





IBIYAN&: ROOTED IN AFRICA, CREATED FOR THE WORLD

EN The African diaspora has helped shape the world's perception of African beauty and arts. In this encounter of cultures lies the ability of these luminaries to accurately and proudly transmit their heritage and millennia-old knowledge to the world. Tania and Élodie belong to that diaspora, constantly striving to put Africa on the map.

With their brand, *ibiyane*, they have managed to blend centuries-old knowledge with modern techniques to create a design studio that places meaning and history at its core. Based in Martinique, founded in Montréal, but with deep African roots, *ibiyane* is proof of the creative prowess of those who dare to explore the world and the roots that bind them to it. Against the picturesque and tropical backdrop of the Caribbean, we sat down to talk to Tania and Élodie, the duo behind *ibiyane*, where we discussed inspiration and heritage as the heart of their designs, with Africa at the center of their brand.

CAROLINA BENJUMEA — As I understand, Tania, you're from Cameroon, and Élodie is from Martinique, right?

TANIA DOUMBE — Yes, that's correct.

C.B. — How cool! But, how did you two meet, and how was the idea of starting *ibiyane* born?

T.D. — We met in Montreal, where we were both living a few years ago. *ibiyane* was born during COVID. I had a booklet with ideas of things I wanted to do in my life, and one of them was making a chair. During the lockdown, I had this idea to make an African birthing chair that I had seen often in my childhood homes. So, I started making this chair, and a curator based in Montreal, Venessa Appiah, was creating a show around the African body and invited me to make several seats for the exhibit. It was a lot of work, so I asked Élodie to help me. We actually loved the process of building things together and coming up with ideas and solutions. That's how *ibiyane* was born.

C.B. — Oh, so you started around COVID! It's a really young project. What have been the biggest challenges throughout this journey of creating your own brand?

T.D. — I don't know if we have had many challenges per se, but we started this practice out of curiosity and the will to create and craft things. For us, it's more a journey of learning about this craft that is woodworking and sculpture, developing that craft, and creating our own language. We want our pieces to be in conversation with the wider design world and other practices we see. Right now, the biggest





challenge is how to sustain this practice and make it viable so we can live by doing what we love. As you said, to sell, you have to build a brand, and we started this as a practice. In the past few years, we've done many gallery shows and exhibitions, which is a different environment to be involved in. As artists, we can sometimes be lured into the idea that because our work is being seen and shared in magazines and exhibitions, our career is set. However, at the end of the day, we want to sustain our lives and live from what we love to do while growing from there. The biggest challenge might be building a practice where we can enjoy what we do and sustain a healthy life without the anxiety of making it.

C.B. – And have people been welcoming to your brand and open to understanding it?

T.D. – Yeah, I think we've had a lot of support and openness, especially since we are self-taught. Yes, I have a background in interior design, and we're both artists and design aficionados, but we stepped into this industry with a bit of naivety, I'd say, and we've been given great opportunities. Many people have supported us, given us a chance to grow, and allowed us to try new things. We've been very lucky in that sense.

C.B. – Visually, your designs are very strong, with beautiful organic and unique forms. What do you want to express or communicate with your designs?

ÉLODIE DÉROND – It's case by case so far. There's the obvious support from exhibitors, like the gallery and the team of the exhibition, because we've always been included in an ongoing process. It was mainly our interpretations of themes and interests related to our Afro-Diasporic and Afro-Caribbean backgrounds. Also, organic forms and creativity are really important to us. In every piece, there was an informational aspect that we tried to relate to the structure or design. It can either be very intentional and informational, or it can be experimental, allowing something to happen. We also like a mix of intuition and research.

T.D. – Well, I think you said it well. It's a balance. When we're approached with an opportunity to create something new, we often draw inspiration from whatever's on our minds at that time, whether it's something we read, watched, or a philosophy we explored. Our pieces, as Élodie said, whether created intentionally or unintentionally, hold that spirit within them. Whether designed intentionally or done within the process of sculpting the wood, the pieces witness whatever is on our minds and in our bodies at that space and time.

C.B. – And talking about this inspiration that you say, how has your African heritage and Caribbean culture shaped the essence of your brand?



ELOMBE 013 (2021)



ELOMBE 016 (2023)

"WE DON'T BELIEVE THAT BEAUTY IS CLUSTERED IN JUST ONE TYPE OF DEMOGRAPHIC."

