senegalesischen Identität

Text Ricci Shryock
Fotos Aldi Diasse

Mit ein paar ganz normalen Einkäufen stehe ich im Supermarkt an der Kasse – eine alltägliche Situation. Ich befinde mich in einer Filiale einer französischen Kette in Dakar, aber mit ihren weißen Wänden, ordentlich eingeräumten Regalen und dem monotonen Piepen der Scanner an den Kassen könnte sie sich wirklich überall auf der Welt befinden.

Als ich jedoch hochsehe und die Frau vor mir erblicke, weiß ich sofort wieder, wo ich bin. Sie trägt ein weites, schwarzes Kleid, und in den goldenen Perlen, mit denen ihr hauchdünner Schal besetzt ist, bricht sich die Abendsonne, die durch das Deckenfenster hereinfällt. Ihre Absätze sind Schwindel erregend hoch, und ihr kunstvoll hochgestecktes Haar sitzt auch zu dieser abendlichen Stunde noch absolut perfekt, nicht eine Strähne tanzt aus der Reihe. Wenn die Waren, die sie auf das Band legt, irgendeine Deutung zulassen, sind ihre Pläne für den Abend den meinen ganz ähnlich – ein entspanntes Essen im Kreise der Familie nach einem langen Arbeitstag. Für Außenstehende ist es vielleicht schwer zu glauben, dass sie für ein derart banales Vorhaben mitten in der Woche so wahnsinnig elegant gekleidet ist. Doch hier in Dakar fällt eher mein Outfit aus dem Rahmen, das aus einem Trägertop und einer einfachen Hose besteht. Für die anspruchsvolle Mischung aus Tradition, Moderne, Farbe und Vergnügen, die den Modestil dieser Stadt bestimmt, bin ich völlig underdressed.

Tonangebend ist bei diesem Stil auch ein Einfallsreichtum, der gekonnt auf den einzigartigen Rhythmus der Stadt reagiert und die geografischen Eigenheiten von Dakar ganz selbstverständlich in die Mode einfließen lässt. So brennt zum Beispiel etwa 3.000 Stunden im Jahr die Sonne auf die senegalesische Hauptstadt hernieder, was ihre Bewohner dazu angeregt hat, sich Möglichkeiten auszudenken, die Sonnenstrahlen kurzerhand einzufangen und in Accessoires zu verwandeln. Am Bodensaum eines Kleides blitzen goldene Pailletten auf, während sich seine Trägerin behände einen Weg durch die verstopften Straßen der Stadt bahnt. Taxis, die schon bessere Zeiten gesehen haben und fast schon berauschende Dieseldämpfe absondern, donnern vorbei. Hin und wieder schlendert behäbig ein Schaf durch die Szenerie. Ganz in der Nähe eilt ein Mann mit einem hellblauen Boubou vorbei – einem traditionellen Männergewand, das oft aus einem glatten Stoff aus polierter Baumwolle geschneidert wird, der als Bazin bekannt ist. Der Mann folgt dem Ruf zum Gebet, während bei jedem seiner Schritte sein langes Gewand in der Sonne schimmert. Auf der anderen Straßenseite steht ein junger Mann mit oversized Shirt, baggy Jeans und einer Kappe, in deren spiegelnder Aufschrift sich das Sonnenlicht reflektiert.

„Unser Stil hier in Dakar nimmt alles Leuchten der Umgebung auf und lässt es auf verschiedenste Weise neu erstrahlen“, sagt Papa Demba Diop, besser bekannt als Baye Fara. Er ist ein bekannter Hersteller von Schuhen und Lederaccessoires, dessen Ladengeschäft mit angeschlossener Werkstatt in Gueule Tapée liegt, einem Stadtteil Dakars, der nur einen Steinwurf von der Medina, der Altstadt, entfernt liegt. Es ist einer der ältesten Bezirke der Stadt, wo sich Ledergeschäfte an Stände reihen, an denen man gegrilltes Fleisch kaufen kann, und sich an den Straßenecken Männer zusammenrotten, um Tee zu schlürfen. Die Quelle für das „Leuchten“, von dem Fara spricht, findet sich jedoch nicht etwa oben am Himmel, sondern in den unterschiedlichsten Einflüssen, vom Islam bis zum Hip Hop, aus dem sich der bunte Teppich des Alltagslebens von Dakar webt. Das Geheimnis des unnachahmlichen Spürsinns der Stadt für Kleidung, sagt er, sei ihr Geschick für die Adaption, das Kombinieren scheinbar unvereinbarer Einflüsse aus nah und fern, um etwas völlig Neues entstehen zu lassen.

So lässt die lokale Designerin Selly Raby Kane die traditionellen Patchwork-Techniken der Baye Fall, einer muslimischen Gemeinschaft des Senegals, die sich durch ihre auffällige Kleidung und typischen Dreadlocks auszeichnen, in ein schickes, knielanges Kleid fließen.



Photos © Aldi Diasse for Sarakule

Und ein Geschäftsmann setzt sich eine Ray-Ban auf, um seinem bodenlangen Boubou einen zeitgemäßen Akzent zu verleihen. Kein Stil bleibt, was er einmal war, nachdem er die Grenzen zum Senegal überschritten hat. Dieses alchimistische Talent wohnt auch Faras Modeschöpfungen inne, wie man etwa an seiner Übertragung der traditionellen, senegalesischen Webkunst Soulit auf eleganten High-Heels sehen kann.

Dass die Kunst der Mode fester Bestandteil der gegenwärtigen senegalesischen Identität ist, ist unübersehbar. Als das Magazin GQ 2018 fragte, ob Dakar die „coolste Stadt des Planeten“ sei, war für jeden, der die Hauptstadt auf der Halbinsel je besucht hat, offensichtlich, dass das eine rein rhetorische Frage war. Wenn man jedoch herausfinden will, warum, erhält man so viele unterschiedliche Antworten wie man Leute befragt. Für Fara ist Mode vergleichbar mit einer Verpflichtung fast schon religiöser Art. „Die Kleidung ist wie eine zweite Haut“, sagt er. „Es ist die Haut, die der Mensch der Welt zeigt. Und da der Mensch Gottes vollkommenste Schöpfung ist, hat Mode eine extrem große Bedeutung.“

Auch den kulturellen Grundsatz *teranga* aus dem Wolof könnte man darauf anwenden. Oft wird er als „Gastfreundschaft“ übersetzt, ich habe aber auch schon einen senegalesischen Surfer das Wort geschickt als „die Kunst des Gebens“ auf den Punkt bringen hören, wobei das Nehmen davon abhängig ist, was einem gegeben wird. Vielleicht ist es diese Kunst, die die geschickten Transformationen befeuert, die den Stil des Landes ausmachen, wo ankommende Trends willkommen heißen und klug übertragen werden, um zu etwas dem Senegal ganz Eigenen zu werden.

Während Religion und Kultur sicherlich ihre Spuren hinterlassen, dürfen unzählige historische Einflüsse natürlich auch nicht außer Acht gelassen werden. Nehmen wir zum Beispiel die Signares, die hochrangigen Geschäftsfrauen, die im 18. und 19. Jahrhundert die Insel Gorée und die Stadt Saint Louis bevölkerten. In ihren verschwenderisch verzierten Kleidern und aufwändig aus feinen Golddrähten hergestellten Geschmeiden überwachten jene Damen europäisch-afrikanischer Herkunft weitreichende Wirtschaftnetzwerke, unterhielten enge Beziehungen mit europäischen Sklavenhändlern und –besitzern und besaßen oft selbst Sklaven. Auch wenn die Mittel, mit denen sie ihr Geld verdienten, heute umstritten sein mögen, ist ihr stilsicheres Äußeres heute noch spürbar. Der Einfluss der Signares, sagte Oumy Sy, eine Designerin, die den Spitznamen „Senegal’s Queen of Couture“ trägt, im öffentlichen Radiosender des Landes, sei auch heute noch ganz entscheidend, um zu verstehen, wie heutige senegalesische Frauen die Mode zum Schutz ihrer Würde nutzen.

Die Angewohnheit, zur besten Version von sich selbst zu gelangen – und sich damit den Respekt anderer zu verdienen – wird sehr gut von dem Wort *Sansé* beschrieben. In seinem Artikel „*Bazin Riche in Dakar, Senegal: Altered inception, Use and Wear*“, beschreibt Kelly Kirby den Wolof-französischen Ausdruck als „das komplette Outfit, bestehend aus Kleidung, Frisur, Makeup und Schmuck ... aus dem gleichzeitig Ehre, Klugheit und Dienstfertigkeit des Einzelnen sprechen. So basiert der eigene Ruf nicht nur darauf, was man hat, sondern vielmehr darauf, was man anderen zu geben hat.“ In voller Blüte kann man *Sansé* bei bedeutenden sozialen Ereignissen wie Taufen, Hochzeiten und religiösen Zeremonien kennenlernen.

Wenn man diese beiden Begriffe, *Sansé* und *Teranga*, nebeneinanderstellt, entsteht eine merkwürdige Beziehung, die eine Erklärung bieten könnte für das, was Dakars dynamischen Sinn für Mode antreibt. Während hinter dem ersteren die Idee steckt, dass die Präsentation des eigenen Selbst auf die beste Art ein Akt des Gebens ist, schafft der Fokus des letzteren auf die „Kunst des Nehmens“ einen ständigen Kreislauf, in dem das Ankleiden zu mehr als bloß einem ästhetischen Genuss wird. Ob man sie aus der Tradition zieht oder aus der Gegenwart, von Zuhause oder aus dem Ausland, der Reichtum an Einflüssen, die die sich – wie auch immer – Kleidenden von Dakar aufnehmen, wird auf die wunderbarste Weise zurückgegeben durch die Art, wie sie sie zusammenführen und der Welt präsentieren. ►

BAO BAB *Forest*

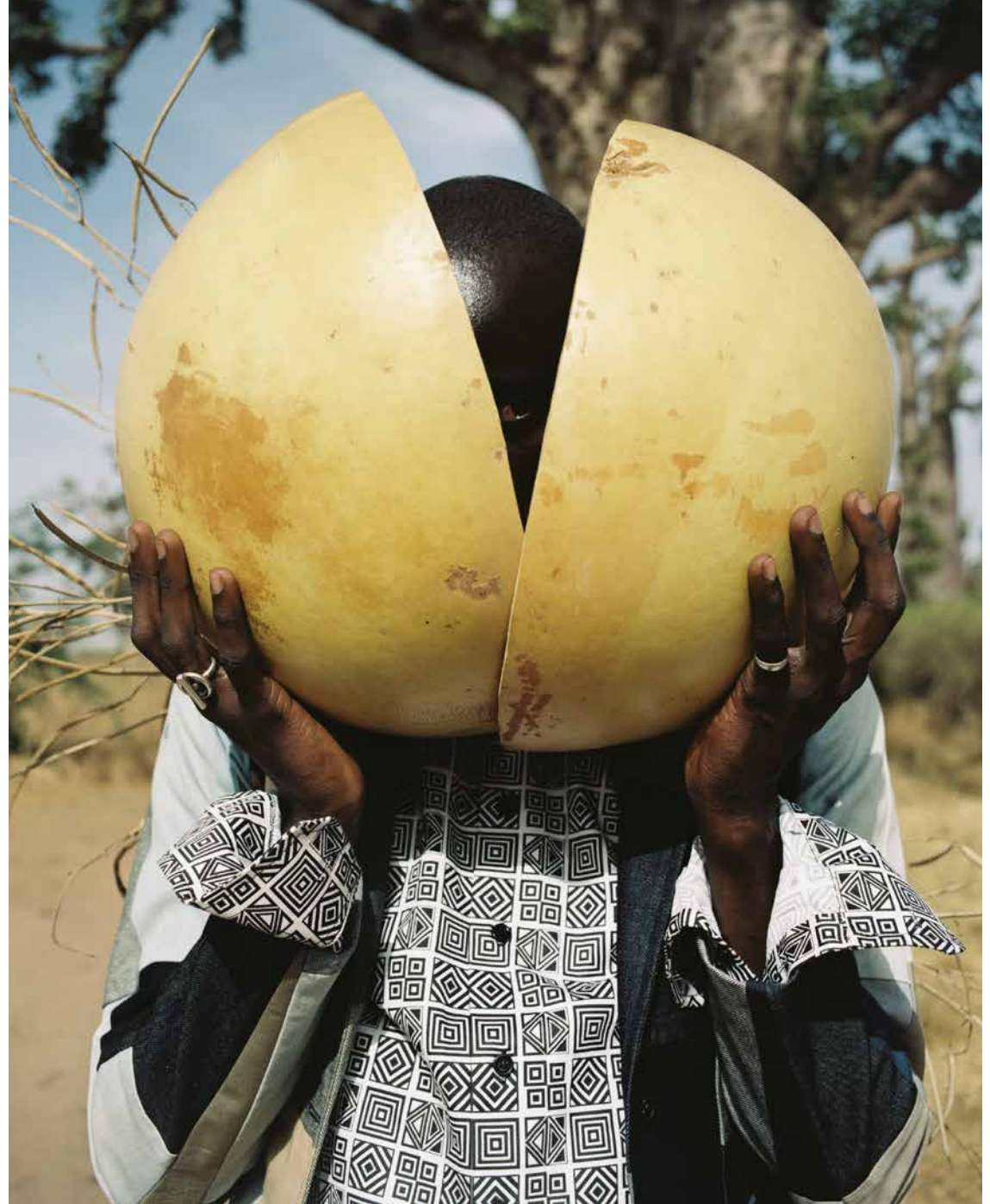
Photography Dan Beleiu
Styling Rainer Metz
Make-Up Kate Mur
Models Abdallah AMY MGMT
Papa AMY MGMT
Special Thanks to Accro Baobab

