



Chronique d'Effectuation #27 : Umòja, Une Histoire Sur Vos Baskets



La recherche de sens, d'impact et de relation humaine est de plus en plus prédominant dans notre société. Découle de cette recherche la prise de conscience d'une consommation peu responsable et peu respectueuse de l'environnement. De nombreuses marques tentent de redonner du sens à leur production à coup de matraquage publicitaire montrant des petits producteurs répartis aux quatre coins du monde. Mais alors qu'en est-il des projets passés sous les radars des consommateurs et qui luttent pour une consommation plus "propre"?

En deux mots. Sneakers culturelles.

Umòja Shoes est un projet "solidaire, artistique, culturel et humain". Autant de valeurs rassemblées dans un produit de consommation du quotidien, une paire de *sneakers*. La création de la marque est basée sur des produits naturels africains issus de l'agriculture biologique. Oubliez la production de masse de coton et place aux fibres naturelles produites par de petites communautés africaines au grand savoir-faire.

Pour remplacer le traditionnel cuir des chaussures, Umòja utilise de l'écorce d'arbre retravaillée manuellement, processus considéré par l'UNESCO comme "le plus vieux savoir-faire humain en matière de textile". Des matériaux peu connus par les consommateurs qui donnent aux sneakers toute leur personnalité et



[Visualiser l'article](#)

histoire : fibres de bananier, de raphia et tissages traditionnels vous feront découvrir la dextérité de l'artisanat africain.



Idée. Retour aux sources.

Dieuveil, étudiant en master de droit se rapproche de plus en plus de la fin de ses études sans avoir l'intime conviction de se lancer dans la bonne voie. En début de recherche de poste, Dieuveil a une révélation "je ne voulais pas évoluer dans cette sphère élitiste du Droit, je souhaitais trouver de l'humain dans mon quotidien". Sans plus attendre, le jeune étudiant brestois arrête ses études et devient bénévole au Secours Populaire.

A la suite de son expérience de bénévolat, Dieuveil voyage en Afrique pour revoir ses proches et les paysages de son enfance. Alors en Côte d'Ivoire et au Bénin, il découvre "un artisanat africain très riche que l'on ne retrouve pas Europe". De ce voyage, l'idée d'exporter ces savoir-faire peu répandus pour créer de nouvelles alternatives grandit.



Problème. Un lourd bilan.

C'est un fait: l'industrie de la mode et du textile est peu reconnue pour ses valeurs écologiques. Des milliers de kilomètres sont parcourus par nos vêtements avant qu'ils n'arrivent dans nos armoires. Au delà de ce tour du monde, les fibres synthétiques utilisées par les industriels sont très polluantes, les procédés de fabrication occultes et les conditions de travail des ouvriers trop souvent à déplorer. A toutes ces doléances, s'ajoutent les récents scandales sur la cause animale et l'utilisation trop fréquente de cuir ou de fourrures.

Un bilan alarmant qui pousse les consommateurs à devenir plus responsables tant écologiquement que socialement. Aspiration qui amène de jeunes entrepreneurs à sortir des sentier battus et à chercher de nouveaux matériaux aptes à l'utilisation de l'industrie textile.



Mise en oeuvre. Afrique – Europe sans transition

Umòja se lance dans cette industrie du textile et de la mode en étant perçu comme un OVNI. En effet, recherche de matériaux respectueux de l'environnement et production en circuit court, des méthodes peu habituelles dans cette industrie. "Une paire de basket qui va juste de l'Afrique à l'Europe, ce qui réduit l'impact carbone" nous précise Dieuveil.

Plusieurs partenariats avec des producteurs africains sont mis en place après que Dieuveil et son associé se soient assurés de la qualité des productions. Avec les tissus en poche, les deux jeunes entrepreneurs se dirigent vers le Portugal où ils trouvent un atelier de fabrication de baskets. Ici encore, ils sont vus comme des OVNIS, les fibres qui composent la chaussure demandent un maniement spécifique. Ces premières difficultés vont de pair avec le prototypage qu'il faut revoir depuis sa base. Les fibres et cuirs de substitution sont un challenge, d'autant plus qu'il faut assurer la qualité de la chaussure. Dieuveil nous confie que dans le même temps, il a dû convaincre son entourage de son choix d'entreprendre. En effet, "il existe une vision pessimiste autour de l'entrepreneuriat lorsqu'une carrière classique s'offrait à vous" nous dit-il.



Barrière de perception rapidement franchie puisque la vision des proches du jeune entrepreneur change avec le franchissement d'étapes clés du développement d'Umòja. L'accomplissement marquant pour nos deux associés est le lancement de la commercialisation de leur première collection. "Une fois la communauté créée, nous sommes passés de l'idée à la création d'un projet avec une viabilité économique". Le lancement de la production s'est fait par des pré-commandes sur une plateforme de crowdfunding, Ulule. Dieuveil explique que "la campagne de crowdfunding a été une belle expérience car nous avons vu des personnes dont on ignorait l'existence nous faire confiance. Ca nous a apporté une grande satisfaction". Aujourd'hui les 154 participants de cette campagne ont reçu leurs chaussures. Pour répondre aux demandes, Umòja a lancé une production de 500 paires de sneakers pour le lancement du e-commerce en février 2019. Une plus grande production de 1500 paires de chaussures est prévue pour répondre à la demande grandissante et impacter l'artisanat traditionnel. "Plus les quantités seront importantes, plus l'économie locale de nos producteurs sera positivement impactée", détaille Dieuveil.

Comme il est bien souvent le cas, Dieuveil et Lancine ont été supportés par des réseaux dans leur création d'entreprise. "Il n'est pas facile de se lancer, car ce n'est pas notre métier de base, les réseaux ont su nous rassurer à certains moments" commente Dieuveil. Umòja a reçu l'accompagnement de 100 jours pour entreprendre mais également d'un label de créateurs parisiens "Un autre monde est possible".

www.forbes.fr
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)



Finance. Vers la R&D.

Les débuts d'Umòja sont atypiques sur le plan financier. Dieuveil a utilisé la fin de son prêt étudiant pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Lancine s'est quant à lui servi de ses indemnités de chômage.

La campagne de crowdfunding qui a permis à la marque de récolter 15 000 euros a été suivie de près par un prêt bancaire de 130 000 euros. Ces deux financements ont permis à Umòja de lancer ses premières productions.

L'avenir est grand pour Umòja qui souhaite étendre sa distribution par un réseau de distributeurs physiques pour augmenter sa notoriété et ses ventes. L'horizon de développement de la marque passe par la volonté de créer une cellule de recherche et développement pour innover : fibres, matériaux, peinture naturelles, formation, développement des ateliers africains... Beaucoup de pistes qui nécessitent d'importants financements.

www.forbes.fr
Pays : France
Dynamisme : 0



Page 7/7

[Visualiser l'article](#)



Chronique co-réalisée avec @Jean Rognetta, Directeur de la rédaction de Forbes France et Adèle Pasquier d'Estimeo