T.D. – When we started, we began with a very European and Eurocentric notion of comfort and what constitutes a structure that supports a body. As we exploited our language and explored what we love in design, we became increasingly influenced by the furniture we saw in our homes. Initially, I started with an African birthing chair, but now we are looking more into African stools and headrests, considering our general idea of comfort. From an Afro-Caribbean perspective, we think about the furniture in our homes, the memories they hold, how we interact with them daily, and the activities they center around. This exploration translates into our work: the way objects are used, built, and the materials chosen. Our focus on wood is not random; both of us come from countries with a strong woodworking tradition, and both our grandfathers were carpenters. This background significantly influences the work we do.

C.B. – Do you think the cultures you both share have things in common, even if they are somehow distant from each other?

T.D. – I definitely do. Like coming from Cameroon and having moved here, I can definitely see similarities. And I think it's inevitable for African descendants to have things that come from the continent itself. So, I think in terms of culture and habits, a lot of things are similar.

C.B. – So, tell me, for what kind of people is your brand?

T.D. – I think we design for everyone. We're currently undergoing a shift; as I mentioned earlier, our work has mostly been shown in galleries to people with large budgets. We want to change that and make our work more accessible. We want not only our peers to be able to acquire our products, but anyone who appreciates the design to be able to acquire it. We don't believe that beauty is clustered in just one type of demographic.

C.B. – I have a question for each of you. What part of yourself has contributed the most to shaping what the brand is today?

T.D. – I think the part of me that has shaped *ibiyane* the most is my spirit to do whatever I set my mind to, no matter the obstacles. Even when faced with challenges or slower moments, I have this drive. If I have something in mind and I set myself a goal, I'll try to achieve it no matter what.

E.D. – I think the part of myself that has contributed the most is my ability to remain gentle, especially during struggles. I embrace love and healing. Whenever there were slower times or when the process was harder than usual, I think my approach helped us navigate those periods without undermining ourselves.



C.B. – And what is something that Tania has that you don't have, and what is something that Élodie has that you think that you don't have and that is helpful for the brand?

E.D. – Tania has an incredible drive—almost limitless. If she thinks of something, she can push to get it done immediately, whether it's today, tomorrow, or even within the hour. I tend to reflect more on things and move at a different pace.

T.D. – Élodie has a kind of sensibility that I admire. When it comes to design, maybe because it is related to what I studied, I tend to be very cerebral about it. Élodie, on the other hand, relies more on her intuition and feelings, whether in creation or practice. Her approach to design and sculpting is much more sensitive than mine, I am much more cerebral, and I would love to be more sensitive as well.

C.B. – Do you have a special piece or one that feels closer to you or more personal to each of you?

T.D. – To me, it'd be the first and the last one. The first was an African birthing chair, because that's what started everything. It's such a great piece of design that has existed for thousands of years. The last one we did was a side table called *Elombe 023*. It's also one of my favorites because, as we progress, we're able to be more concise in our language, more precise, and get closer to what we want to achieve as a practice. It was a perfect balance of functionality, beauty, and essence, and it's a beautiful piece.

E.D. – I would say my favorite piece is *014*, which are the mirrors. They were made in Miami, and it was the first time we used mahogany, a local wood found in most of grandma's houses. Mahogany has been somewhat neglected by the newer generation due to its traditional look and sculptural aesthetic. People are asking less and less for mahogany furniture. We even used pastel colors, which I liked. The color was absolutely necessary for this piece. The sculptural process was the most refined, putting me through a lot of emotions. It was hard to be satisfied until it reached the point where I thought, "This is exactly how I envisioned it," or "This is better than I envisioned." The standard was very high at that moment. Additionally, the inspiration from fractals and African villages, which were designed based on fractals, and the intention behind each component of the mirrors, made the whole story the most precise, intentional, and informed. I was really proud of it.

C.B. – That's so interesting; I think your approach to creation is amazing. Can you explain a little bit about the behind-the-scenes construction of these pieces?