16



Abdallah
Jacket Romzy
Boubou Madeleine D'Arabic
Pants Sigil
Boots Fara

Papa
Boubou Neroli
Cap Bélya



Jacket **Niawal**
Shirt **Bull Doff**
Shorts **Romzy**
Leggings **Vintage**

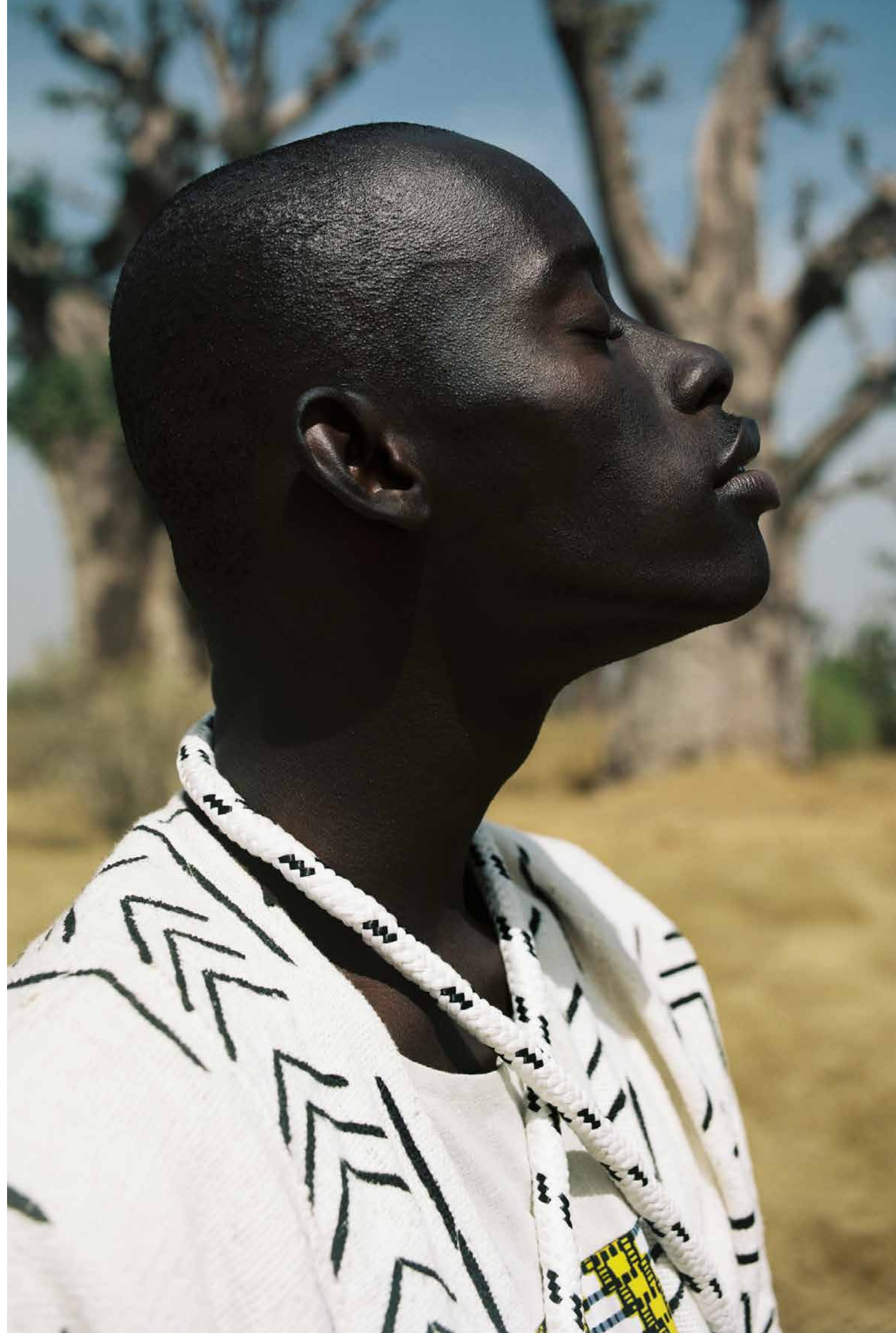


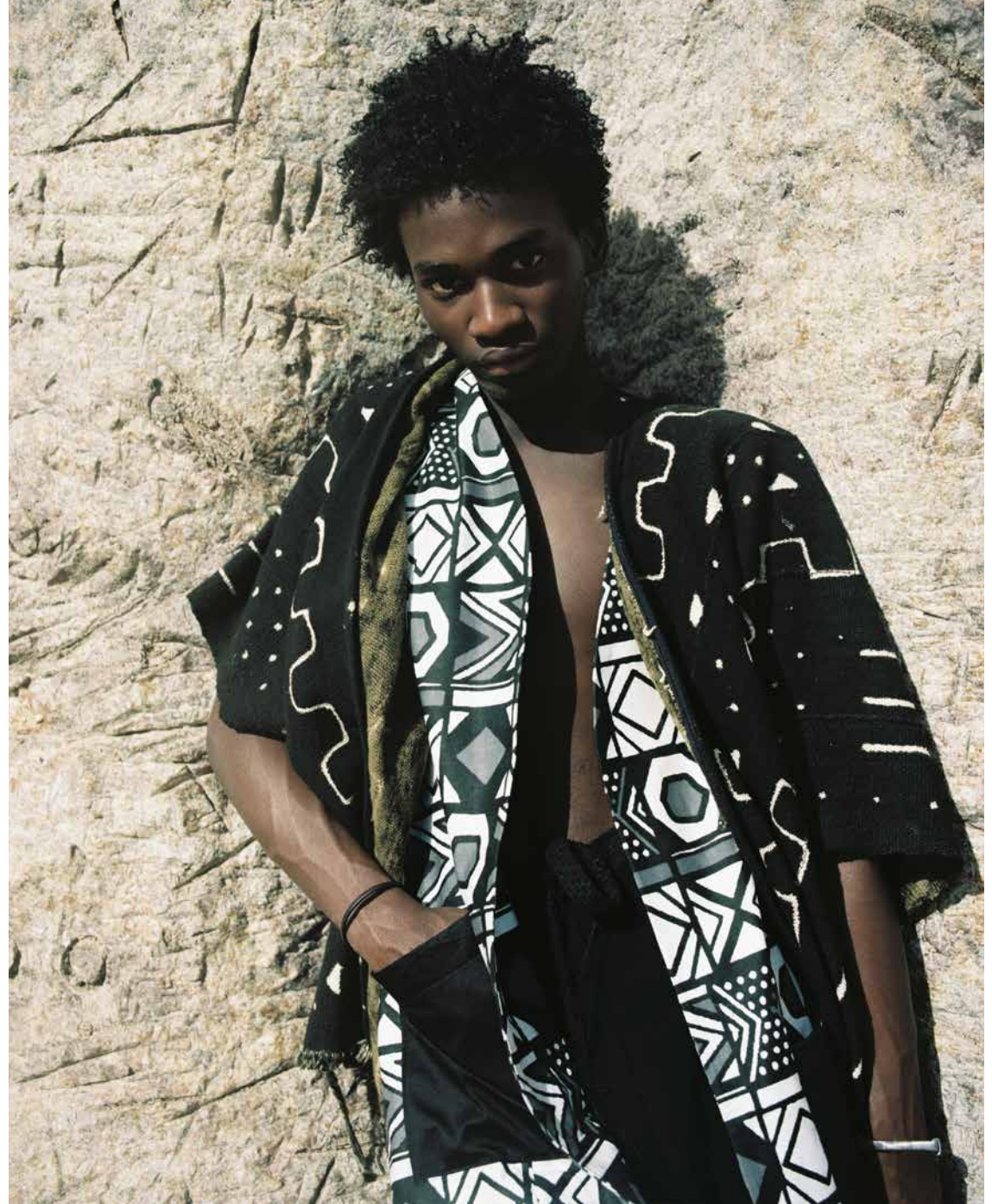
Papa
Coat **Sarayaa**
Shirt **Zeynab Ka**
Pants **Niawal**

Abdallah
Bomber **Kakinbow**
Shirt **NuNu**
Neckpiece **JackieDi**
Leggings **Vintage**
Belt on leg **Sarayaa**



Cape Kakinbow
 Shirt Zeynab Ka
 Pants Sigil
 Shoes Bélya



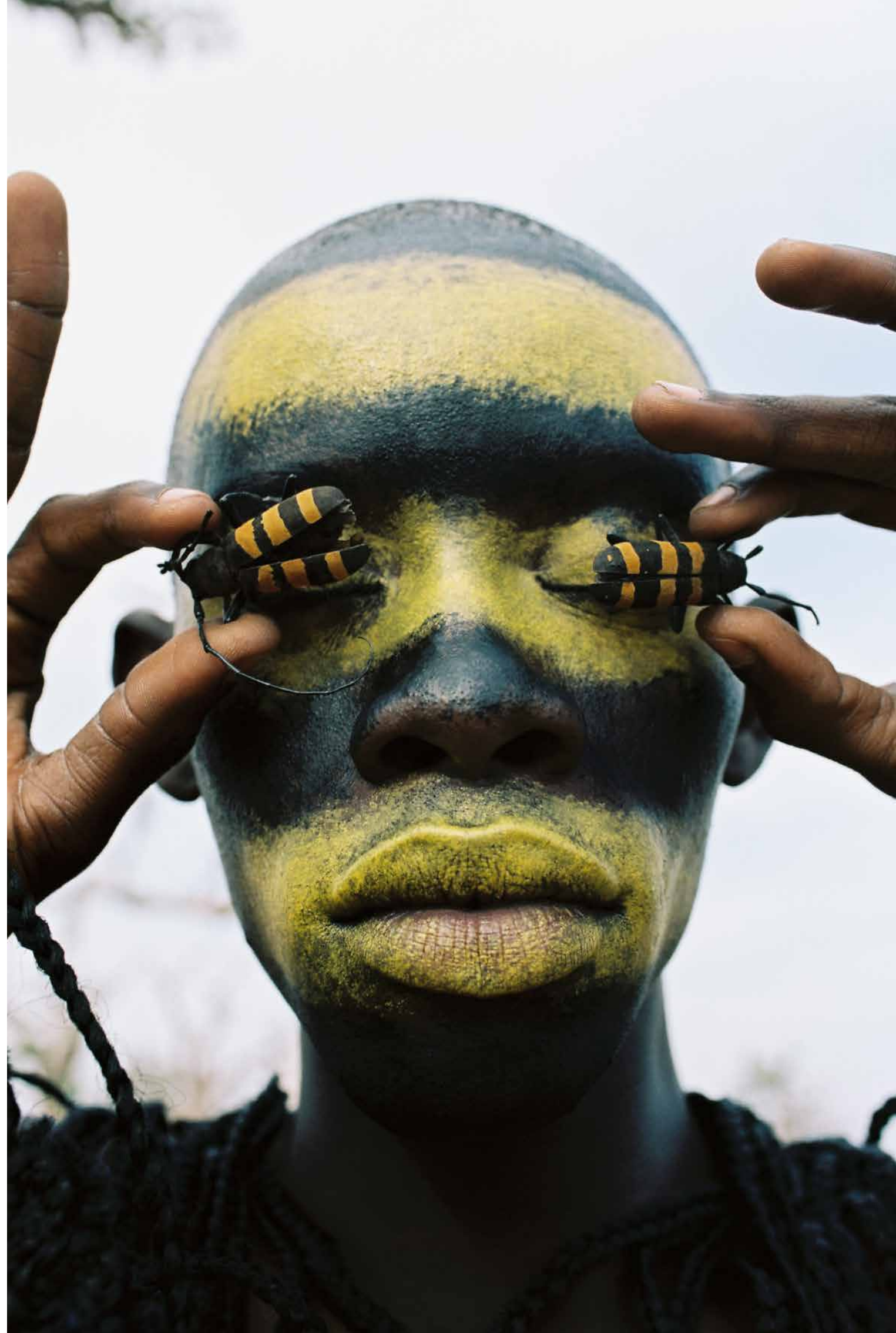


Papa
Jacket **Sarayaa**
Pants **Niawal**

Abdallah
Cape **Kakinbow**
Vest **Madeleine D'Arabic**
Pants **Romzy**
Jewellery **Model's own**



Top **Selly Raby Kane**
 Skirt **Sarayaa**
 Pants **Sigil**
 Sneaker **Nio Far**





Coat **Zeynab Ka**
 Shirt **B'Toure**
 Pants **Sigil**
 Sneaker **Nio Far**



Mask **44flavours**
 Jacket **Selly Raby Kane**
 T-Shirt **Kakinbow**
 Pants **Sigil**
 Sandals **Fara**



Abdallah
Shirt **NuNu**

Papa
Shirt **NuNu**
Pants **Niawal**

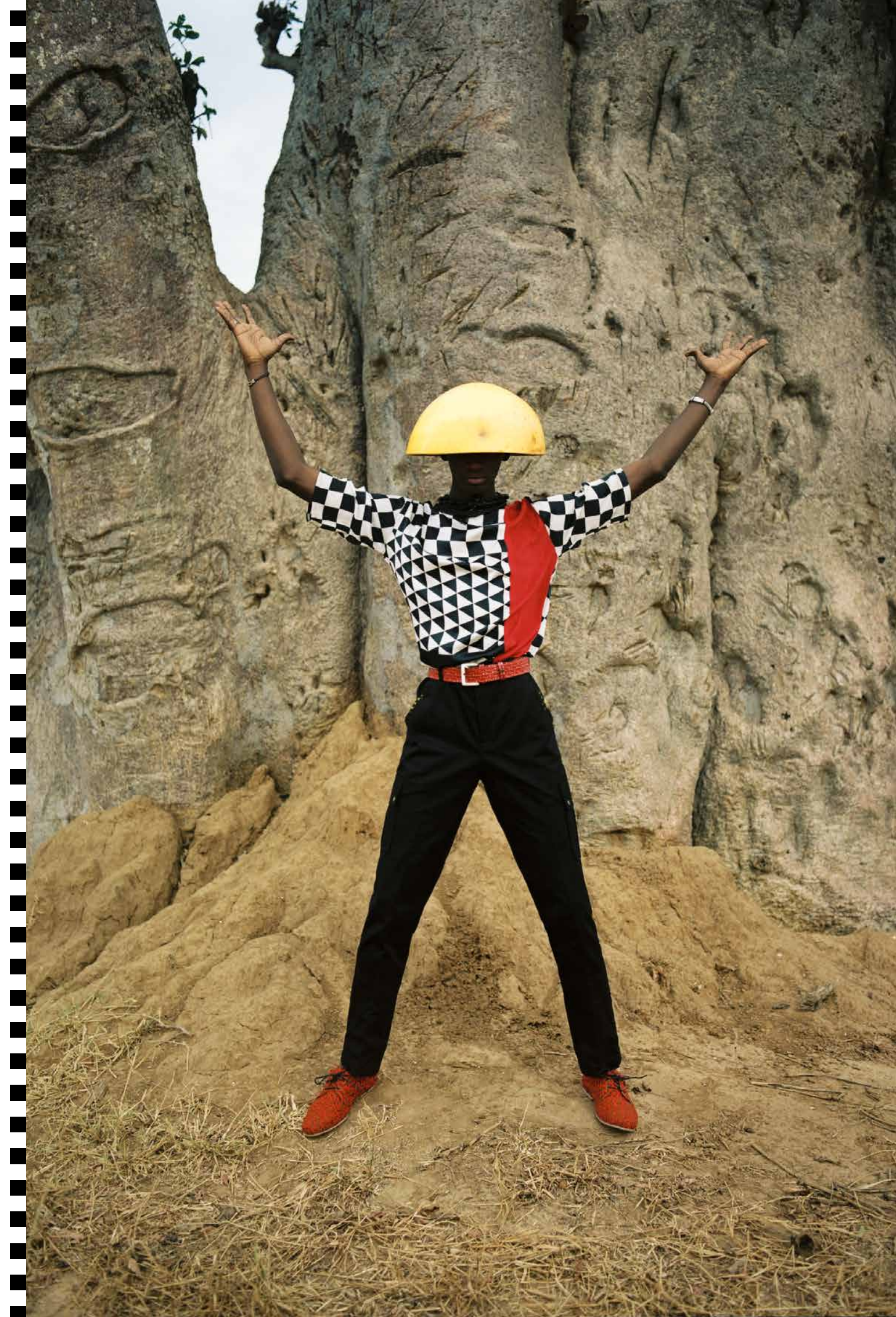






Abdallah
 Shirt **Adama Paris**
 Pants **Niawal**
 Belt **Fara**
 Shoes **Bélya**
 Jewellery **Model's own**

