

WAX ! Akwaaba wo Ghana !*

👉 Imaginée par la HEAR avec l'anthropologue Anne Grosfilley, et en coproduction avec le Musée de l'impression sur étoffes à Mulhouse, l'exposition rend hommage au wax, tissu aux origines multiples – asiatiques, européennes et africaines – devenu emblème d'élégance et de revendication identitaire.

À travers une approche immersive, la scénographie tisse un dialogue original entre transmission et innovation, de l'histoire industrielle de Mulhouse aux techniques artisanales du Ghana. Riche d'archives anthropologiques et historiques, l'exposition met en lumière un projet de recherche et de création de collection mené par six étudiantes du département Design textile de la Haute école des arts du Rhin (HEAR) à Mulhouse, en collaboration avec l'entreprise ghanéenne AICL (Akosombo Industrial Company Limited).

À travers des collections exceptionnelles, l'exposition fait découvrir le wax autrement, célèbre les liens tissés entre Mulhouse et le Ghana et offre un voyage inattendu et dépaysant pour un « tissu d'élégance », loin des clichés et du folklore.

Akwaaba wo Ghana ! *Bienvenue au Ghana !

Commissariat

Anne Grosfilley et Christelle Le Déan

Collections

Anne Grosfilley

Exposition collective

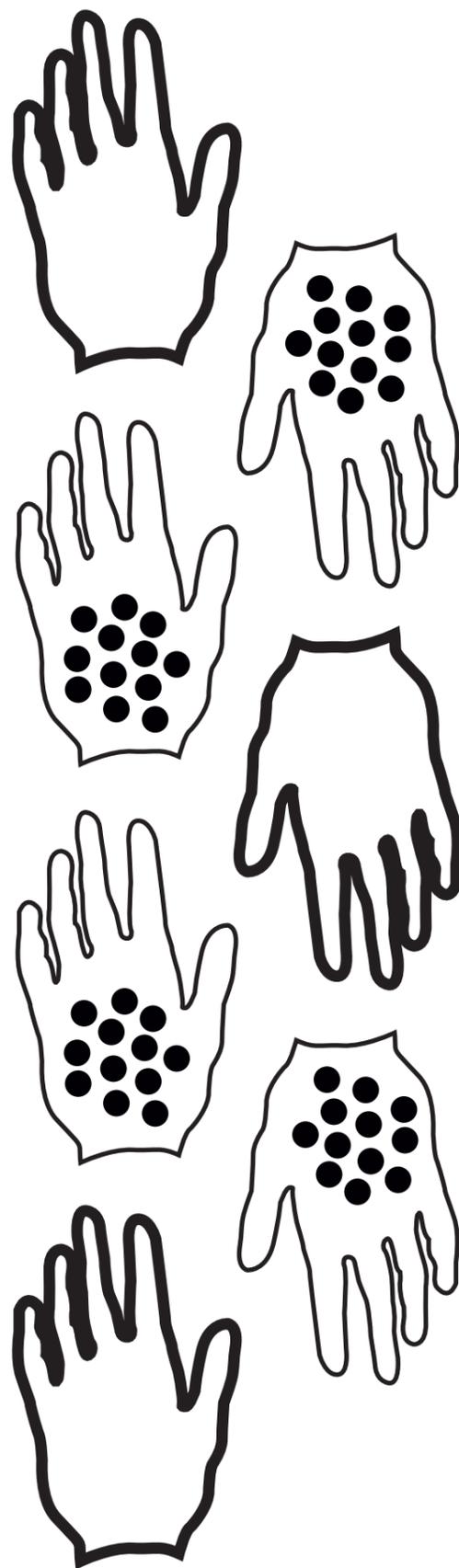
Louison Billy,
Perrine Caloin,
Maëlle Charpentier,
Marie Damageux,
Marguerite Outhenin-Chalandre,
Juliette Planchon-Clément,
Ninon Rousseau