E.D. – We started in the field using wood from any department store. Initially, we followed the same process in Martinique. Then, with the new intervention of finding mahogany and our mentor training us in mahogany, we understood how to source it. We also wanted to try Caribbean white cedar. Through asking around, we found someone, Lionel Boniface, who became our provider. Having a relationship with local providers is really important now. His passion for what he does is inspiring, and it led us to appreciate local wood and woodworkers. We've become interested in how they source the wood, and we plan to document it in a film eventually. However, the weather hasn't been good this summer, so we haven't been able to properly capture it. We got some photos and mostly experienced it firsthand. It's a lot of work, but it's worth it.

T.D. – We work with locally sourced wood. Over the past year, we've done a lot of stack lamination, where we take planks, glue them together, and then sculpt within that. Lately, we've been working more with the tree itself, using blocks of it, and sculpting directly into the log or chunk of the tree.

E.D. – This is really interesting because it leaves what could be commonly called imperfections, as a tree will move. There were a lot of cracks in the latest design using the log chunk of the tree. At first, it stayed in the sun, which affected it, but it gave it so much more character and versatility. So, that's really fun.

C.B. – So there's a reason why northern countries are so into interior design, and it's because of their weather. Caribbean countries, and maybe African countries too, tend to privilege the outdoors because of the amazing weather. What do you think is the importance of indoors in African and Caribbean cultures?

E.D. – My first thought is about craftsmanship. It's always been very important. The furniture in mahogany, for instance, is very detailed and sculpted. Having such beautifully ornamented furniture at home must have been significant, perhaps a sign of success or an appreciation for the craftsmen. Most people have an uncle or relative involved in housebuilding. Both my grandparents built their houses, and sometimes I visit and think, 'Oh, you made that choice'—the tiles on the floor, the colors, everything. My grandma used to talk about her vision for designing the house. Many houses are well decorated because people like to translate their personalities and tastes into their homes. They like to boast about it as well. Anyone who wants to boast can do so through their home decor, saying, "This is me, and I welcome it."



C.B. – I think you are right. Also, I think Caribbean cultures are very close to their families. They're always hanging out with the family at home. On Sundays, they always go to grandma's house. I think there's a different meaning for Caribbean cultures to be indoors.

E.D. – I've also noticed an attraction to travel and bringing back furniture and decorations. An uncle brought a table back from Senegal, and my grandma had a carpet that was clearly Middle Eastern inspired. It would be in the living room, the first thing you'd see. I think there's a taste for elsewhere, especially among people who haven't traveled much.

C.B. – Yes, that also. So, what do you wish for your brand to become in the future?

T.D. – I think the main wish is to continue creating. As I mentioned earlier, it's about sustaining a life with it, keeping growing in our understanding of the craft, and being given opportunities to keep doing it.

E.D. – I would like to be a good advocate for woodworkers. I know that mahogany hasn't been in vogue and isn't selling much, but it's not stopping us. It would be really nice to keep it relevant in the world of craftsmanship.

T.D. – More and more people are buying furniture from big stores and don't really go to carpenters anymore. For those who used to make a living from selling and sourcing wood, there are now fewer customers. It's true that having a practice and a brand like ours that can be sustainable and profitable to everyone is also beneficial for them, helping to sustain their businesses.

Written by Carolina Benjumea.
Translated by Cécile Seynaeve.



IBIYANÉ : ENRACINÉ EN AFRIQUE, CRÉÉ POUR LE MONDE



FR La diaspora africaine a contribué à construire la perception mondiale de la beauté et des arts africains. Dans ce mélange de cultures, on trouve la capacité de ces figures marquantes à transmettre leur héritage et leur connaissance du millénaire au monde avec authenticité et fierté. Tania et Élodie appartiennent à cette diaspora, s'efforçant constamment de mettre l'Afrique sur la carte.

Avec leur marque, *ibiyané*, elles ont réussi à mêler des savoirs ancestraux avec des techniques modernes afin de créer un atelier de design centré sur le sens et l'histoire. Basée en Martinique, fondée à Montréal, mais profondément enracinée en Afrique, *ibiyané* est la preuve de la prouesse créative de ceux qui osent explorer le monde et les racines qui les lient. C'est dans ce décor pittoresque et tropical des Caraïbes, que nous avons rencontré Tania et Élodie, le duo à l'origine d'*ibiyané*, avec qui nous avons conversé de l'inspiration et de l'héritage au cœur de leurs créations avec l'Afrique au centre de leur marque.

CAROLINA BENJUMEA – Si je comprends bien, Tania, tu es originaire du Cameroun et Élodie de la Martinique, c'est bien ça ?