Papa
 Coat **Romzy**
 Shirt **AF-Shal**
 Pants **Sigil**
 Sneaker **Nio Far**



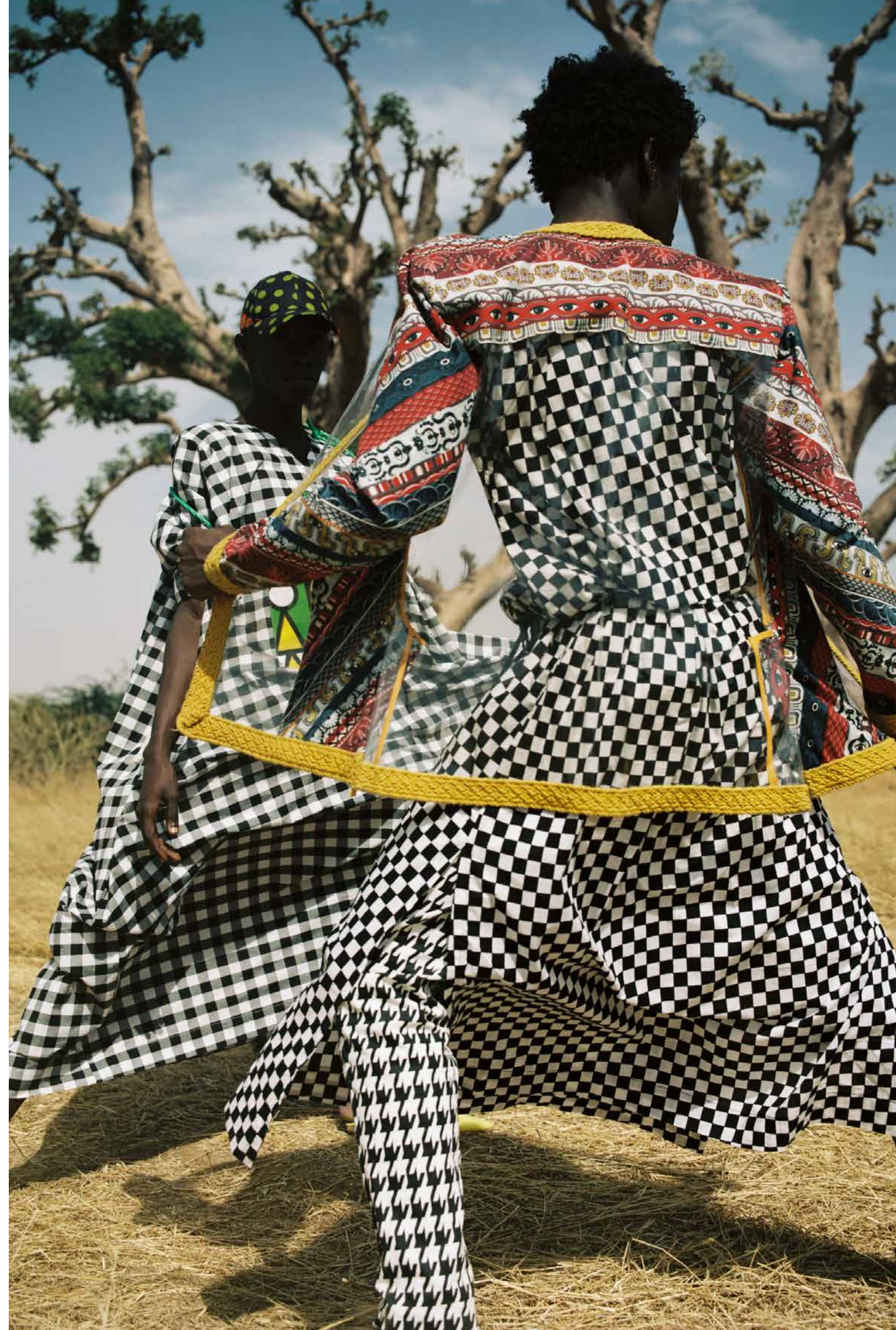




Full look **Sisters of Afrika**
Headpiece **JackieDi**
Shoes **Nio Far**

Papa
Boubou **Neroli**
Cap **Bélya**

Abdallah
Jacket **Romy**
Boubou **Madeleine D'Arabie**
Pants **Sigil**



So many stories to tell

For the Senegalese brand *Nio Far*, setting itself apart from the 'made in Africa' cliché is essential, as is integrating African creativity into the global artistic conversation

Text Mamadou Lamine Diouf
Photo Mamadou Ndiaye

There are many ways to interpret the philosophy of Nio Far, the brand helmed by Senegalese fashion designer Milcos Badji: a lifestyle; a concept of sharing; a willfully impassioned drive to tell stories. But the brand is best encapsulated by the translation of its Wolof name: 'we are together'. It is, after all, a core focus on community that spurs the creation of the garments, shoes and bags it offers, each entirely produced on the African continent. When this selfless spirit crossed paths with the designer's skills as a graffitist and draftsman, the result was the brand's very first t-shirt – which Milcos only ever intended for himself. Little did he know, however, it would be the starting point for a beautiful adventure.

As a response to that first t-shirt's positive reception, Milcos developed Nio Far's first full collection of garments in linen – a favoured fabric of the designer's – presenting them in his first-ever runway show in 2013. It was quite the success, you could say: the entire collection sold out. Milcos then turned his attention to accessories, driven by his own wish for the perfect laptop bag. Having sketched his design, he tracked down a cobbler who'd be able to faithfully bring his vision to life; so faithful was the finished result, that posting a photo of the bag on his social media accounts earned him fifteen orders for one just like it over two days! In spite of the bag's success, the question now on Milcos' mind was: "What next?" Sneakers were a natural response. They were the ideal challenge, given that, up till then, no one had even attempted to produce them locally in West Africa. Such boldness is what makes Nio Far so exemplary of a new critical consciousness among a new generation of African creatives: refusing to take heed of the limits placed on their practices, they're increasingly challenging what the clichéd 'made in Africa' label means.

That doesn't mean that the brand discounts its local roots; they are, in fact, a deep source of pride. Through his work, Milcos draws links between the culture and traditions of his own ethnic group, the Diola of the Casamance region in Senegal's south, and those of the Bambara and the Dogon in Mali. This latter relationship is represented by the inclusion of bogolan, a fabric he's long been fascinated with on account of its artisanal production methods and the symbols it conveys. Woven from local cotton, it's then dyed with the leaves and branches of the n'gallama, a tree native to the West African savannah. For its production, the designer works with artisans in the town of San, 700 km from Bamako, Mali's capital; having sketched out his ideas, they discuss



The brand is best encapsulated by the translation of its Wolof name: 'we are together'

the significance of different symbols in order to ensure that they align with the themes at the heart of each collection. A visual associated with fertility, for example, is used to evoke the plight of sterile women. For his next collection, which has been in development for over a year, the designer will turn to the Dogon cosmology and explore the tribe's age-old relationship to the stars.

Despite what these ventures across the subregion might suggest, the majority of Nio Far's production takes place in Senegalese ateliers, especially where bags and shoes are concerned. With the shoes, in particular, the brand has successfully demonstrated that it's able to produce goods to the same attentive standards as internationally-renowned labels. Nio Far's sales are principally domestic, with Senegalese customers contributing to around 60% of the brand's sales. All the same, the designer's reputation is gradually extending beyond the country's borders: King Mohammed VI of Morocco is reported to own a selection of the brand's shoes, while global pop superstar Alicia Keys and her husband Swiss Beatz were seen wearing their own pairs when they stopped by the Senegalese capital. And, thanks to the efficiency of modern postal services, the brand now sells from Dakar to Abidjan, Accra, Paris, New York, and beyond.

However, difficulties have persisted when it comes to levelling up to an industrial scale. Much of it has to do with a lack of necessary skills: as most of the cobblers at hand are not trained to international standards, assembling a sufficiently competent team is quite a challenge. This has then had knock-on effects on the brand's production capacity, which barely manages to meet demand. Not willing to lose credibility by settling for an inferior product, Milcos has opted to target the luxury end of the market.

Milcos has always looked after Nio Far's production himself and insists on maintaining full control of his business. As he has no plans to move away from his Senegal base, he's sensibly placed a strong emphasis on aptly communicating the message of his brand, an essential skill for any creative working today. Thanks to social media, he's been able to introduce his brand to a wider audience – his relatively recent past as a computer engineer has no doubt helped. The challenge that remains, however, is to convince Africans to truly appreciate the cultural wealth of what can be found around them, and to no longer be enslaved to trends imported from elsewhere. Keen to lead by example, Milcos serves as a walking testament of what that could look like: 80% of what he wears day-to-day was 'made in Africa'. ▀



Tellement d’histoires à raconter

Pour le jeune designer sénégalais *Nio Far*, il est essentiel de se démarquer du cliché made in Africa et revendiquer la place de la création africaine sur la scène internationale

Installée à Dakar, la marque vend par courriers vers Abidjan, Accra, Paris ou encore New York

Texte Mamadou Lamine Diouf
Photo Siaka Soppe Traore

Un style de vie. Un concept de partage. Une volonté assumée de raconter des histoires. Autant de manières de comprendre la philosophie de la marque Nio Far (« on est ensemble » en wolof), créé par le styliste et créateur sénégalais Milcos. Car le vivre ensemble est l'essence même de cette ligne qui propose vêtements, chaussures et sacs entièrement produits en Afrique. C'est cet esprit de communauté qui a poussé le dessinateur et street artiste à créer son premier t-shirt.

Un t-shirt qui marquera le début d'une belle aventure : suite au succès de sa première création, Nio far lancera toute une collection de vêtements en lin, un tissu qu'affectionne particulièrement son créateur. En 2013, la marque participe à un premier défilé qui lui vaudra d'épuiser toute sa collection. S'en suit l'idée de faire fabriquer un sac pour ordinateur portable par un cordonnier, d'après un dessin de Milcos. Là encore, ce sera un succès. Une simple photo postée sur les réseaux sociaux lui vaut une quinzaine de commandes en deux jours. « Et après ? » se demande Milcos. Pour cet amoureux des défis, la réponse est claire : ce seront des baskets, puisque personne n'en produisait jusque-là en Afrique de l'Ouest. A bien des égards, Nio Far est le produit d'une conscientisation de la nouvelle génération d'artistes africains. Une scène qui refuse non seulement l'étiquette « estampillée africain », mais qui fait aussi sauter les barrières.

Pourtant, cet ancrage local fait aussi la fierté de la marque, elle qui participe à créer des ponts entre la culture Diola de Milcos (ethnie originaire de Casamance, au sud du Sénégal) et celle Bambara ou encore Dogon (communauté malienne). Un lien que symbolise le Bogolan, un tissu malien tissé avec le coton local et teint avec des écorces de Ngalama, une plante qui pousse en Afrique de l'ouest. L'artiste est d'ailleurs fasciné par la production artisanale et les symboles que véhiculent ce tissu. En plus du lin et du cuir, il en fait donc ses matières de prédilection et travaille avec des artisans maliens dans la ville de San, à 700 km de Bamako. Une fois que les dessins sont prêts, il discute

avec les artisans de la signification de chaque motif pour que ceux-ci reflètent au mieux l'histoire qu'il cherche à raconter à travers ses collections. On pense par exemple à l'une de ses créations qui évoque l'infertilité féminine. Sa prochaine collection, elle, en préparation depuis plus d'un an, portera sur la cosmologie Dogon et expliquera les rapports qu'entretient cette ethnie avec les étoiles.

Mais une grande partie de la confection de Nio Far est aussi faite dans des ateliers au Sénégal, surtout pour ce qui est des sacs et des baskets. Avec ces dernières, la marque est parvenue à prouver qu'elle était capable d'apporter le même soin à la fabrication de baskets qu'une marque internationale. Aujourd'hui, 60 % des ventes sont écoulées auprès de clients sénégalais, le reste est vendu à l'international. On sait que le roi du Maroc Mohammed VI a acheté une paire et que des stars du showbiz comme Alicia Keys et son mari Swiss beatz, de passage dans la capitale sénégalaise, ont été vus avec des chaussures Nio Far. Installée à Dakar, la marque vend par courriers vers Abidjan, Accra, Paris ou encore New York, soit un peu partout dans le monde.

Cependant, des difficultés subsistent pour le passage à l'étape industrielle. Les cordonniers africains ne sont souvent pas formés aux normes internationales. Difficile alors de réunir une équipe étoffée et compétente, ce qui impacte le taux de production. Le risque pour la création locale : perdre sa crédibilité. Alors la parade est d'aller vers le haut de gamme et le luxe.

Avec Nio Far, Milcos s'est toujours auto-produit et tient encore à garder le contrôle sur son entreprise. L'artiste, qui ne se voit pas vivre ailleurs qu'au Sénégal, mise sur une bonne communication, notamment sur les réseaux sociaux. Une arme redoutable que cet ancien ingénieur en informatique semble maîtriser parfaitement. Selon lui, le défi est d'amener les Africains à regarder ce qui se passe à côté et à ne plus être obnubilés par ce qui vient d'ailleurs. Pour cela, Milcos peut être vu comme un exemple à suivre, puisque 80 % de ce qu'il porte est fait en Afrique. ►

So viele Geschichten zu erzählen

Für die Marke *Nio Far* ist die Etablierung afrikanischer Kreativität als eigenständiger Beitrag zum globalen Kunstdiskurs und eine klare Abgrenzung zu dem Vorurteil „Made in Africa“ essenziell

Text Mamadou Lamine Diouf

Foto Mad Pixel

Die Philosophie der Marke Nio Far des senegalesischen Modedesigners Milcos Badji lässt sich auf verschiedene Arten verstehen: Als Lebensstil, Konzept des Teilens oder die Begeisterung für das Erzählen von Geschichten. Aber am besten beschreibt wohl die wörtliche Übersetzung des Markennamens aus dem Wolof – „wir sind zusammen“ – das Zusammengehörigkeitsgefühl, das zentral für dieses Label ist, dessen Kleidung, Schuhe und Taschen komplett in Afrika produziert werden. Genau dieser Gemeinschaftsgeist, gepaart mit seinen Talenten als Designer und Graffiti-künstler war es, was zu dem ersten T-Shirt führte, das er eigentlich nur für sich selbst kreierte. Doch damit begann das große Abenteuer.

Die positive Resonanz auf dieses T-Shirt ermutigte Milcos, die erste Kollektion von Nio Far herauszubringen, komplett in Leinen, einem Material, das er besonders schätzt. Die erste Modenschau 2013 wird ein voller Erfolg: die gesamte Kollektion ist ausverkauft. Als nächstes widmet Milcos sich seiner Idee einer perfekten Laptop-Tasche. Er entwirft sie und macht sich auf die Suche nach einem Schuhmacher, der sie nach seinen Wünschen umsetzt. Mit verblüffendem Ergebnis. Er postet ein Foto davon in den sozialen Netzwerken und erhält innerhalb von zwei Tagen fünfzehn Anfragen für diese Tasche. Immer auf der Suche nach neuen Herausforderungen, kommen ihm Turnschuhe in den Sinn, denn die stellt in Westafrika bis dato niemand her. Mit diesem Wagemut steht Nio Far für das Selbstbewusstsein einer neuen Generation afrikanischer Künstler, die sich nicht von überkommenen Regeln einschränken lässt und sich vor allem von dem Klischee „Made in Africa“ abhebt.

Diese lokale Verwurzelung macht aber auch den Stolz der Marke aus. Sie schafft Brücken zwischen der Kultur und den Traditionen von Milcos Ethnie, den Diola, die in Casamance im Süden des Senegals leben, und denen der Bambara und der Dogon, einer malischen Ethnie. Und was könnte diese Verbindung besser symbolisieren als Bogolan, einem Stoff aus Mali, der aus regionaler Baumwolle gewebt und mit der Rinde und den Blättern der N'gallama gefärbt wird, einer Pflanze, die in der westafrikanischen Savanne wächst. Mit dieser Symbolkraft und dem gemeinschaftlichen, handwerklichen Herstellungsprozess hat dieser Stoff es dem Künstler angetan. Deswegen verwendet er ihn, neben Leinen und Leder, mit Vorliebe. Dazu arbeitet er mit malischen Kunsthandwerkern aus San zusammen, einer Stadt, die 700 km von Bamako, der Hauptstadt Malis, entfernt liegt. Wenn er seine Entwürfe gezeichnet hat, diskutiert er mit den Kunsthandwerkern darüber, ob die Symbolik die Themen und Geschichten, die jede Kollektion



begleiten, angemessen veranschaulicht ist. Zum Beispiel die Bildwelt eines Entwurfes über die Fruchtbarkeit, die auf die Situation unfruchtbarer Frauen aufmerksam machen soll. Die nächste Kollektion, die schon seit mehr als einem Jahr im Entstehen begriffen ist, wird die Kosmologie der Dogon zum Thema haben und ihre Verbindung zu den Sternen erkunden.