27 juin - 2 novembre 2025

Musée de l'impression sur étoffes

14 rue Jean-Jacques Henner - Mulhouse

Mercredi – Dimanche, 13h - 18h



HEAR MUSÉE DE L'IMPRESSION SUR ÉTOFFES MULHOUSE

Avec le mécénat de BARRISOL

👉 Entrée — Couloir ↓

Ouvrir l'exposition WAX ! sous le signe de « La main » offre une plongée dans l'histoire et les histoires de cette étoffe. Premier wax qui arrive en Gold Coast (actuel Ghana) en 1895, ce tissu iconique traverse le temps et devient porteur de messages. Autrefois allégorie de l'union fait la force, ce dessin appelé aujourd'hui « ne te marie pas les mains vides » exhorte le féminisme à travers l'indépendance financière. Cette main incarne également le geste de la création textile, de l'esquisse du dessin à l'impression manuelle, et symbolise celles de 6 étudiantes du département Design textile de la HEAR, qui se sont immergées pendant une semaine dans l'entreprise AICL (Akosombo Industrial Company Limited), au Ghana, pour imprimer une collection originale. Trait d'union entre l'épopée d'un tissu mondial et l'aventure de jeunes designers de Mulhouse, l'exposition vous tend la main et vous invite sur les routes du wax, de son origine à ses déclinaisons artistiques contemporaines.

Bienvenue ! Akwaaba !

👉 Salle Ratti ↓

Le wax, une histoire mondiale

Considéré aujourd'hui comme le tissu le plus emblématique d'Afrique, le wax est une étoffe de la rencontre des cultures d'Asie, d'Europe et d'Afrique.

Au XIX^e siècle, le textile représente un enjeu économique majeur, qui exacerbe la compétition entre des nations européennes jalouses d'étendre leurs zones d'influence à travers le monde. À l'instar des indiennes, des pratiques vernaculaires étrangères sont adaptées par des entreprises occidentales. Présente dans l'archipel indonésien, la Hollande développe un intérêt pour le batik, qui sera industrialisé par l'entreprise Prévinair & Wilson vers 1840. Ses premières versions industrielles, commercialisées sur l'île de Java, ne reflètent pas totalement les exigences esthétiques locales et rencontrent un engouement modéré qui n'atteint pas trois décennies. Convaincue de la qualité de cette étoffe, dénommée « wax » en référence à son procédé d'impression à la cire, Prévinair & Wilson recherche un autre marché. Dans les années 1890, l'intuition du commerçant écossais Ebenezer Brown Fleming marque les débuts du wax en Afrique. Des missionnaires de la Mission de Bâle l'orientent vers le Ghana (alors appelé Gold Coast en référence à ses réserves d'or), où ils ont introduit la machine à coudre et suscité l'usage de fines cotonnades. Le retour de troupes ghanéennes enrôlées dans l'armée néerlandaise pour combattre en Indonésie (durant la guerre des Padris) coïncide avec le succès rapide du wax.

Dès 1902, l'Angleterre devient le deuxième pays producteur de wax, suivie par l'entreprise suisse Hohlenstein (1928-1974). À Mulhouse, la production de fancy (imprimé d'un coût plus abordable inspiré du style du wax) devient l'apanage de Texunion. À partir des indépendances (années 1960), grâce au soutien de groupes européens, la production de wax se développe en Afrique, notamment au Ghana (ATL et GTP), Nigeria (UNTL, Nichemtex), Sénégal (Sotiba Simpafric), en RDC (CPA Zaïre) et en Côte d'Ivoire (Uniwax).

L'ouverture des marchés textiles par l'OMC en 2005 entraîne l'arrivée massive de wax venus d'Asie (Chine, Inde, Pakistan) qui représentent aujourd'hui 96% du marché. Créée en 1846, l'entreprise hollandaise Vlisco demeure la seule société européenne encore en activité. L'Afrique a également connu la fermeture de nombreux sites, à l'exception de la Côte d'Ivoire et du Ghana.