TANIA DOUMBE – Oui, c'est bien ça.

C.B. – C'est super cool ! Mais alors, comment vous êtes-vous rencontrées et comment est née l'idée de lancer *ibiyané* ?

T.D. – Nous nous sommes rencontrées à Montréal où nous vivions toutes les deux il y a quelques années. *ibiyané* est née durant le COVID. J'avais un carnet avec des idées de choses que je voulais accomplir dans ma vie et l'une d'entre elles était de fabriquer une chaise. Pendant le confinement, j'ai eu cette idée de fabriquer une chaise de naissance africaine que j'avais souvent vue dans mes maisons d'enfance. J'ai alors commencé à fabriquer cette chaise et une commissaire d'expositions de Montréal, Venessa Appiah, qui organisait un événement autour du corps africain, m'a invité à créer plusieurs chaises pour l'exposition. C'était beaucoup trop de travail, j'ai donc demandé à Élodie de m'aider. On a adoré créer des choses ensemble et trouver de nouvelles idées et solutions. C'est comme ça qu'*ibiyané* est né.

C.B. – Oh, alors vous avez commencé pendant le COVID ! C'est un projet très récent. Quels ont été les défis majeurs à relever à travail le parcours de création de votre propre marque ?

T.D. – Je ne sais pas si on a vraiment fait face à de nombreux défis à proprement parler, mais on a commencé tout ça par curiosité et par volonté de créer et de façonner des choses. Pour nous, c'est plus un parcours d'apprentissage du métier de la menuiserie et de la sculpture, de développement de ce savoir-faire et de création de notre propre langage. On veut que nos objets soient en dialogue avec le monde du design sur une échelle plus large et avec d'autres pratiques que nous explorons. Pour l'instant, le plus gros défi est de maintenir cette pratique, de la rendre viable pour que nous puissions vivre de ce que nous aimons. Comme vous l'avez dit, pour vendre, il faut bâtir sa marque et nous avons commencé cela comme un apprentissage. Ces dernières années, on a participé à beaucoup d'événements en galeries et d'expositions, ce qui est un environnement différent dans lequel s'engager. En tant qu'artistes, nous pouvons parfois être attirées par l'idée que, parce que notre travail est vu et partagé dans des magazines et des expositions, notre carrière est tracée. Cependant, au bout du compte, nous voulons pouvoir vivre de ce que nous aimons tout en continuant à évoluer. Le défi majeur, c'est sûrement la construction d'un apprentissage qui nous permet d'apprécier ce que nous faisons et de maintenir un train de vie sain qui ne génère aucune anxiété.



C.B. – Et les gens ont-ils été réceptifs à votre marque et ouverts à la comprendre ?

T.D. – Oui, je pense qu'on a beaucoup de soutien et d'ouverture d'esprit, surtout, car nous avons tout appris nous-mêmes. C'est vrai que j'avais déjà des bagages en design d'intérieur et nous sommes toutes les deux des artistes passionnés par le design, mais nous sommes arrivées dans l'industrie avec un peu de naïveté, je dirais, et nous avons obtenu de superbes opportunités. Beaucoup de personnes nous ont soutenues, nous ont donné une chance de grandir et nous ont permis de tenter de nouvelles choses. En ce sens, nous avons été très chanceuses.

C.B. – Visuellement, vos designs sont très intenses, avec de belles formes organiques et uniques. Que voulez-vous exprimer ou communiquer avec vos designs ?

ÉLODIE DÉROND – C'est au cas par cas pour le moment. Il y a le soutien évident des exposants comme la galerie et l'équipe d'exposition parce que nous avons toujours été inclus dans un processus en marche. C'étaient principalement nos interprétations des thèmes et intérêts relatifs à la diaspora africaine et racines afro-caribéennes. Et puis, les formes organiques et la créativité sont très importantes pour nous. Dans chaque objet, il y avait un aspect informatif qu'on a essayé de connecter à la structure et au design. Ça peut être très intentionnel et informatif ou ça peut être expérimental, laissant place à l'imprévu. On aime aussi faire un mélange d'intuition et de recherche.