Trotz dieser Projekte in Mali wird der Großteil der Kollektion von Nio Far aber in den Ateliers im Senegal hergestellt, vor allem die Taschen und Turnschuhe. Mit letzteren ist es der Marke gelungen zu demonstrieren, dass sie in der Lage sind Waren mit den gleichen Qualitätsstandards wie international renommierte Labels herzustellen. Mit 60 % des Umsatzes in Senegal erzielt die Marke den Großteil bei lokalen Kunden. Dennoch gewinnt die Marke auch über Landesgrenzen hinweg an Beliebtheit. So hat der marokkanische König Mohammed VI. auch einige Sneaker von Nio Far im Besitz. Die Weltstars Alicia Keys und ihr Mann Swiss Beatz wurden in der senegalesischen Hauptstadt mit Schuhen von Nio Far gesichtet. Und dank moderner Kurierdienste verkauft sich die Marke von Dakar aus nach Abidjan, Accra, Paris und New York, quasi in alle Welt.

Dennoch bleiben Schwierigkeiten, mit der industriellen Entwicklung Schritt zu halten. Die afrikanischen Schuhmacher sind oft nicht an internationale Normen angepasst. Deshalb ist es schwierig, ein starkes und kompetentes Team aufzubauen. Was sich negativ auf das Produktionsvolumen auswirkt, das kaum die Nachfrage befriedigen kann. Die Gefahr dabei ist, durch minderwertige Produkte an Glaubwürdigkeit zu verlieren. Daher hat Milcos sich dazu entschieden, auf das Luxussegment des Marktes abzielen.

Milcos hat sich immer selbst um die Produktion von Nio Far gekümmert und achtet darauf, stets den vollen Überblick über sein Unternehmen zu behalten. Für ihn ist es selbstverständlich die Produktion von Nio Far in seiner Heimat zu lassen, um die lokale Industrie zu stärken. Diese Liebe zu seinen Wurzeln und seinem kulturellen Erbe sind auch der Kern seiner Markenkommunikation. Dank der sozialen Netzwerke konnte er Nio Far einer breiteren Masse bekannt machen, seine jüngere Vergangenheit als Informatiker war ihm dabei sicherlich hilfreich. Die Herausforderung bleibt jedoch, die Afrikaner davon zu überzeugen den Reichtum ihrer Kultur und Traditionen schätzen zu lernen und sich nicht mehr zu Sklaven von importierten Modetrends zu machen. Als gutes Beispiel geht Milcos hier selbst voran: 80% seiner eigenen Kleidung wurde in Afrika hergestellt. ►

Tadru Suuf

Photographer Seyni B.
Stylist Rainer Metz
Make-Up Tahicia Gomes
Model Amy Faye

50



Jacket Diarrablu via F Koncept
Shirt Ghada Lamghari
Long Skirt So' Fatoo
Short Skirt The Reyn
Handbag Momo Le Bottier via F Koncept
Rings Vintage
Shoes Madeleine D'Arabie



Coat Sarayaa
Top Pants So' Fatoo
Jewellery Vintage
Wooden Ring L'artisan via Sassy
Chic Boutique
Shoes Al Ghiazala via F Koncept



Dress Madeleine D'Arabie
Skirt Sira Bandeerabe
Shoes Momo Le Bottier via F Koncept
Earrings Adel Dejak via F Koncept
Ring Adinkras Jewels



Dress **Sira Bandeerabe**
Necklace & Earrings **Beauty by Sagar**
via **F Koncept**



Jacket **Ankara Nzuri**
Dress **Sira Banderabe**
Shoes **Sassy Chic**
Necklace & Earrings **Beauty by Sagar via F Koncept**
Rugs **Tapis Amazigh**



Cape **So' Fatoo**
Top **Sira & Banderabe**
Skirt **Sisters of Afrika**
Earrings **Imaara**

A woman is seated on a dark metal chair, looking to her right. She is wearing a vibrant green patterned shawl over a yellow dress. Her hair is styled in a traditional headwrap with long white braids. She is wearing white socks with red geometric patterns and orange sandals. The background is a textured, warm-toned wall. To the left, a large, patterned rug is draped over the chair. The floor is covered with a colorful, patterned rug.

Coat **Madeleine D'Arabie**
Dress **So' Fatoo**
Shoes **Garden**
Bangles **Vintage**
Necklace as Crown **L'Armoire**
Sahelienne via **Sassy Chic Boutique**
Rugs **Tapis Amazigh**



Kimono **Madeleine D'Arabie**
Dress **The Reyn**
Shoes **Madeleine D'Arabie**
Earrings **Vintage**



Kimono **Sassy Chic**
Jumpsuit **Diarrablu via F Koncept**
Earrings **Adinkras Jewels**
Rings **Vintage**



Top **The Reyn**
Skirt **Alia Bare**
Necklace **Vintage**
Earrings **Immara**
Golden Ring **Immara**
Wooden Rings **L'Artisane**
via **Sassy Chic Boutique**



Texte & Photos
Ricci Shryock

MODE SENEGAL

On any given day, Pedro Djul can be found leaning over his loom, his hands darting back and forth so quickly that they almost blur. As he slides a boat-shaped wooden tool from side-to-side, a woven fabric known as *pano de pente* emerges inch-by-inch. It's name hails from Guinea-Bissau, the home country of both Djul and the artisanal weaving style.

Today, he lives and works in Dakar, Senegal, the country that borders his homeland to the north. The market for the fabric he painstakingly crafts is much better here, he explains: "People are much more willing to pay a good price for it, as there's less competition." And that price is certainly warranted: if woven patterns are involved, Djul can spend up to six hours on a single five-metre cloth, with unpatterned fabrics taking only marginally less time.

The particular technique he employs was originally developed by the *Manjak* and *Pepel* ethnies of Guinea-Bissau, who use the cloths for momentous occasions like weddings, baptisms and coming-of-age ceremonies. It's a practice that's run through Djul's family tree as far back as he can recall: "It dates all the way back to our great-grandparents, and it's been passed down from one generation to another ever since. That's why *pano de pente*, and the work that goes into making it, is so important to us; it's why we still carry the tradition forward today."

Djul says that his Senegalese customers typically buy the cloths as gifts for births and weddings, though he notes that contemporary designers are increasingly integrating the fabric into their work. "There are a few tailors who are applying it in new contexts, like patch-work garments," he says. There's little time for talking though - almost as soon as he has spoken, he's back over his loom, speedily weaving the yarns to produce the next yard of precious cloth. ▶

Intricate Patterns

Centuries of Weaving Knowledge Goes
Into West African Fabric



Motifs entrelacées

Le tissage ouest-africain: l'héritage de siècles de maîtrise

Text & Photos Ricci Shryock

Pedro Djul se penche sur sa machine à tisser, comme il le fait tous les jours. Ses mains se déplacent si vite qu'elles en deviennent presque floues sous mes yeux. Il glisse un outil en bois en forme de coque de bateau d'un bout à l'autre du métier, dans la pure tradition du « Pano di Pente », une technique de tissage apprise dans son pays d'origine, la Guinée-Bissau, berceau du tissage.

Aujourd'hui, il travaille au Sénégal, à Dakar, juste au nord de la Guinée-Bissau, où la conjoncture est plus intéressante pour lui. « Les gens paient très bien ici, car il y a moins de concurrence », dit-il. Le prix est justifié. Djul peut passer six heures sur une seule toile à motifs de cinq mètres de long. « Les tissus unis prennent un peu moins de temps », ajoute-t-il.

La technique est née avec la communauté *Manjak* et *Pepel* en Guinée-Bissau, qui avaient souvent recours au tissage pour les mariages, les baptêmes, les rites de passage à l'âge adulte, etc. « Le tissu et le travail du tissage sont importants pour nous, parce qu'ils nous viennent de nos arrière-grands-parents. Le savoir est allé de main en main et nous avons réussi à faire perpétuer la tradition. C'est pour ça qu'on continue », me dit Djul, à qui sa famille a appris à tisser. Aussi loin qu'il s'en souvienne, le tissage a toujours fait partie des siens.

Aujourd'hui au Sénégal, Djul dit que ses clients achètent son ouvrage comme cadeaux de mariage ou cadeaux de naissance, mais il intéresse aussi les créateurs de mode. « Les couturiers l'utilisent de façon plus moderne, par exemple pour créer des applications », m'explique-t-il, avant de se pencher à nouveau sur sa machine à tisser et de se remettre soigneusement au travail. ►



Text & Fotos Ricci Shryock

Kein Tag vergeht, ohne dass Pedro Djul an seinem Webstuhl sitzt und seine Hände dabei so schnell vor und zurück fliegen, dass sie fast vor den Augen verschwimmen. Während er immer wieder ein längliches Werkzeug aus Holz, das Schiffchen, von einer Seite zur anderen zwischen den Fäden hindurch schießen lässt, entsteht Stück für Stück ein gewebter Stoff, der als *pano de pente* bekannt ist. Dieser Name stammt aus Guinea-Bissau, das nicht nur die Heimat Djuls sondern auch die des Stils seiner Webkunst ist.

Heute lebt und arbeitet Djul in Dakar, der Hauptstadt des Senegals, dem Land, das im Norden an das seine grenzt. Der Markt für den Stoff, den er so unermüdlich fertigt, ist hier wesentlich besser, erklärt er. „Die Leute sind viel eher bereit, einen guten Preis dafür zu bezahlen, weil die Konkurrenz nicht so groß ist.“ Und dieser Preis ist sicherlich gerechtfertigt, denn an einem gemusterten Stoff von fünf Metern Länge sitzt Djul bis zu sechs Stunden, weist der Stoff kein Muster auf, geht es unwesentlich schneller.

Die spezielle Webtechnik, der er sich bedient, wurde ursprünglich von den Ethnien der *Manjak* und der *Pepel* in Guinea-Bissau entwickelt. Dort wird der Stoff für bedeutende Anlässe wie Hochzeiten, Taufen und Initiationszeremonien verwendet. Diese Kunst zieht sich schon so lange durch Djuls Familienstammbaum, wie er ihn zurückverfolgen kann: „Schon unsere Urgroßeltern übten sie aus, und seither wurde sie von Generation zu Generation weitergegeben. Deshalb hat *pano de pente* für unsere Familie eine so große Bedeutung, deshalb stecken wir so viel Arbeit hinein. Wir wollen diese Tradition unbedingt aufrechterhalten.“

Auch seine senegalesischen Kunden kaufen die Stoffe typischerweise für besondere Anlässe wie Geburten und Hochzeiten. Aber in letzter Zeit stellt Djul immer öfter fest, dass zeitgenössische Modedesigner den Stoff in ihre Arbeiten integrieren. „Es gibt einige Schneider, die dem traditionsreichen Webstoff einen neuen Kontext geben, etwa als Teil von Patchwork-Kleidung“, sagt er. Kaum hat er seinen Satz beendet, beugt er sich auch schon wieder über seinen Webstuhl. Er kann es sich nicht leisten, lange zu reden. Der nächste Meter kostbaren Stoffes will gefertigt werden. Man glaubt kaum, dass bei dieser Hochgeschwindigkeit, mit der er das Garn verwebt, solch ein kostbares Kunstwerk entsteht. ►

Streets *of* Dakar

Photographer Dan Belei
Stylist Rainer Metz
Make-Up Kate Mur
Models Aida Sock
Fadel / AMY MGMT



Top Sarayaa
Pants Adama Paris
Sandals Fara via Espace Medina





Jacket **AF-Shal**
Dress **Selly Raby Kane**
Fannypack **Kakinbow**
Sandals **Garden**



Dress **Selly Raby Kane**
Skirt **Bull Doff**
Jumpsuit **Wax Feel**
Belt bag **Kaak Society**



Jacket **Bull Doff**
Short Dress **Adama Paris**
Long Dress **Madeleine D'Arabic**
Necklace **Stylist's own**



Jacket **AF-Shal**
Jumpsuit **Adama Paris**
Skirt **The Reyn**
Sandals **Fara**
Hoops **Beauty by Sagar**
via **F Koncept Store**

Coat, Pants **Sigil**
Bracelet **Kaak Society**
Sandals **Fara**



Jacket **AF-Shal**
Dress **Belle Aicha**
Necklace **Kaak Society**





Jacket **Sigil**
T-Shirt **Diablos** via **Espace Medina**
Pants **Bull Doff**



Weekender **Maraz**
Handbag colorful **Maraz**
Handbag **Néné Yaya**



Aida
Top & Pants **Selly Raby Kane**
Pumps **Néné Yaya**
Earrings **KoKo**
Handbag **Kaak Society**

Fadel
Jacket **AF-Shal**
Shirt **Sidy Kounda via**
F Koncept Store
Pants **Romzy**



Jacket, T-Shirt **AF-Shal**
Pants **Adama Paris**
Belt bag **Kaak Society**

Jacket, Shirt **Romy**
Pants **Sigil**
Necklace **Kaak Society**
Shoes **Model's own**



Text Borso Tall

Photo Ricci Shryock



“I’m always working”

AF-Shal – A young fashion designer in the making

Though he may only be 20 years old, it’s clear that Loumou Evans is a real fixture of the vibrant Dakar neighbourhood where he lives and works. Just as our interview had begun, for example, an elderly lady hurried through his workshop door, asking for a piece of cloth to tie her head to ‘heal’ her migraine. The young fashion designer laughed and obliged, pointing towards a pile of fabric cut-offs in the corner, intended for later recycling.

A native of Dakar, Lou, as he’s known by his friends and folks, grew up playing with his grandmother’s sewing machine – which he still has to this very day. As he developed his skills, he began making and wearing outfits for himself. His classmates were certainly impressed, but the most significant effect of his new-found passion was that it helped young Loumou battle his inhibiting shyness.

Though he was never formally trained in sewing, his natural talent attracted the attention of several local galleries, where he went on sharpened his skills. He even relocated to Saly at one point, a Senegalese tourist hotspot, to exhibit his works, all while continuing to support his brother’s burgeoning career at a local soccer club. The success of his siblings and his mother’s wellbeing are responsibilities he takes to heart.

“I’m always working,” says Loumou, darting about to pick up patches of used sweaters and jeans. This, he explains, is how he works: “Dakar’s markets are filled with invaluable treasures – used clothes that I buy as I need them. If I see a t-shirt or a ragged pair of shorts, I immediately start to think about what I can do with it.”

In 2013, he launched his own brand AF-Shal. Named after his mother Awa, and his brothers Fattah and Shal, it’s a testament to the designer’s efforts to succeed for the sake of his family, efforts which started to pay off when his aunt invited him to set up in her clothing shop in Dakar, allowing him to fully commit his attention to the brand.

Today, AF-Shal counts local artists like Paco Briz, One Lyrical, Aida Sock, Dip Doun-douguiss, Jailer Bangz, BM Jaay, and Nix among its admirers, and continues to expand its fanbase with a unique blend of “street chic and futuristic vision,” Loumou explains. But the brand’s primary aim is to empower and inspire Africa’s youth to pursue the creative endeavors they dream of, thereby building a future for fashion on the continent. His followers appreciate his unique way of transforming used clothes into Haute couture for his clients. In an effort to broaden access to his work, he even negotiates prices for friends whose budgets don’t quite stretch, but who want to wear the brand. “We’re all part of the same generation and I’m grateful for their support,” he says.

Besides his fashion creations Loumou also designs bridal wear and children’s clothing. His fondest memories are of a bride who wanted her gown to match the colour of her little ring carrier perfectly. He is very much in demand when it comes to traditional festivities, because he fulfils every wish, no matter how unusual.