4 cadres illustrent l'ancrage progressif du wax en Afrique

- 1 La première version originale de 1895 était formatée aux mesures d'un sarong, s'arrêtant aux genoux (91 cm ou 36 pouces). Les clientes africaines allongeaient la lé en ajoutant une bande de tissu, afin d'obtenir un pagne descendant jusqu'aux chevilles.
- 2 L'entreprise Vlisco a donc élargi ses lé à 1,20 m (48 pouces) et complété le dessin avec une rangée de doigts, afin que cette étoffe soit spécifiquement adaptée aux cultures africaines.
- 3 À partir des années 1970, l'impression de « La main » par l'entreprise ivoirienne Uniwax fait que ce wax devient un produit *Made in Africa*, avec un impact économique sur le continent (totale chaîne de valeur, du coton cultivé, filé, tissé, et imprimé localement).
- 4 Ce motif est à présent rentré dans la tradition et incorporé dans le glossaire de motifs des artisans ghanéens, à l'instar de cette étoffe dite « Obama ».

3 étagères illustrent l'histoire du wax et de la création des dessins

• Étagère 1
Le batik indonésien a à la fois inspiré la technique du wax, mais aussi certains éléments iconographiques. À Java, l'usage du *cap* (tampon en lamelles de cuivre) 5 a accru la productivité des batiks initialement décorés à l'aide de *canting* (stylet en cuivre pour le tracé de la cire à main levée). Pour le wax, le dessin est transféré à partir de films *offset* 6 et gravé sur des rouleaux de cuivre. Les couleurs supplémentaires du wax sont imprimées à l'aide de tampons en bois et feutre (*blocks*) 7. Le motif des ailes du Garuda (oiseau sacré de Vishnu) 8 connaît de nombreuses variantes en Indonésie, et sert également d'inspiration à de nombreux motifs de wax, perçus par les populations ouest africaines comme un « escargot hors de sa coquille », un « régime de bananes » ou un « coquillage ». Un autre motif d'inspiration indonésienne, dénommé « Java mask » 9 par les dessinateurs européens, est connu au Ghana sous le nom « dos de tortue ».

• Étagère 2
La diffusion du wax vers les marchés africains renvoie à l'impact du marchand écossais Ebenezer Brown Fleming 10, conseillé par des missionnaires 11. Un kente tissé 12 et des tampons d'adinkra 13 illustrent le rôle préexistant du textile drapé pour exprimer le prestige des populations de Gold Coast. 14 Les tout premiers dessins, devenus des classiques, font le lien entre les générations sur plusieurs décennies. 15 L'influence des indiennes se reflète dans les dessins floraux. 16 La production anglaise s'inspire du leader hollandais pour séduire les marchés africains, et suit les dernières innovations en termes de couleurs et de style. 17 Ces entreprises concurrentes sont distribuées par la même maison de commerce, CFAO (Compagnie française d'Afrique occidentale), dont Qualitex est le département textile en Côte d'Ivoire. 18 L'émergence des industries locales africaines est illustrée par des wax imprimés au Ghana, en Côte d'Ivoire, au Nigeria et au Zaïre (RDC).

• Étagère 3
19 Les premiers motifs de wax constituent une forme de vocabulaire servant à composer de nouveaux dessins. Vlisco revisite ainsi son patrimoine avec grande créativité. 20 À l'initiative de la Fondation Gaia, le motif emblématique de la main a par ailleurs donné lieu à l'élaboration d'un pagne imprimé au Mali pour sensibiliser les populations aux dangers de la Covid 19. 21 Le glossaire de motifs anciens s'enrichit sans cesse de nouveaux dessins à succès, comme l'atteste la popularité de « Fleur de mariage », créé en 1979 par Ton Van de Manakker, et aujourd'hui largement copié par l'industrie asiatique.

• Bureau
22 Afin de cibler la variété culturelle et esthétique des marchés africains, chaque dessin de wax est proposé dans plusieurs variantes chromatiques.

👉 Salle Ratti ↓

Le **workshop HEAR X AICL au Ghana et l’exploration technique du wax** Tout commence en 2019 quand les enseignantes Christelle Le Déan et Mirjam Spoolder du département Design textile de la HEAR à Mulhouse débutent un travail autour du wax et organisent un voyage à Helmond, fief du wax hollandais.

En 2021, le projet prend un nouveau départ suite au séminaire de recherche organisé par la HEAR et à l’implication d’Anne Grosfilley, anthropologue de terrain. Cette rencontre déterminante préfigure un projet de création textile avec l’entreprise ghanéenne AICL (Akosombo Industrial Company Limited) qui donne naissance à une collection de six designs contemporains imaginés à Mulhouse et réalisés au Ghana. Durant l’année 2021-2022, six étudiantes du département Design textile participent à un projet de recherche unique en son genre. Elles conçoivent leurs maquettes à la HEAR et échangent avec l’entreprise ghanéenne pour adapter leurs designs aux spécificités techniques du processus de fabrication du wax.Ces créations proposent des expressions artistiques contemporaines qui entretiennent des affinités électives avec Mulhouse, son histoire industrielle, l’indienne, l’arbre de vie ou la représentation d’un écosystème, le japonisme et le panoramique.

Louison Billy — *La Tisseuse de vie* ⁽²³⁾
Le wax, outil de communication non verbale, tissu d’émancipation pour les Nana Benz, est mon support d’expression. Ici, c’est une cosmogonie tissée par une puissance féminine : l’araignée, Anansi figure des contes Ashanti du Ghana (en langue akan, ananse veut dire « araignée »). Chacun des éléments interconnectés se déploie et se régénère. Je désirais interroger le statut de la femme contemporaine et les stéréotypes liés à sa fertilité, sa domesticité et son lien au textile dans l’histoire. Symbole lié à l’histoire du textile et à la région mulhousienne, l’Arbre de vie symbolisait pour les Perses, la renaissance constante entre les êtres et les choses, le berceau et l’interconnexion entre les différents éléments vivants, le ciel et la terre.

Perrine Caloin — *À vol d’oiseaux* ⁽²⁴⁾
Veste en wax avec motif placé et foulard en soie
Ce dessin est inspiré par les nombreux voyages du Wax, tissu international. Les oiseaux sont de différentes origines, ils vont et viennent au gré de leurs envies. Les oiseaux sont pour moi comme les humains qui voyagent pour découvrir de nouvelles cultures et de nouveaux paysages. Ici, le paysage est imaginaire bien qu’inspiré d’éléments réels, parmi lesquels le Mont Blanc, le Kilimandjaro et l’Everest.

Maëlle Charpentier — *Le Fauve à pois* ⁽²⁵⁾
Ce fauve à pois est inspiré de motifs découverts lors d’un voyage au Japon. J’y ai appris le shibori, une technique de teinture qui, comme le WAX, repose sur le principe de la réserve pour créer des motifs. Ce parallèle entre deux cultures m’a marquée : le Ghana et le Japon, si éloignés, se rejoignent par l’art textile, en inscrivant la mémoire sur le tissu. Mon fauve devient le symbole de cette fusion. À travers ce projet, je célèbre le dialogue entre les cultures et montre que, malgré leurs différences, elles peuvent se rencontrer dans la création et le partage des savoir-faire.

Marguerite Outhenin-Chalandre — *SIM - Société industrielle mulhousienne* ⁽²⁶⁾
Je construis ma narration en unissant deux patrimoines textiles, alsacien et ghanéen. Ici, les techniques d’impression du patrimoine alsacien sont mises en diapason avec celles du wax, héritage du Ghana Ce motif dépeint la société industrielle mulhousienne (SIM), parcourue par des passants de toutes générations, symboles de la transmission des savoir-faire. Les colonnes et plantes grimpantes évoquent les fameux panoramiques de la manufacture de Zuber à Rixheim, tandis que la trame graphique de fond, inspirée des motifs traditionnels du WAX, joue sur des effets miroir. Ainsi se dessine un jeu de tandem, un va-et-vient entre deux références historiques — deux techniques, deux cultures.

En février 2022, les jeunes designeuses partent au Ghana et impriment leur dessin avec les équipes d’AICL, la seule entreprise au monde qui perpétue l’impression manuelle au block (tampon en bois sculpté et recouvert de feutre), dans la tradition des tout premiers wax.