When asked to describe his practice, Loumou finds ‘fashion’ a complex term, given its association with factors like the mass importation of low-priced fabrics and the increased popularity of prêt-à-porter – all of which have impacted negatively on local production capacity. Nonetheless, he holds on to a measure of optimism: “What gives me hope that I’m on the right track is the support I’ve received from people who believe in local couture which isn’t traditional dress. They understand fashion and know the importance of developing African brands; they’re not ashamed of wearing recycled clothes and are happy to pay a fair price for them,” he says.

Loumou insists that there are no miracles – the only secrets to his success are hard work and perseverance. The global reach of the internet has also helped, allowing him to reach further than his two-machine set-up in Dakar ever could otherwise. “I’m so thankful to those that have ordered my work online,” he says. “It’s really helped spread the word.”

He sends his pieces to the African Diaspora in Europe, attends international fashion shows and tries to win over other African and international platforms. In his free-time he drafts new clothes, reads fashion magazines and spends time with his family. Every morning he plunges into his world of colourful fabrics, sewing machines and torn jeans. In the evenings, he now works in an ice-cream parlour, where he creates new types of ice cream – a night shift he pulls to make ends meet, and sometimes more than that.

He may only be 20, but it’s clear that his vision extends far beyond his age, to a future where the continent’s youth are free to pursue their wildest dreams. Reaching that horizon will, of course, take a little while, but in the meantime he has some dreams of his own: “I’d love to open my own shops, get some more sewing machines and hire young artists to work with,” he says. ▀

« Je suis toujours en train de travailler »

AF-Shal – Un jeune créateur de mode en devenir

Texte Borso Tall

Photo Fatah Evans

Nous étions dans l’atelier de Loumou, situé au cœur d’un quartier multiculturel de Dakar. L’entretien venait tout juste de commencer quand une vieille femme est entrée pour acheter un morceau de tissu. Elle nous explique qu’elle en a besoin pour se l’enrouler autour de la tête et soulager sa migraine. Loumou Evans, 20 ans, créateur de mode, se met à rire et pointe du doigt une pile de tissus recyclés.

Natif de Dakar, « Lou » comme l’appellent ses parents, a grandi en jouant avec la machine à coudre de sa grand-mère, qu’il a d’ailleurs toujours. Puis il s’est mis à créer et porter ses propres vêtements. C’est quelque chose qui à l’époque impressionnait beaucoup ses camarades, avoue-t-il, et l’aura aidé à dépasser sa timidité.

Loumou n’a jamais suivi de formation en couture, mais son talent naturel lui a déjà permis d’exposer dans plusieurs galeries locales, où il a pu développer ses compétences. Il a vécu à Saly pendant quelque temps, l’une des villes les plus touristiques du Sénégal. Là-bas, il a pu à la fois créer et exposer ses pièces tout en étant là pour veiller sur son frère, inscrit dans un club de football local. Pour lui, la réussite de ses frères et sœurs et le bien-être de sa mère sont très importants.

« Je suis toujours en train de travailler ». D’un geste rapide, Loumou ramasse un modèle — une sorte de patchwork qui marie sweater et jean usés. C’est ça, sa matière première, nous explique-t-il : « les marchés de Dakar sont remplis de trésors inestimables - de vieux vêtements que je récupère selon mes besoins. Je suis capable de voir un t-shirt ou un short en lambeaux et d’imaginer tout de suite ce que je vais pouvoir en faire ».

En 2013, il a lancé sa marque, AF-Shal — la contraction du nom de sa mère Awa et de ses frères, Fattah et Shal. Consciente de son courage et de ses efforts, sa tante a fini par l’inviter à s’installer dans son magasin de vêtements à Dakar et a accepté qu’il ne travaille que sur sa marque. Elle sait combien il souhaite réussir pour sa famille et être reconnu dans cette industrie très compétitive.

Aujourd’hui, Loumou bénéficie de la sympathie et du soutien d’artistes locaux comme Paco Briz, One Lyrical, Aida Sock, Dip Doundouguiss, Jailer Bangz, BM Jaay et Nix. Son style s’inspire de tout ce qu’il rencontre dans les rues — un mélange entre « street chic et vision futuriste », comme il le dit lui-même. Sa vision pour AF-Shal, c’est de permettre à la jeunesse africaine d’exprimer sa créativité et se frayer un chemin dans l’industrie de la mode. Il a d’ailleurs derrière un nombre considérable de followers sur les réseaux sociaux, qui tous admirent sa capacité à créer des pièces haute couture à partir de rien. Il lui arrive d’ailleurs de négocier ses prix pour permettre à ces admirateurs qui n’ont pas les moyens de pouvoir porter ses créations. « Nous sommes de la même génération et je leur suis reconnaissant pour tout leur soutien. »

En dehors de ses créations uniques, Loumou réalise également des costumes de mariage et des vêtements pour enfants. Son meilleur souvenir est d’ailleurs celui de cette mariée qui tenait absolument à ce que sa robe soit assortie au petit porteur d’alliance. Très bon pour s’adapter au besoin de sa clientèle, on le sollicite souvent pour créer des tenues de fêtes traditionnelles. La mode est un terme « complexe » compte tenu de tous les facteurs d’influence qui entravent la productivité locale, notamment l’importation massive de tissus à bas prix et le prêt-à-porter, comme nous l’explique Loumou. « Ce qui me conforte dans l’idée que je suis sur la bonne voie, c’est le soutien de personnes



« Je remercie la communauté internet qui commande mes créations et qui les font connaître »

qui croient en la couture locale, en plus du port des vêtements traditionnels — ceux qui comprennent la mode et connaissent l’importance du développement de marques africaines, ceux qui osent dépenser une certaine somme dans des vêtements recyclés ».

Loumou insiste sur le fait qu’il n’y a pas de miracles — il croit que le travail acharné finit toujours par payer et fait confiance à son esprit persévérant. Certes, une seule machine à coudre et à broder ne suffisent pas pour pénétrer davantage le marché régional, mais ses vêtements sont déjà vendus dans le monde entier. « Je remercie la communauté internet qui commande mes créations et qui les font connaître ». Il expédie ses modèles à la diaspora africaine en Europe, participe à des défilés de mode locaux et vise à atteindre d’autres podiums africains et internationaux.

Pendant son temps libre, il aime créer, lire des magazines de mode et passer du temps avec sa famille. Chaque matin, il se lève dans un monde de tissus colorés, de machines à coudre et de jeans déchirés. Le soir, pour joindre les deux bouts, il travaille chez un restaurateur pour qui il confectionne des parfums de glace.

Loumou Evans n’a que 20 ans, mais il voit bien au-delà de son âge. Il est l’incarnation d’un jeune Africain qui se bat pour poursuivre ses rêves : « ouvrir [ses] propres boutiques, avoir plus de machines à coudre et engager un jour de jeunes artistes. » Son amour et son talent pour la mode devraient le lui permettre. ▀

„Ich bin immer am Arbeiten“

AF-Shal – Über einen werdenden Modedesigner

Text Borso Tall

Foto Dave Design

Ich befinde mich im Atelier von Loumou Evans mitten in einem der bunten Multikulti-Viertel Dakars. Wir haben gerade mit dem Interview begonnen, als eine ältere Frau hereinkommt und um ein Stück Stoff bittet. Sie sagt, sie brauche es, um es sich um den Kopf zu binden, gegen ihre Migräne. Lachend zeigt der zwanzigjährige Modedesigner auf einen Haufen Stoffreste auf dem Boden.

„Lou“, wie ihn seine Freunde nennen, ist in Dakar geboren und aufgewachsen. Schon als Kind ist die Nähmaschine seiner Großmutter für ihn das interessanteste Spielzeug – und er hat sie heute noch. Mit der Zeit fängt er an, Kleidung zu entwerfen, zu schneiden und sie auch selbst zu tragen. Seine Klassenkameraden sind von seinen Outfits begeistert, und diese Anerkennung bedeutet ihm damals sehr viel, wie er gesteht, denn er sei immer sehr schüchtern gewesen, und das gab ihm sehr viel Selbstvertrauen.

Eine richtige Ausbildung an der Nähmaschine hat Loumou nie genossen. Er ist einfach ein Naturtalent, und das öffnet ihm viele Türen. So erhält er die Möglichkeit, seine Nähkünste in verschiedenen Ateliers der Stadt zu vervollkommen. Irgendwann zieht er nach Saly, einer der Touristenhochburgen des Senegals. Dort kreiert er seine Modelle, stellt sie aus und hat ganz nebenbei ein Auge auf die Karriere seines Bruders im örtlichen Fußballverein. Loumou ist ein Familienmensch. Der Erfolg seiner Geschwister und das Wohlergehen seiner Mutter liegen ihm sehr am Herzen.

„Ich bin immer am Arbeiten.“ Mit einem raschen Handgriff nimmt Loumou ein Modell hoch – ein Flickwerk aus den unterschiedlichsten Fetzen gebrauchter Pullover und Jeans. „So arbeite ich“, erklärt er. „Auf den Märkten von Dakar finden sich die kostbarsten Schätze – Second-Hand-Kleidung, die ich nach Bedarf kaufe. Ich sehe ein abgetragenes T-Shirt oder eine Shorts und habe sofort ein Bild vor Augen, was ich daraus machen könnte.“

2013 ruft er seine Marke AF-Shal ins Leben – benannt nach seiner Mutter Awa und seinen Brüdern Fattah und Shal. Seine unablässigen Bemühungen, für seine Familie Erfolg zu haben und sich im harten Wettbewerb der Modeindustrie durchzusetzen, beginnt sich auszuzahlen, als seine Tante ihm eine Fläche in ihrem Atelier zur Verfügung stellt, wo er ausschließlich für seine Marke arbeiten kann.

Heute genießt Loumou Anerkennung und Unterstützung von lokalen Künstlern wie Paco Briz, One Lyrical, Aida Sock, Dip Doundouguiss, Jailer Bangz, BM Jaay und Nix. Sein Street-Work-Stil wird von allem inspiriert, was ihm über den Weg läuft. So entsteht eine Fusion aus „Straßenchic und Zukunftsvision.“ AF-Shal will die afrikanische Jugend in ihrer künstlerischen Kreativität und in ihren Bestrebungen bestärken, eine Zukunft in der Mode zu sehen. Seine zahlreichen Follower in den sozialen Medien loben seine unverwechselbare Art, Second-Hand-Kleidung in Haute Couture für seine Kunden zu verwandeln. Bei Freunden, die sich seine Outfits nicht leisten können, aber gern seine Marke tragen wollen, lässt er sogar beim Preis mit sich reden. „Wir gehören derselben Generation an, und ich bin ihnen dankbar für ihre Unterstützung.“

Neben seinen Modeschöpfungen entwirft Loumou auch Hochzeitsmode und kleidet Kinder ein. Am liebsten erinnert er sich an eine Braut, die wollte, dass ihr Kleid farblich perfekt zu der Kleidung ihres kleinen Ringträgers passte. Wenn es um traditionelle Feste geht, ist er sehr gefragt, weil er jeden noch so ausgefallenen Wunsch erfüllt.

Danach gefragt seine Arbeitsweise zu beschreiben, sagt Loumou, dass Mode ein komplexer Begriff ist, gerade weil er mit Faktoren wie Second Hand Kleidung, Billigimporten aus Asien und der zunehmenden Beliebtheit von Massenkongektion in



Loumou Evans bestärkt die afrikanische Jugend in ihren Bestrebungen, eine Zukunft in der Mode zu sehen

Verbindung steht, alles Dinge die sich negativ auf die lokale Bekleidungsindustrie ausgewirkt haben. Trotzdem bleibt er optimistisch: „Was mir Hoffnung gibt auf dem richtigen Weg zu sein, ist die Unterstützung, die ich von Leuten bekomme, die an lokales Design abseits von traditioneller Mode glauben. Leute, die etwas von Mode verstehen und wissen, wie wichtig es ist, afrikanische Marken zu entwickeln. Und Leute, die sich auch nicht schämen, recycelte Kleidung zu tragen und einen fairen Preis dafür zu bezahlen.“

Loumou glaubt nicht an Wunder – sondern daran, dass harte Arbeit sich immer auszahlt. Und er vertraut auf seine Beharrlichkeit. Die Reichweite des Internets hat auch dazu beigetragen, dass er mehr erreichen konnte, als er mit seinem kleinen Atelier jemals in der Lage gewesen wäre. „Ich bin dankbar für die Unterstützung von Leuten, die meine Kreationen über das Internet bestellen und bekannt machen.“ Er verschickt seine Modelle an die afrikanische Diaspora in Europa, nimmt an internationalen Modenschauen teil und bemüht sich, weitere afrikanische und internationale Plattformen für sich zu gewinnen.

In seiner Freizeit entwirft er neue Sachen, liest Modemagazine und verbringt Zeit mit seiner Familie. Jeden Vormittag taucht er ein in seine Welt aus bunten Stoffen, Nähmaschinen und zerrissenen Jeans. Abends arbeitet er neuerdings in einer Eisdiele, wo er neue Eissorten kreiert – eine Nachtschicht, die er einlegt, um über die Runden zu kommen, und manchmal auch mehr als das.

Loumou Evans ist gerade mal zwanzig, aber blickt schon weit in die Zukunft. Seine Vision ist, dass die afrikanische Jugend die Möglichkeit erhält, ihre Träume zu verwirklichen. Seine Liebe zur Mode betrachtet er als ein Mittel, um seinen Traum zu verfolgen – „eigene Läden zu eröffnen, mehr Nähmaschinen zu besitzen und junge Künstler einzustellen.“

LAC *ROSE*

Photography **Dan Belei**
Styling **Rainer Metz**
Make-Up **Kate Mur**
Models **Alima AMY MGMT**
Amadou War, Seydou
Special Thanks to **Aminata Ba**



Alima
Shirt **KoKo**

Amadou
Shirt **KoKo**



Dress In Africa
Earrings Adel Dejak via F Konzept
Sandals Maraz



Alima
Jumpsuit Ankara Nzuri
Sandals Néné Yaya

Amadou
Jumpsuit Ankara Nzuri
Sandals Maraz





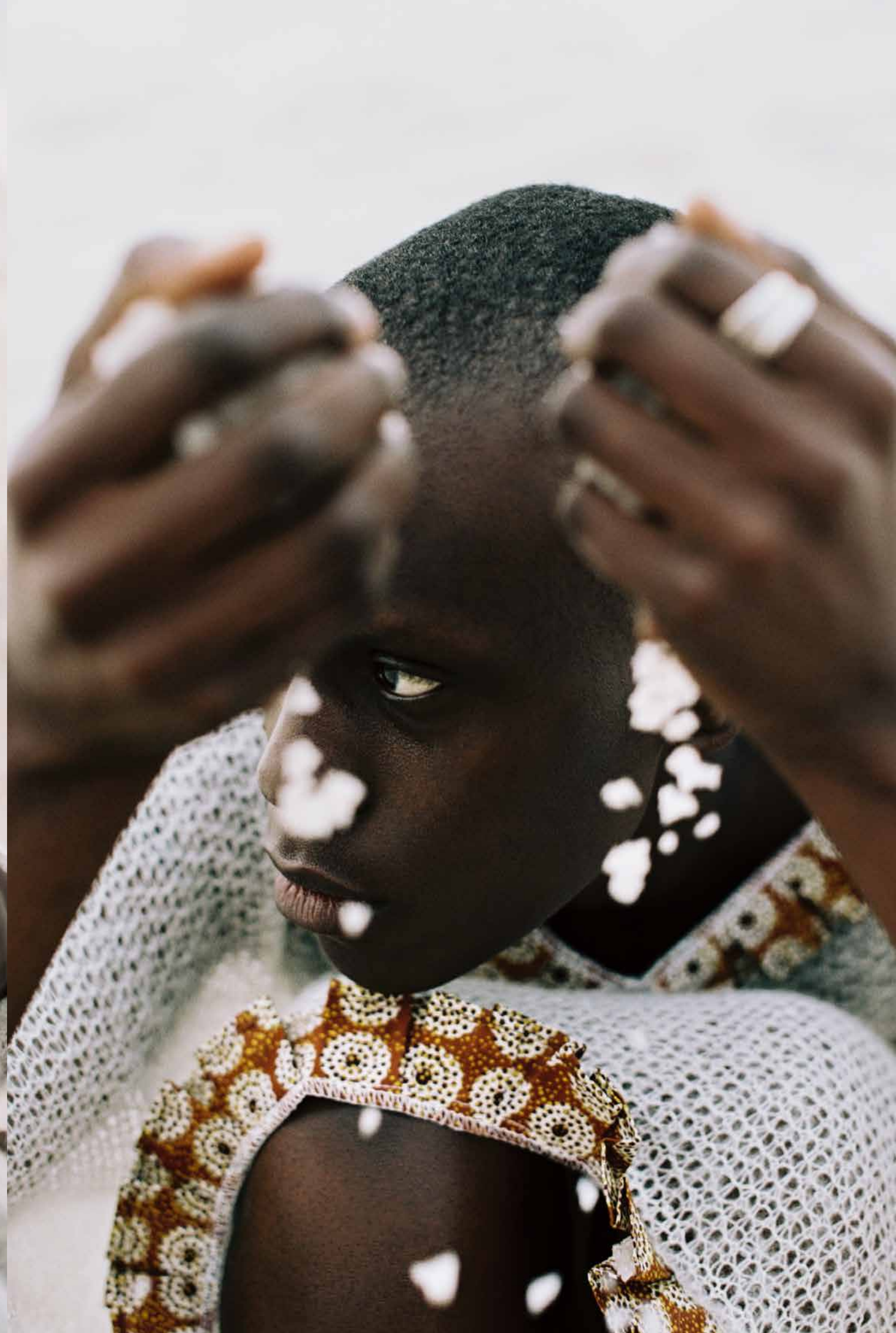
Amadou
Boubou **In Afrika**
Sandals **Fara**

Alima
Boubou **In Afrika**



Amadou
Coat **Romzy**
Shorts **Bélya**

Alima
Cape **Sarayaa**







“The starting point is my love of leather”

Text Borso Tall

Photo Ricci Shryock

A mainstay of the bright, lively streets of Dakar’s Gueule Tapée district, Papa Demba Diop, aged 60, is better known as Baye Fara. It’s also the name that his brand, Fara Baye Art, has gone by since the 80s. But what he’s known for above all is his love of leather, a passion that traces all the way back to his childhood.

Among the most prominent memories of this natural-born artist are those of his bedroom, which served as his first shoe-making atelier. He also remembers his first client, his younger sister, who has since passed. “She was a total fashion addict”, he says, citing a particular memory from 1982, when she grabbed the first pair he’d ever made out of his hands, cried out in wonder, and wore them with pride. There’s also another client that stands out from those early days: they paid for a pair they’d ordered, only to then return them. “I thought it was rather odd at the time, and it took me some time to fully understand their intentions. It was a real life lesson,” he says. Another ten years passed before that same client returned to place an order for a new pair, as well as for a belt. Baye Fara concluded that his initial gesture was intended as a sign of encouragement, a subtle way of letting him know that there was still work to be done for him to perfect his craft. These anecdotes, each of which brings a smile to face, serve as milestones for the cobbler’s career. And further highlights follow on from there, the most notable of all being when a prominent figure in the Senegalese army chose to wear a pair of Baye Fara’s shoes for the Independence Day parade in 1996. “It was a real honour,” he says, and it marked the formal beginning of his career under the banner of Fara Baye Art.

Baye Fara draws upon Senegalese culture for inspiration, from the nuances that lulled his earliest childhood, to the fashions seen on the TV and interpreted daily on Dakar’s ancient streets. “There were amazing brands like Godasse, or the extraordinary brown-and-white pattern by Cendrillon, which reminded you of Bonnie and Clyde,” he says.

Baye Fara holds the values and principals of his pre-independence generation dear, fondly recalling memories of growing up among the Lébou, a tribe of fishermen and farmers. Today, however, the reach of his brand expands beyond his humble origins. The visitors to his boutique, a mezzanine space filled with shoes, bags, notebooks, belts and even real leather stools, are “people from all sorts of walks of life,” he explains. His atelier, equally filled with tools, is just across the road.

Naturally, with a wide variety of prospective clients comes a wide range of attitudes and opinions: some prefer different styles to those on offer, while others find his products too costly, or simply don’t have the means to afford them. As such, Baye Fara believes that efforts remain to be made when it comes to making people aware of the true value of traditional artisanal production. “Yes, the fixed prices may be a little high for some customers, but I have to be able to cover my costs,” he says. “Just because it’s local doesn’t mean it has to be cheap.”



Having the Wolof term wuude, or shoemaker in English, applied to his practice isn’t something that Baye Fara minds. In Senegal’s socio-historical context, it has typically been a craft passed from generation to generation, and has traditionally been associated with relatively low social standing. Increasingly, however, shoemaking is becoming a sector where competition is based on creativity as much as skill. It’s a sea change that Baye Fara has been quick to adapt to, catering to the needs of his traditional clientele, while predicting the tastes and preferences of a more demanding younger audience, a group strongly influenced by foreign fashion trends.

One thing that Baye Fara does not offer, however, is a shoe repair service – unless the pair is of deep personal value to the client. “In my line of work, you often get clients turning up with shoes which, in the best of cases, are only built to last about 2-3 months,” he explains. “So I turn down all repairs, as I don’t want my signature attached to them. With the product I make, I custom-select the leather according to the order or the model, and call in a specialised craftsman to help me with the making process. When you factor in organising the deliveries too, there’s just no time for small repairs.”

Now that he’s achieved international renown, his wish is to pass on his passion and knowledge to upcoming talents. But, truth be told, Baye Fara is often a little crestfallen when, once they’ve been taught, they often become his competitors. Still, he remains committed to pushing his craft into the future. “I have decades of experience both designing and producing, so my sole mission is to ensure that this the next generation is equipped to carry things forward,” he says. ▀



« Le point de départ c'est mon amour pour le cuir »

Texte Borso Tall

Photo Ricci Shryock

Fara Baye Art. C'est le nom de sa marque de fabrique, lancée dans les années 80. D'ailleurs, dans les rues colorées et animées de la Gueule Tapée à Dakar, Papa Demba Diop, 60 ans, est plus connu sous son nom d'artiste, Baye Fara. Ici, tout le monde pourrait vous parler de son amour pour le cuir – une passion qui le suit depuis son enfance.

De son parcours d'artiste-né, il se souvient de sa chambre, son premier atelier de conception et de fabrication de chaussures. Il se souvient aussi de son premier client, sa petite sœur, aujourd'hui décédée. D'elle, en 1982, il garde le souvenir d'une jeune femme « accro à la mode » qui lui arrachera sa toute première paire en « hurlant d'émervellement » et qui la portera avec fierté. Il nous parle également de ce client qui l'a beaucoup marqué à ses débuts, pour lui avoir acheté une paire et la lui avoir aussitôt rendu – « C'était pour moi un geste ambigu que j'ai mis du temps à comprendre. Une vraie leçon de vie. » Dix années se sont écoulées avant que son client ne lui commande une nouvelle paire, cette fois-ci assortie d'une ceinture. Fara décidera d'y voir un signe d'encouragement, une manière de signifier qu'il était sur la bonne voie, mais qu'il pouvait encore se perfectionner. Ces anecdotes qui lui décrochent un sourire marqueront le début de sa longue carrière dans la tannerie. Les moments de réussites se succèdent, notamment grâce au soutien d'une personnalité éminente de l'armée sénégalaise, qui portera l'une de ses paires à l'occasion de la fête de l'Indépendance de 1996. « Un vrai honneur » et le début de sa carrière officielle, puisque c'est la première facture qu'il éditera au nom de Fara Baye Art.

Baye Fara tire son inspiration de la culture sénégalaise, des nuances qui ont bercé sa tendre enfance, de cette mode vue à la télé et contemplée dans les anciennes rues de Dakar. « Il y avait des marques comme la Godasse. C'était extraordinaire, ce marron-blanc de la boutique Cendrillon qui rappelait Bonnie & Clyde. » Fara privilégie les valeurs et principes de cette génération pré-Indépendance, sa cohabitation avec les siens, les Lébou, une communauté composée de cultivateurs et de pêcheurs. Son art fait partie de son héritage et se porte aujourd'hui à travers le monde. « Mr et Mme Tout le Monde » fréquentent sa boutique, un espace en mezzanine où sont exposés chaussures, sacs, calepins, ceintures, et même des tabourets en cuir véritable. Sur le trottoir d'en face, il tient son atelier de fabrication, une pièce remplie d'outils.

Entre le client qui préfère d'autres styles, celui qui trouve ses pièces trop chères, ou encore qui n'a pas les moyens de se les procurer, Baye Fara pense qu'il y a encore du chemin à parcourir pour que la production artisanale traditionnelle réussisse à s'imposer. « Pour certains clients, les prix affichés sont élevés. Mais on ne doit pas travailler à perte. Le prix de vente doit au moins être égal au prix de revient. Ce n'est pas parce que c'est local que ça ne devrait pas coûter cher. »

Le terme « wuude » en Wolof (cordonnier en français) ne le perturbe pas. Dans le contexte socio-historique sénégalais, être cordonnier était un art qui se passait de génération en génération. La question des castes fait toujours débat au cœur de la société sénégalaise, mais aujourd'hui plus que jamais, ce secteur très concurrentiel donne raison à la créativité. En aucun cas il se sent appartenir à une caste inférieure. Il se préoccupe plutôt de répondre aux besoins de sa fidèle clientèle et de prédire les envies des plus jeunes. Il sait que cette frange prometteuse est peut-être la plus difficile à acquérir, car très exigeante et influencée par la mode internationale.

Baye Fara ne fait pas dans la réparation de chaussures, sauf si le client attache une valeur affective à la paire. « Dans notre métier, il arrive que des clients se présentent avec une paire de chaussures qui dans les normes, a une durée de vie de 2-3 mois. Je décline toute retouche, car ma signature s'y attache. Pour chaque produit que je fabrique, je sélectionne moi-même le cuir selon la commande ou le modèle à créer. Je convoque l'ouvrier spécialisé pour m'aider dans le processus de fabrication. J'organise les livraisons. C'est un travail conséquent qui ne laisse pas la place aux petites réparations. »

Maintenant qu'il bénéficie d'un rayonnement international, son souhait est de transmettre sa passion et son savoir aux jeunes talents. Une tâche ingrate qui souvent veut dire aussi former sa propre concurrence. « Pour moi, il s'agit de décennies de conception et de production. Ma mission est de m'assurer de la relève et trouver une alternative au cuir, un produit qui se fait de plus en plus rare. » ►

„Der Ausgangspunkt ist meine Liebe zum Leder“

Text Borso Tall

Foto Ricci Shryock

In den Straßen von Gueule Tapée, dem farbenfrohen Viertel Dakars, wo das Leben brummt, ist der sechzigjährige Papa Demba Diop vor allem unter seinem Künstlernamen Baye Fara bekannt. Und Fara Baye Art heißt auch seine Marke, die er in den 80er Jahren ins Leben gerufen hat. Aber vor allem ist er für seine Liebe zum Leder bekannt – eine Leidenschaft, der er schon seit seiner Kindheit frönt.

Er ist Künstler mit Leib und Seele. Wenn er an seine ersten Schritte zurückdenkt, kommt ihm vor allem sein kleines Zimmer in den Sinn, in dem er einst seine Werkstatt einrichtete. Dort begann er, Schuhe zu entwerfen und herzustellen. Und er denkt an seine erste Kundin: seine kleine Schwester, die inzwischen nicht mehr lebt. Es war 1982. Er sieht sie noch vor sich, eine junge Frau, die geradezu „süchtig“ nach Mode ist. Sein erstes fertiggestelltes Paar riss sie ihm förmlich aus der Hand, begleitet von Ausrufen des Entzückens. Sie trug die Schuhe voller Stolz.

Und noch ein Ereignis hat ihn damals geprägt: ein Kunde bestellt und bezahlt ein Paar Schuhe – und bringt sie kurz darauf zurück. „Ich wusste nicht, wie ich damit umgehen soll. Es hat sehr lange gedauert, bis ich es verstand. Aber dann war für mich eine wichtige Lektion des Lebens.“ Zehn Jahre sollten vergehen, bis der Kunde wiederkommt, um ein neues Paar Schuhe und einen dazu passenden Gürtel zu bestellen. Baye Fara kommt zu dem Schluss, dass es ein Zeichen der Ermutigung zum Weitermachen war, ihm aber auch klarmachen sollte, dass seine Arbeiten noch verbesserungswürdig sind. Ein Lächeln umspielt seine Lippen, wenn er diese Anekdoten erzählt, die für ihn wichtige Meilensteine seiner Schuhmacherkarriere darstellen. Ein weiterer solcher Meilensteine, ist als er die Unterstützung eines hochrangigen Angehörigen der senegalesischen Armee erfährt, indem er anlässlich der Unabhängigkeitsfeier 1996 eines seiner Schuhmodelle trägt. „Eine große Ehre“ und der Startschuss für seine offizielle Karriere unter dem Namen Fara Baye Art.

Quelle der Inspiration sind für Baye Fara die bunte Vielfalt der senegalesischen Kultur, seine süßen Kindheitserinnerungen, die Mode, die er im Fernsehen sieht und über die er in den alten Straßen von Dakar sinniert. „Es gab tolle Marken wie Godasse. Außergewöhnlich war auch das braun-weiße Muster von Cendrillon, das an Bonnie & Clyde erinnerte.“

Fara liegen die Werte und Prinzipien jener Vor-Unabhängigkeitsgeneration sehr am Herzen. Liebevoll hütet er die Erinnerungen an sein Zusammenleben mit den Lébou, einer ethnischen Gruppe im Senegal, die sich aus Fischern und Landwirten zusammensetzt. Seine Marke jedoch ist heute weit über die Grenzen seiner bescheidenen Herkunft hinaus bekannt.

Die unterschiedlichsten Leute besuchen seine Boutique, einen Raum im Souterrain, wo Schuhe, Taschen, Notizbücher, Gürtel und sogar Hocker aus Leder zum Verkauf angeboten werden. Seine ebenso überfüllte Werkstatt befindet sich direkt gegenüber, auf der anderen Straßenseite.

So unterschiedlich seine Kunden sind, die sich in den Laden verirren, so vielfältig sind auch die Meinungen über sein Angebot: Es gibt die Kunden, deren Geschmack es einfach nicht trifft, solche, die seine Produkte zu teuer finden oder die sie sich schlicht nicht leisten können. Aber Baye Fara findet, man darf den Wert der traditionellen Handarbeit nicht vergessen. „Manchen Kunden sind unsere Fixpreise zu hoch. Aber wir dürfen ja auch kein Verlustgeschäft machen und die Waren zum Selbstkostenpreis verkaufen. Nur weil etwas aus der Region kommt, heißt das noch lange nicht, dass es billig sein muss.“



Baye Fara stört es nicht, wenn jemand ihn mit dem Wolof-Wort „wuude“ für „Schuhmacher“ bezeichnet. Im soziohistorischen Kontext des Senegals wird das Schuhmacherhandwerk einem niederen Stand zugeordnet und von Generation zu Generation weitervererbt. Auch in der heutigen Gesellschaft stößt man immer noch auf Menschen, die so denken, aber heute wird dieses Handwerk mehr und mehr vom Wettbewerb beherrscht, der sowohl auf Kreativität als auch auf dem Beherrschen des Handwerks basiert. Fara findet, dass sein Berufszweig dadurch enorm an Ansehen gewonnen hat. Er widmet sich vor allem der Aufgabe, die Bedürfnisse seiner Stammkundschaft zu befriedigen und den Geschmack und die Vorlieben der jüngeren Generation vorauszusehen, einer Kundengruppe, die immer größer und anspruchsvoller wird und vor allem zunehmend von internationalen Trends beeinflusst ist.