Les dessins des maquettes ont été transférés sur deux films *offset* (en effet miroir), puis gravés sur d’épais cylindres de cuivre, eux-mêmes fabriqués au sein de l’entreprise. Ceux-ci impriment le dessin en négatif sur le tissu, en recto verso, à l’aide de cire (ou résine) verte qui sert de réserve. Un bain de teinture d’indigo pénètre les zones non protégées et la suppression de la cire fait apparaître en blanc les zones qui étaient recouvertes. Les couleurs supplémentaires sont imprimées au block et accentuent certains éléments du dessin. Le léger décalage entre l’aplat de couleur et le motif, ainsi que le cracking (veines d’indigo liées aux craquelures aléatoires de la cire) participent aux « parfaites imperfections » du véritable wax, dont chaque mètre est unique.

Juliette Planchon-Clément — *La Danse de l’eau* ⁽²⁷⁾
Un hommage à la culture ghanéenne mélangeant nature, musique, danse et artisanat traditionnel. Cette danse met en scène une méduse, animal marin pouvant évoluer tant dans les eaux profondes et sombres que dans les lagons à l’eau cristalline, passant de l’eau chaude à l’eau froide. Cet animal s’adapte parfaitement à son milieu maritime pouvant même revêtir une apparence se fondant totalement dans le milieu dans lequel elle navigue. La méduse fait face à un poisson combattant aux nageoires imposantes qui provoquent des ondes de mouvement dans l’eau. La méduse à l’image du peuple ghanéen ne fuit pas devant la menace du poisson combattant en lui faisant face. Ce Wax traditionnel illustre le blanc et noir, le bien et le mal, la danse et la musique, la tradition et le progrès.

Ninon Rousseau — *L’Azuré des dunes et la fourmi* ⁽²⁸⁾
J’utilise le pouvoir narratif du Wax ainsi que la possibilité de créer un motif presque panoramique pour raconter l’histoire d’un écosystème menacé en France, celui du cycle de vie de l’azuré des dunes, papillon myrmécophile (élevé par des fourmis) qu’on retrouve en Bretagne, menacé à l’instar de plus en plus d’espèces d’insectes. Les fourmis élèvent les larves de papillons qui pollinisent les dunes. Grâce aux racines des graines semées par les papillons, les dunes se solidifient. Mais avec la destruction des foomilières liée aux comportements humains (promenades hors des sentiers côtiers, jets de déchets, chiens non tenus en laisse), les papillons disparaissent et les dunes se fragilisent alors même que le niveau de la mer ne cesse de monter. Ces problèmes et les enjeux écologiques qu’ils représentent sont une passerelle entre l’Europe et l’Afrique puisque tout le globe est concerné par les conséquences de la diminution de la biodiversité.

Marie Damageux — **Photos**
- Atelier d’impression au tampon, AICL — Akosombo, trame indigo
- Photo atelier couleur AICL — Akosombo, trame indigo
- Six portraits sous cadre, étudiantes, professeur et responsable de l’atelier gravure, prises de vue dans l’atelier de gravure AICL — Akosombo

Christelle Le Déan — **Photos**
- Processus impression wax, AICL — Akosombo, trame verte

👉 Salon de thé ↓

De l’étal du marché à l’atelier du tailleur
L’arrivée du wax sur le marché est le moment où il dépasse le statut de simple tissu, et devient l’incarnation de la parole des femmes. Ce sont des commerçantes togolaises qui, dès les années 1950, ont eu l’idée d’associer des noms aux dessins de wax dont elles avaient le monopole de la distribution. Cette initiative très lucrative leur a valu le surnom de Nana Benz, car leur richesse leur a permis d’acquérir des Mercedes-Benz. De « l’œil de ma rivale » à « l’argent s’envole », de « fleur de mariage » au « sac à main de Michelle Obama », c’est souvent le message qu’il porte qui oriente l’achat d’un dessin.

Le wax est vendu en coupons de 6 yards (3 pagnes d’1,80 m), et destiné à devenir un vêtement. Les usages traditionnels sont le pagne drapé, autour des hanches comme une longue jupe tubulaire pour les femmes, et à la manière d’une toge pour les hommes des peuples côtiers. Les vêtements cousus reflètent l’empreinte de religions monothéistes, dans un souci de décence, à l’instar du boubou d’influence musulmane, ou de la robe mission évasée (parfois raccourcie en camisole) introduite par des missions chrétiennes. Pendant des décennies, le port du wax reste très codifié, et marque le statut social des femmes mariées respectables qui revêtent un « complet », composé d’un corsage et de deux pagnes drapés.