Was Baye Fara nicht anbietet, ist die Reparatur von Schuhen. Ausnahmen macht er nur, wenn ein Paar Schuhe für den Kunden von großem sentimentalem Wert ist. „In unserem Beruf ist es gang und gäbe, dass ein Kunde mit einem Paar Schuhen ankommt, das bestenfalls eine Lebensdauer von zwei bis drei Monaten hat. Ich lehne daher jede Umarbeitung ab, weil ich nicht will, dass das fertige Produkt dann mein Emblem trägt. Wenn ich ein Stück herstelle, wähle ich das Leder nach Wunsch des Kunden beziehungsweise nach dem Modell, das ich kreieren will. Ich lasse einen Spezialisten kommen, um mir beim Herstellungsprozess zu helfen. Außerdem kümmere ich mich noch um die Auslieferung. Das ist eine komplexe Arbeit, da ist keine Zeit mehr für kleine Reparaturarbeiten.“

Jetzt, wo er sich einen internationalen Namen gemacht hat, ist es sein Wunsch, seine Leidenschaft und sein Wissen an Nachwuchstalente weiterzugeben. Aber wenn er ehrlich ist, wurde Baye Fara schon oft enttäuscht, denn kaum hatte er die jungen Leute ausgebildet, da begannen sie auch schon, ihm Konkurrenz zu machen. „Für mich bedeutet das Aufbauen einer Marke jahrzehntelange Arbeit der Konzeption und Produktion. Ich möchte mir lediglich sicher sein, dass der Nachwuchs gut ausgerüstet ist, um den Weg weiterzugehen.“ ►



Yarakh

Photography Marie Jampy Baron
 Styling Rainer Metz
 Make-Up Khady Niang
 Models Khady Ba & El Hadji Demba Camara
 Extras Mansour Mbaye, Alioune Mbaye
 Photography Assistants Alioune Sane,
 Ibrahima Faïnke





Suit **Kakinbow**
Shoes **Nio Far**
Bracelet & T-Shirt **Model's own**



Full Look **Sira Bandeerabe**
Rings **Vintage**



Dress **Monica Collections**
Jewellery **Adinkras Jewels**
Shoes **Model's own**



Full looks **Monica Collections**
Earrings **Imaara**
Jewellery & Shoes **Models' own & Vintage**



Boubou **Sassy Chic**
Earrings **Beauty by Sagar**
via **F'Koncept**



Full look **Sisters of Afrika**
Necklaces **Traditional Baye Fall Jewellery**



Dress By Pathé
Earrings Beauty by Sagar
via F Koncept Store



Full look So 'Fatoo



Suit Maison Detta
Earrings & Ring Imaara





Khady
Dress **Sisters of Afrika**

El Hadj
Vest & Trousers **So' Fatoo**
Shirt **Ghada Lamghari**



Dress as coat **Ghada Lamghari**
Dress **Monica Collections**
Necklaces **Traditional Baye Fall Jewellery**



Dress **Sarayaa**
 Skirt **Tétatou**
 Heels **Sassy Chic**
 Earrings **Model's own**



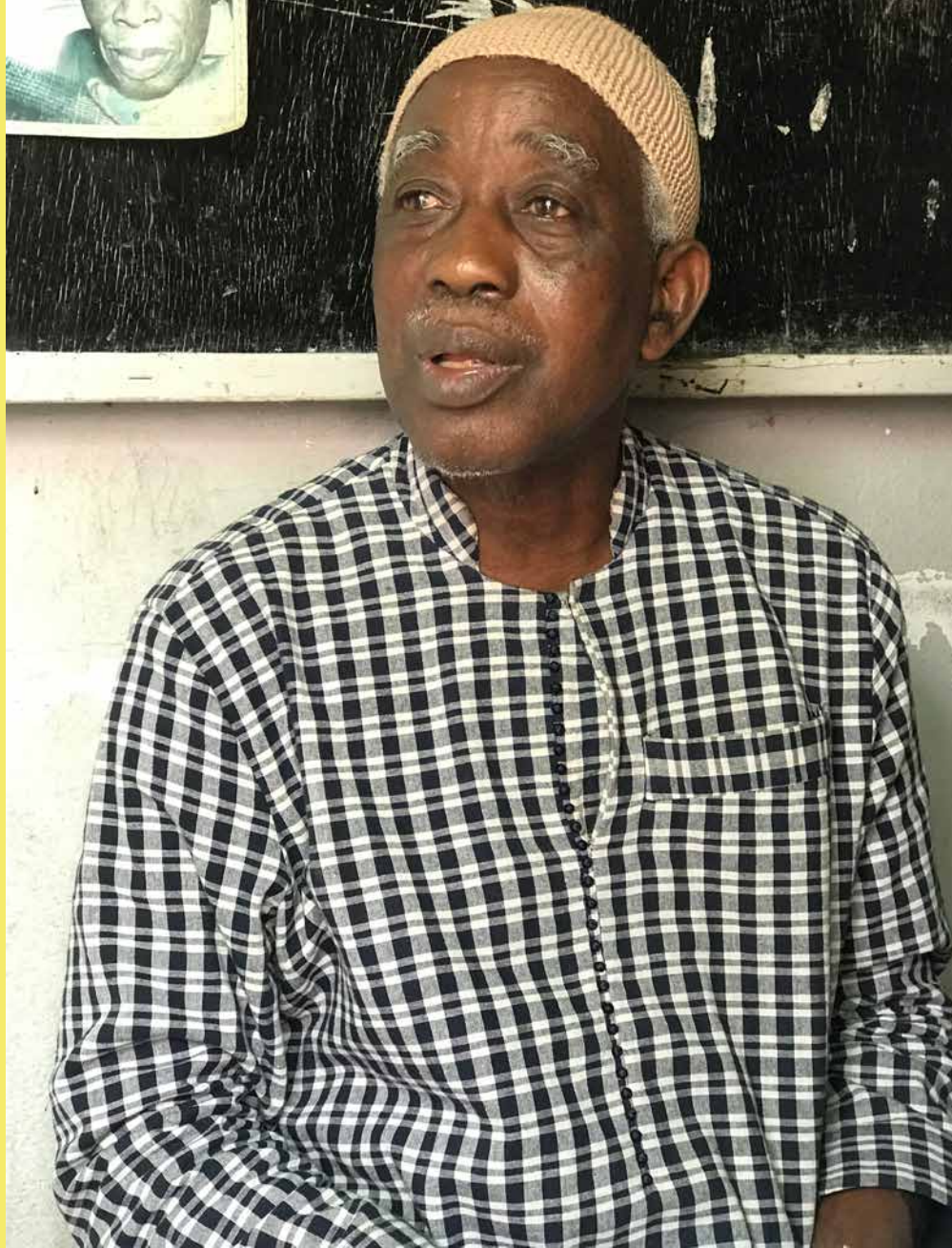
Text Marie Jampy Baron

A block of houses built from sheet metal and coloured wood brightened by the passing of time; residents with shy yet sincere smiles. We are in Dakar, the capital of Senegal, in a district called Yarakh (transparent in Wolof). More than just a photoshoot, this day was a moment of exchange, a process of mutual discovery. It's here that our models, Khady and El Hadj, live, and the goodwill of the locals, who discovered them as our models for the day, was truly touching. A young woman opened her doors to us to use as our backstage. The models' mother and grandmother surprised us with a traditional home-cooked meal. There are moments in life when everything goes on unhindered. ...When you're in the right place at the right time!

Un îlot de maisons de tôles et de bois, égayé par les couleurs et les traces du temps. Des habitants au sourire timide mais sincère. Nous sommes à Dakar, capitale du Sénégal, dans un quartier appelé Yarakh (« transparent » en Wolof). Plus qu'un shooting photo, cette journée sera un moment d'échanges et de découvertes réciproques. Nos modèles Khady et El Hadj vivent ici, et nous serons touchés par la réaction des habitants lorsqu'ils les découvrent en mannequin d'un jour. Une jeune femme nous a ouvert sa maison pour nous servir de backstage, tandis que la mère et la grand-mère des modèles nous feront la surprise d'un repas traditionnel. Il est des moments dans la vie où tout s'enchaîne sans entrave. Où l'on se sent au bon endroit, au bon moment!

Ein Wohnblock aus Blech und Holz, Häuser, deren Farben in der Sonne verblasst sind. Bewohner schenken einem ein schüchternes aber aufrichtiges Lächeln. Wir befinden uns in Dakar, der Hauptstadt des Senegals. Die Gegend hier im Stadtbezirk Hann heißt Yarakh, was auf Wolof „durchsichtig“ bedeutet. Dieser Tag war mehr als ein Fotoshooting er war eine Zeit des Austauschs, ein gegenseitiges Entdecken. Unsere Models Khady und El Hadj leben hier, und die Herzlichkeit der Bewohner, die sie als Models für einen Tag erfahren haben, war rührend. Eine junge Frau öffnete ihr Haus für unser Backstage-Team. Die Mutter und die Großmutter der Models überraschten uns mit einem traditionellen Gericht. Es gibt Momente im Leben, in denen es einfach läuft. ...Und man genau zur richtigen Zeit an genau dem richtigen Ort ist!

Text Mamadou Lamine Diouf
Photos Mamadou Ndiaye



Duty-bound to legacy

Meeting artist and textile designer *Amadou Lamine Mbodj* whose journey represents the troubled history of textile manufacturing in Senegal

It's difficult to discern the feeling that comes from being surrounded by one's past in the present day, though most would place it somewhere between passion and nostalgia.

With each printing block that he presents, Amadou Lamine Mbodj wittily recalls episodes from his life. But words don't quite capture the entirety of the story he has to tell. It's things like his tone of voice, the enthusiasm he radiates in sharing his work, and the way eyes light up on seeing it that do justice to the richness of his life, lived entirely in the service of his art. Though he may be of Senegal's first generation of textile designers, his work is nonetheless contemporary, demonstrating a blend of experience and raw talent that one rarely comes across in Dakar today. But, despite all that he has to offer, he often struggles to find takers for his craft.

"I'm still looking all over for an investor! Today, both the Senegalese and the wider African markets for the production of wax-print fabrics is dominated by companies from India and China," he explains. Indeed, the day-to-day life of this natural-born designer is filled with worry for the sector that he's dedicated his entire career to, as well as hope for a brighter tomorrow. In the here-and-now, however, his attempts to gain investment from public finance institutions have yet to come to much. The response is always the same: "I'm too old for an investment worth millions, apparently." These setbacks have hardly deterred the artist: in his atelier, a small, narrow room in his house in Dakar's suburbs, his works leave room for little else. There's a briefcase, a couple bags and shelves stacked with drawings of his designs. There are also his archives, jealously guarded more out of a sense of satisfaction with the work accomplished than of a reluctance to share them. New designs are present too, along with orders waiting to be delivered.

All signs pointed towards an illustrious career in the artistic creation of fabrics for a young Amadou. In 1966, aged 18, he was immersed in art by his high school teacher, who had noticed his habit for doodling on the papers he handed in as homework. Amadou was one of four students that Charles Perret, a teacher from France who remained in Senegal in the days following colonialism's fall, decided to enrol onto the professional drawing course at the Institut Bieth Perret. In the beginning, his teacher wanted to steer him towards fine art, but he immediately found himself drawn to fashion and fabrics. "I was more interested in dressing the women that the teacher drew than anything else," he says. That's how he set out on a journey that took him to SOTIBA (Société de teinture d'impression et de blanchiment africaine or the African Print-dyeing and Bleaching Company), the flagship of the Senegalese textile industry, where he would serve a 33-year-long career, rising from technician to head of production and eventually to deputy manager. However, poor decisions with regard to national industrial policy have halted the rise of a sector that once flourished.

Senegal has a strong tradition in textiles, with a fabric manufacturing industry that was among the first in West Africa. Accordingly, a good proportion of what was produced was exported across the sub-region. Today, however, hardly any production capacity remains in the country. Against the backdrop of this slump, Amadou lives off the few orders he receives from time to time, in addition to the meagre pension he receives. More often than not, these orders come from the wider sub-region, and from Côte d'Ivoire in particular. In the good old days of the 1970s and 1980s, he could sell his printing plates for 50,000 Francs CFA (€76) a piece, with an average of 10 orders a month. With the difficulties in the sector, however, he's had to lower his price by over two-thirds to 15,000 Francs CFA (€22) and finding regular clients is a struggle.

But, for this former student of [Senegalese historian] Cheikh Anta Diop, "the greatest happiness is to see women wear my creations. Sometimes when I go into town, I come across beautiful women wearing fabrics for which I drew the patterns. I sometimes tease them, assuring them that we made that fabric specially for them," he says. There have also been near-mythical moments, like when the Jackson Five wore fabrics he'd created on their 1974 trip to Dakar.

Amadou's greatest fear is that he should die and that all his creations disappear. Though he has six children, none have chosen to walk in his footsteps. His youngest son started out on the path towards a career in printmaking, but, faced with lacking prospects, quickly reoriented himself towards agribusiness. But that doesn't mean that his artistic legacy is any less assured. Though with mixed success thus, two of his children are trying their hand at careers in music. ►

Par devoir de legs

Rencontre avec le planchiste et créateur textile
Amadou Lamine Mbodj – touché par la crise de la
 confection textile au Sénégal

Texte Mamadou Lamine Diouf
 Photos Mamadou Ndiaye

Quelque part entre passion et nostalgie, difficile de lire le sentiment qui domine l'être, plongé dans un passé encore très présent. Amadou revit, à travers chaque planche qu'il présente, des moments clés de sa vie d'artiste. Le ton d'une belle parole, l'enthousiasme dans le partage de ses créations, les yeux scintillants devant ses œuvres. Autant de souvenirs qui rendent justice à toute une vie vécue pour l'art. Concepteur textile de la première génération sénégalaise, Amadou Lamine Mbodj, artiste « encore » contemporain, possède une expérience et surtout un talent peu commun dans le Dakar d'aujourd'hui. Mais même avec tout ce qu'il a à offrir, il a de plus en plus de mal à trouver preneur.

« Je passe mon temps à parcourir le monde pour trouver un investisseur! Aujourd'hui, les Chinois et les Indiens dominent le marché sénégalais et africain de la fabrication de wax ». C'est à cela que se résume le quotidien de ce dessinateur né : espérer des lendemains qui chantent, pour ce secteur auquel il a consacré une bonne partie de sa vie. Aucune de ses démarches pour obtenir un financement auprès d'organismes publics n'a abouti. La réponse est toujours la même: « trop vieux pour se voir confier des millions ». Mais l'artiste ne baisse pas les bras pour autant. Dans cette petite pièce étroite transformée en atelier dans sa maison de banlieue, ses créations occupent tout l'espace disponible. Une mallette, des sacs et des étagères remplis de planches, aux motifs dessinés ou imprimés. Des archives jalousement conservées de ses œuvres, plus par plaisir de contempler un travail bien fait que par réticence à les partager. Mais aussi de nouveaux dessins et des commandes pas encore livrées.

Pourtant, tout prédestinait le jeune Amadou à une grande carrière dans la création artistique de tissus. A 18 ans, en 1966, il était plongé dans ce monde par son professeur de dessin, d'histoire et de géographie au lycée. Repéré parce qu'il avait cette manie de dessiner les réponses sur ses copies, plutôt que de les rédiger. Amadou fait partie des quatre élèves sénégalais que le professeur Charles Perret, enseignant français resté au Sénégal aux lendemains de la colonisation, décide d'initier au dessin professionnel, à l'Institut Bieth Perret. A l'origine, l'enseignant voulait l'orienter vers le stylisme. Lui se trouve tout de suite un penchant pour la couture et les tissus. « J'étais plus intéressé par habiller les femmes qu'il (le professeur) dessinait qu'autre chose » justifie-t-il. Par la suite, il fera des tests concluants à la Sotiba (Société de teinture d'impression et de blanchiment africaine), à la belle époque de l'industrie textile au Sénégal, où il sera embauché pendant 33 ans comme technicien, chef de production et chef de service adjoint. Hélas, les mauvaises orientations d'une politique industrielle nationale ont stoppé l'essor d'un secteur pourtant très prometteur.

Avec une industrie de confection qui comptait parmi les premières de l'Afrique de l'Ouest, le Sénégal a une longue tradition textile. Alors qu'avant, le pays desservait toute la sous-région en exportations, aujourd'hui, la production a violemment ralenti. Depuis, Amadou vit de sa maigre retraite et de quelques commandes qu'il reçoit de temps à autre, de la sous-région et de la Côte d'Ivoire en particulier. À la belle époque, dans les années 70 et 80, il pouvait vendre ses planches à 50 000 Francs CFA (76 euros) avec une moyenne de 10 commandes dans le mois. Face aux difficultés du secteur, il s'est résolu à réduire ses prix à 15 000 Francs CFA (22 euros) et peine quand même à trouver des clients réguliers.



Mais pour cet ancien élève de Cheikh Anta Diop, « le bonheur suprême, c'est de voir des femmes porter mes créations. Parfois, je pars me balader en ville et rencontre de belles femmes portant des tissus dont j'ai dessiné les motifs. J'en taquine quelques-unes en leur assurant: nous avons créé ce tissu uniquement pour vous ». Il évoque aussi des moments mythiques comme lorsque les Jackson 5, de passage à Dakar en 1974, ont porté des tissus qu'il a créé.

La plus grande peur de Amadou est de « mourir et que toutes [ses] créations disparaissent ». Malgré ses six enfants, aucun n'a choisi la couture. Son fils cadet s'est initié à l'art de la confection de planche textile, mais, face au manque de perspective, s'est très vite orienté vers l'agrobusiness. Sa sensibilité artistique n'a pas sauté de générations pour autant. Avec un succès mitigé, deux de ses enfants s'essayent aujourd'hui à la musique. ►

Erbe verpflichtet

Ein Treffen mit dem Textildesigner *Amadou Lamine Mbodj* dessen Werdegang die Geschichte der Textilkonfektion im Senegal widerspiegelt



Text Mamadou Lamine Diouf
Fotos Mamadou Ndiaye

Es ist nicht leicht, seine Gefühle zu deuten, während er in der Vergangenheit schwelgt, seine Empfindungen scheinen sich irgendwo zwischen Leidenschaft und Nostalgie zu bewegen. Bei jedem Muster, das er präsentiert, lässt er ein interessantes Detail aus seinem Leben wieder aufleben. Er erzählt von der Entstehung dieses oder jenen Prints, lässt Anekdoten einfließen, beschreibt ein ganzes Leben, das er voller Leidenschaft seiner Kunst gewidmet hat, doch sein Tonfall, die Begeisterung mit der er seine Kreationen zeigt, das Leuchten in seinen Augen beim Betrachten seiner Werke – all das sagt so viel mehr als seine Worte.

Obwohl Amadou Lamine Mbodj zur ersten Generation von Textildesignern in Senegal gehört, ist seine Arbeit dennoch zeitgemäß und zeigt eine Mischung aus Erfahrung und Talent, die man heutzutage in Dakar selten findet. Trotz allem, was er zu bieten hat, kämpft er oft darum, Abnehmer für sein Handwerk zu finden.

Amadou Lamine Mbodj ist Textildesigner der ersten Generation im Senegal, trotzdem sind seine Designs für die in Afrika so typischen Waxprintstoffe durchaus zeitgemäß. Niemand kann ihm das Wasser reichen, wenn es um seine Fülle an Erfahrung und vor allem sein Talent für sein Handwerk geht. Obwohl jemand vergleichbares im heutigen Dakar kaum zu finden ist, hat er große Schwierigkeiten, seine Arbeit an den Mann zu bringen.



„Zur Zeit suche ich auf der ganzen Welt nach einem Investor. Inzwischen dominieren die Chinesen und Inder den senegalesischen Markt für Waxprints.“ Diese typischen, mit großen, farbintensiven Mustern bedruckten Stoffe, sind in Afrika allgegenwärtig und erfreuen sich auch international zunehmender Beliebtheit. In der Tat ist das tägliche Leben des leidenschaftlichen Designers voller Sorgen um die Branche, der er seine gesamte Karriere gewidmet hat, und der Hoffnung auf eine bessere Zukunft. Seine Versuche, öffentliche Geldgeber zu finden, die in seinen Betrieb investieren, blieben erfolglos. Die Antwort ist immer dieselbe: „zu alt, um ihm Millionen anzuvertrauen“. Aber der Künstler lässt den Kopf nicht hängen. Das winzige Zimmer in seinem Haus am Rand von Dakar, das ihm als Atelier dient, ist vollgestopft mit seinen Entwürfen. Viel Platz für anderes ist da nicht. Ein Koffer steht da, ein paar große Taschen und Regale, die von oben bis unten voll sind mit Zeichnungen oder bereits gedruckten Motiven. Sein penibel geführtes Archiv von Werken, die er mehr aus Stolz auf die geleistete Arbeit aufbewahrt hat, als aus Zurückhaltung, sie zu teilen. Aber auch neue Designs und noch nicht ausgelieferte Bestellungen.

Und doch schien dem jungen Amadou eine große künstlerische Karriere geradezu vorbestimmt. Dass er allerdings seine Passion in der Gestaltung von Stoffmustern finden würde, ist 1966, als Amadou 18 ist, noch nicht abzusehen. Es ist sein Lehrer für Kunst, Geschichte und Geografie auf dem Gymnasium, der auf den Schüler aufmerksam wird, weil er die Angewohnheit hat, auf den Blättern, auf denen er seine Hausaufgaben abgibt, Zeichnungen anzufertigen. Er beschließt, ihn in die Welt der Künste einzuführen. So wird Amadou einer von vier senegalesischen Schülern, die der französische Dozent Charles Perret, der auch nach dem Ende der Kolonialzeit im Senegal blieb, am Institut Bieth Perret in den Kurs für professionelles Zeichnen aufnimmt. Eigentlich hat der Dozent für ihn die bildenden Künste im Sinn, aber Amadou entdeckt schon sehr bald seine Vorliebe für Mode und Textilien. „Wenn wir nach Modellen zeichnen sollten, dachte ich an nichts anderes, als die Frauen einzukleiden“, erklärt er lachend. Er absolviert erfolgreich die Aufnahmetests bei dem afrikanischen Unternehmen für Textilfärbung, -druck und -bleichen Sotiba (Société de teinture d’impression et de blanchiment africaine), das zu jener Zeit das Flaggschiff in der Textilindustrie des Senegals ist und startet dort eine 33jährige Karriere als Techniker, Produktionschef und stellvertretender Abteilungsleiter. Doch in der Zwischenzeit fährt die nationale Industriepolitik mit ihrem negativen Kurs den Sektor, der einst florierende und im Aufschwung begriffen war, gründlich gegen die Wand.

Der Textilsektor im Senegal hat Tradition. Seine Industrien der Stoffkonfektion zählten zu den ersten in Westafrika und exportierten einen Großteil ihrer Waren auch dorthin. Doch heute existiert praktisch keine Produktion mehr. Ohne seine magere Rente und die vereinzelter Bestellungen, die noch eingehen, meist aus der Westafrika, vor allem von der Elfenbeinküste, käme Amadou in dieser Flaute kaum über die Runden. In der Glanzzeit, den 70er und 80er Jahren konnte er seine Entwürfe für 50.000 CFA-Francs (76 Euro) das Stück verkaufen bei mindestens zehn Aufträgen pro Monat. Angesichts der Schwierigkeiten der Branche hat er sich dazu durchgerungen, die Preise auf 15.000 CFA-Francs (22 Euro) zu reduzieren, und dennoch ist es schwer, Stammkunden zu finden.

Aber für Amadou, der noch Schüler bei dem senegalesischen Historiker, Anthropologen und Politiker Cheikh Anta Diop war, ist es das größte Glück, Leute zu sehen, die seine Stoffe tragen. „Wenn ich in die Stadt gehe, begegne ich manchmal Frauen, die von mir designte Stoffe tragen. Dann flachse ich mit ihnen herum und versichere ihnen, dass wir diesen Stoff einzig und allein für sie geschaffen haben“. Und dann sind da noch diese ganz besonderen Momente, wie z.B. 1974, als die Jackson Five in Dakar waren und Kleidung mit seinen Mustern trugen.

Amadous größte Angst ist, dass er stirbt und nichts von seinem Lebenswerk zurückbleibt. Obwohl er sechs Kinder hat, tritt keines davon in seine Fußstapfen. Sein jüngster Sohn schlug zwar diese Laufbahn ein, aber mangels Perspektiven orientierte er sich sehr bald um in Richtung Agrobusiness. Das bedeutet aber nicht, dass sein künstlerisches Erbe nicht gesichert ist. Zwei seiner Kinder versuchen sich in der Musik, wenn auch noch mit durchwachsenem Erfolg. ■

Plage *Ouakam*

Photography Dan Belei
Styling Rainer Metz
Make-Up Kate Mur
Model Ndeye AMY MGMT'



Dress **KoKo**
Jewellery **Adinkras Jewels**



Jacket **SK60**
Dress **Ankara Nzuri**



Belts **Sarayaa**



Skirt as dress **Nomade's**
Ring **Bélya**



Dress **Asse Création**





Boubou **Zadada**
Earring **KoKo**



Top **Diarrablu** via **F Koncept**
Skirt **Bélya**
Necklace **Bolé**



Dress & Bracelets **Koko**
Belts on the guys **Sarayaa**



Dress **Sisters of Afrika**
Fishermen's Pants



Dress **KoKo**
Jewellery **Vintage**



Jacket **Sisters of Afrika**
Fishermen's pants



Dress **KoKo**
Earrings **Bélya**



Dress **KoKo**
Bracelet **KoKo**

Imprint

MODE

SENEGAL

Publisher
Goethe-Institut Senegal

Director
Philip Küppers

Project Manager
Yvette Falk

Editor in Chief, Creative Director
Arne Eberle / CE Magazine
www.oemagazine.de

Art Director
Lisa Borges / Studio Maven
www.mavenberlin.com

Fashion Director
Rainer Metz

Photography
Dan Beleiu, Marie Jampy Baron, Seyni B.

Hair & Make-Up
Kate Mur, Khady Niang, Tahicia Gomes

Texts
Borso Tall, Mary Jampy Baron, Mamadou Lamine
Diouf, Ricci Shryock

Translations
Inès Maamcha, Mahoro Seward, Nele Junghanns

Very Special Thanks to
Heike Selmer, Faiez Ftouni, Madeleine Sylla,
Sophie Markl, Yacine Diaw Scali, Mamoudou
Ndiaye, Lauren Noameshie

On behalf of the German Federal Ministry for
Economic Cooperation and Development (BMZ),
the GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit) and the Goethe-Institut promote
the emerging market of cultural and creative indus-
tries in Africa and in the Middle East.

Le Ministère fédéral allemand de la Coopération
économique et du Développement (BMZ) a chargé
la GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit) et le Goethe-Institut de promou-
voir le marché émergent des industries culturelles
et créatives en Afrique et dans le Proche-Orient.

Im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaft-
liche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
fördern die Deutsche Gesellschaft für inter-
nationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH und das
Goethe-Institut den Zukunftsmarkt Kultur- und
Kreativwirtschaft in Afrika und im Nahen Osten.



Designer Contacts

A-Z

A

Adama Paris

instagram.com/adamaparis
adamaparis.com

Adele Dejak

instagram.com/adeledejak
adeledejak.com

Adinkras Jewels

instagram.com/adinkrasjewels

AF-Shal

instagram.com/af_shal

Al Ghazala

instagram.com/alghazalashop

Alia Bare

instagram.com/alia.bare

Ankara Nzuri

instagram.com/ankaranzuri

Asse Création

assfashion89@gmail.com

B

B'Toure

instagram.com/3toure
btoure.com

Beauty by Sagar

instagram.com/beautybysagar

Belle Aicha

bellemballo@gmail.com

Bélya

instagram.com/belyashop
belyashop.com

Bolé

instagram.com/bole.dakar

Bull Doff

instagram.com/bulldoffofficiel
bulldoff.com

By Pathé

instagram.com/by_pathe
bypathe.com

D

Diarrablu

instagram.com/thediarrablu
diarrablu.com

F

Fara

instagram.com/farabayear

G

Garden

instagram.com/gardendakar

Ghada Lamghari

instagram.com/ghadalamgharifashion

I

Imaara

instagram.com/imaarajewelry

In Africa

instagram.com/in_africa_

J

JackieDi

instagram.com/jackiedidk

K

Kaak Society

instagram.com/thekaaksociety

Kakinbow

instagram.com/kakinbow

KoKo

instagram.com/koko.sn

L

L'artisane

instagram.com/lartisane.shop

L'Armoire Sahelienne

instagram.com/larmoiressahelienne
larmoiressahelienne.com

M

Madeleine D'Arabie

instagram.com/madeleine_darabie

Maison DE'TTA

instagram.com/maisondetta

Maraz

instagram.com/marazdakar

Momo le Bottier

instagram.com/momobottier

Monica Collections

instagram.com/monicacollections__

N

Ndack Sy

ndacksy87@gmail.com

Néné Yaya

instagram.com/neneyayahb

Neroli

instagram.com/nerolidakar

Niawal

instagram.com/niawaldkr

Nio Far

instagram.com/niofarbymilcos

Nomade's

instagram.com/nomades_brand

Nunu

instagram.com/nunudesign_by_dk
nunudesignbydk.com

R

Romzy

instagram.com/romzyboutique
romzy.net

S

Sarayaa

instagram.com/sarayaafashion

Sassy Chic

instagram.com/
sassychicboutiquedakar

Selly Raby Kane

instagram.com/sellyrabykane
sellyrabykane.com

Sidy Kounda

instagram.com/sidy_kounda

Sigil

instagram.com/espace_medina

Sira & Bandeerabe

instagram.com/sirandbande
sirabandeerabe.com

Sisters of Africa

instagram.com/sistersofafrika
sistersofafrika.fr

SK 60

instagram.com/sk60couture
sk60couture.com

So' Fatoo

instagram.com/sofatoo

T

Taar Afrika

instagram.com/taarafrika

Tétatou

instagram.com/tetatou

The Reyn

instagram.com/thereyn.world

W

Wax Feel

instagram.com/waxfeel_creative

Z

Zadada

instagram.com/zadada_

Zeynab Ka

instagram.com/zeinabka.dakar
zeinabka.com

4

44flavours

instagram.com/44flavours
44flavours.de

Map

DAKAR ONLINE



*Scan
this code
for further
concept
stores and
designer
shops in
Dakar*



SENEGAL



MODE