La fin des années 1980 et le concours des Ciseaux d’or, organisé par l’usine Uniwax, marquent un tournant fondamental dans l’usage du wax qui devient un tissu d’élégance, auprès des jeunes femmes mais aussi des hommes. Les tailleurs deviennent des créateurs de mode, qui subliment le wax dans des coupes audacieuses et ajustées au corps. Les ateliers des quartiers populaires regorgent de wax déposés par leurs client-es, à l’occasion d’un mariage ou d’une fête. Les tailleurs s’inspirent de magazines et adaptent les modèles à la morphologie de leur clientèle, afin que chaque élégant-e ait un modèle unique, coupé à main levée et cousu sur mesure.

Les créateurs de mode

⁽⁴³⁾
À la fin des années 1980, Pathé’O est le premier créateur qui développe des lignes de chemises pour hommes en wax de Côte d’Ivoire, vendues à travers le continent africain, dans un réseau de 15 boutiques.
⁽⁴⁴⁾
À l’aube du XXI^e siècle, reconnaissable par ses surpiqûres rouges et son étiquette apparente, Xuly Bêt revisite le wax pour les marchés afropolitains de Paris, Londres et New York. L’entreprise de luxe Vlisco développe des collaborations avec des créateurs audacieux et innovants, à l’instar des Londoniens Ozwald Boateng ⁽⁴⁵⁾ et Alexis Temomanin (Dent de Man) ⁽⁴⁶⁾ . Ils célèbrent avec raffinement leurs origines ghanéennes et ivoiriennes.
⁽⁴⁷⁾
C’est avec la maison Dior que le wax s’inscrit dans une histoire mondiale. Avec la collection Cruise 2020, la directrice artistique Maria Grazia Chiuri propose une conversation entre les dessins de Toile de Jouy et de cartes de tarots, et la technique du wax. L’excellence de la maison parisienne, l’expertise de l’anthropologue Anne Grosfilley et le dynamisme de l’entreprise Uniwax de Côte d’Ivoire dialoguent avec majesté pour engendrer une collection prêt-à-porter exceptionnelle, autour de 42 dessins élaborés et imprimés à Abidjan.

Pendant 130 ans, le wax a été une production européenne pour les marchés africains. Inversant le cours de l’Histoire, c’est aujourd’hui l’Afrique qui devient un producteur majeur de wax pour le marché du luxe en Europe.

Tableaux textiles
L’anthropologue Anne Grosfilley et l’historien Claude Boli questionnent les représentations du wax en proposant un dialogue sur des thèmes variés, dans l’esprit d’imagiers XXL. Leur efficacité visuelle proche du Pop Art révèle de façon singulière des étoffes destinées à un usage vestimentaire.

⁽⁴⁸⁾
Pointure d’élégance
Pour compléter une belle tenue, rien de tel qu’une montre et une jolie paire de chaussures. Ce n’est pas donné à tout le monde, et nombreuses sont celles qui doivent se contenter de tongs qu’elles appellent des « en attendant », dans l’espoir de porter un jour de jolis escarpins. Le sac à main est l’accessoire emblématique de l’élégance féminine, et quand elle revêt « Le sac à main de Michelle Obama », toute femme se sent belle et puissante.

À l’aube du XXI^e siècle, le wax est un tissu de mode vestimentaire, mais également d’accessoires et de décoration intérieure. Il devient aussi un étendard manifeste du lien entre le continent africain et les diasporas. Porter du wax cousu sur mesure permet de souligner la singularité de sa personnalité, tout en exprimant l’adhésion à une union collective. En outre, le wax est aussi un savoir-faire d’exception valorisé dans le secteur du luxe, qui dépasse les frontières.

L’atelier du tailleur est évoqué par la fameuse machine à coudre Singer ⁽²⁹⁾ , des ciseaux, des fers à repasser au charbon ⁽³⁰⁾ et un mètre ruban, des pièces de wax déposées par les clients ⁽³¹⁾ et des vêtements venant d’être cousus ⁽³²⁾ , des affiches compilant les tendances de l’année ⁽³³⁾ ainsi que le carnet de commande du couturier Pathé’O ⁽³⁴⁾ , des magazines Vlisco et Uniwax ⁽³⁵⁾ qui servent de catalogues d’inspiration et d’autres objets incontournables tels que le ventilateur ⁽³⁶⁾ , le transistor ⁽³⁷⁾ et le balai pour nettoyer l’atelier de toutes les chutes de tissu ⁽³⁸⁾ .

Au Togo, on désigne par le mot *assassan* ⁽³⁹⁾ un pagne compilant des bandes de wax de grande qualité assemblées bord à bord. Porter une telle étoffe devient une façon ostentatoire de montrer en une seule fois toute sa collection de pagnes hollandais Vlisco. Cette pratique se distingue du style *baïfal* du Sénégal ⁽⁴⁰⁾ où les tailleurs recyclent les chutes de formes irrégulières en les assemblant pour confectionner des chemises à très bas coût.

⁽⁴¹⁾
Les tenues des participants d’un mariage à Abidjan (Côte d’Ivoire) illustrent la notion d’uniforme. L’adhésion au groupe est exprimée par le port du même tissu, mais la personnalité de chacun révélée par le style unique de sa tenue, cousue sur mesure.

⁽⁴²⁾
Les tailleurs exposent souvent leurs réalisations pour attirer la clientèle. Dans les années 1990, ils les présentaient sur des cintres peints, influencés par les films de Bollywood diffusés dans les cinémas en plein air.

⁽⁴⁹⁾
Coquetterie
L’usine hollandaise Vlisco n’attribue qu’un numéro matricule à ses dessins, et laisse les commerçantes africaines leur donner un nom. C’est ainsi que les dessins du fond de cette tenture sont devenus « Famille » et les femmes aiment souligner que la poule, entière, occupe une position centrale, alors que seule la tête du coq apparait, en périphérie. L’entreprise anglaise ABC préférerait au contraire associer un nom à chaque création. Pour viser les marchés francophones, certains noms se sont essayés au français, à l’instar du nom « Coquetterie » pour un motif de coq. *So British!*

⁽⁵⁰⁾
L’Afrique à la mode
En Afrique noire, la couture sur mesure demeure la principale façon de s’habiller. Après avoir acheté son wax au marché, on l’amène chez un tailleur qui prend les mensurations et élabore une tenue en quelques jours, suivant les indications des client-es. Le résultat n’est jamais garanti, et la formule « je reviendrai » est l’expression d’une clientèle satisfaite.

⁽⁵¹⁾ ⁽⁵²⁾
Vlisco — Campagne 2021
Extrait de la campagne *Euphoria* réalisée par Bart Hess et chorégraphiée par Emma Evelein. Véritable manifeste visuel conçu comme un spot musical et coloré où les tissus imprimés wax sont sublimés par une chorégraphie dynamique et sensorielle.
→ emmaevelein.com/portfolio-items/vlisco/

⁽⁵³⁾ ⁽⁵⁴⁾
Vlisco — Campagne 2025
La campagne *Beauté florissante* a été confiée au collectif togolais Togo YEYE (« Nouveau Togo »), fondé en 2019 à Lomé par Malaika Nabillah et Delali Ayivi. Le collectif célèbre la culture, la jeunesse et la force féminine togolaises. Un hommage vibrant aux Nana Benz, ces figures emblématiques et inspirantes dans l’histoire du tissu wax au Togo. VLISCO donne à découvrir Lomé (ses plages, fleurs, rues) à travers des visuels forts portés par une équipe 100 % togolaise.

⁽⁵⁵⁾ ⁽⁵⁶⁾
Cabine photo Instagram
Perrine Caloin, *À vol d’oiseau* et Marguerite Outhenin Chalandre, *SIM — Société industrielle mulhousienne*