T.D. – Je pense que tu l'as très bien dit. C'est un équilibre. Quand l'opportunité de créer quelque chose de nouveau se présente, on s'inspire souvent de tout ce qui peut nous passer par la tête sur le moment, que ce soit quelque chose qu'on a lu, regardé ou encore une philosophie qu'on a exploré. Nos objets, comme Élodie l'a dit, intentionnellement ou pas, détiennent cet état d'esprit. Qu'ils soient conçus intentionnellement ou à travers un processus de sculpture du bois, les objets témoignent de tout ce qui passe en nous sur le moment.

C.B. – Et d'ailleurs, en parlant de cette inspiration que vous mentionnez, comment votre héritage africain et la culture caribéenne ont-ils façonné l'essence de votre marque ?

T.D. – Quand nous avons débuté, nous avions une notion très européenne et eurocentrée du confort et de ce qui constitue une structure qui soutient le corps. En explorant notre langage et ce que nous aimons dans le design, nous avons été de plus en plus influencées par les meubles que nous voyons dans nos maisons. Au début, j'ai commencé avec une chaise de naissance africaine, mais maintenant, on s'intéresse plutôt aux tabourets et aux repose-têtes africains, en prenant en compte l'idée générale que l'on se fait du confort. Avec une perspective afro-caribéenne,

nous pensons aux meubles dans nos maisons, aux souvenirs qu'ils détiennent, à la façon dont nous interagissons avec eux quotidiennement et aux activités autour desquelles ils sont centrés. Cette exploration se reflète dans notre travail. La manière dont les objets sont utilisés et construits et les matériaux choisis. Notre intérêt pour le bois n'est pas un hasard, nous venons toutes les deux de pays avec une tradition de menuiserie importante, et nos grands-pères respectifs étaient tous deux charpentiers. Ces racines influencent de manière significative le travail que nous accomplissons.

C.B. – Pensez-vous que les cultures que vous partagez toutes les deux ont des choses en commun même en étant en quelque sorte éloignées l'une de l'autre ?

T.D. – Je le pense oui. Étant originaire du Cameroun et ayant déménagé ici, je peux totalement voir les similitudes. Et je pense que c'est inévitable, en tant que descendants africains, d'avoir des choses qui proviennent du continent en lui-même. Je pense donc qu'en termes de culture et d'habitude, beaucoup de choses sont similaires.

C.B. : Alors, dites-moi, à quel type de public se destine vos designs ?

T.D. – Je pense que nous concevons pour tout le monde. On procède actuellement à un changement de trajectoire. Comme je l'ai mentionné plus tôt, notre travail a surtout été exposé en galeries, destiné à des personnes avec un gros budget. Nous voulons changer cela et rendre notre travail plus accessible. Nous voulons non seulement que nos pairs puissent être en capacité d'acquérir nos produits, mais aussi que ceux qui apprécient le design soient en mesure d'acquérir nos produits. Nous ne pensons pas que la beauté soit cloisonnée qu'à une et unique catégorie démographique.

C.B. – J'ai une question pour chacune de vous. Quel part de vous-même a le plus contribué à faire de la marque ce qu'elle est aujourd'hui ?

T.D. – Je pense que la partie de moi qui a fait d'*ibiyang* ce qu'elle est aujourd'hui est mon obstination à faire tout ce que j'ai en tête, peu importe les obstacles. Même face à des défis ou à des moments plus lents, je conserve cette volonté. Si j'ai quelque chose en tête et que je me fixe un objectif, j'essaierai de l'atteindre coûte que coûte.

E.D. – Je pense que la part de moi qui y a le plus contribué est ma capacité à rester douce, surtout dans les moments plus difficiles. Je valorise l'amour et la guérison. Quand il y avait des temps plus lents ou quand le processus était plus difficile que d'accoutumé, je pense que mon approche nous a aidé à traverser ces périodes sans nous miner le moral.





C.B. – Et quelle est la qualité que Tania a et que tu n'as pas, et quelle est la qualité qu'Élodie a que tu ne penses pas avoir qui est utile à l'évolution de la marque ?

E.D. – Tania a une énergie débordante, qui n'a presque pas de limites. Si elle pense à quelque chose, elle peut faire en sorte que ce soit fait immédiatement, que ce soit aujourd'hui, demain ou même dans l'heure qui suit. J'ai tendance à réfléchir davantage aux choses et à avancer à un rythme différent.

T.D. – Élodie a une sensibilité que j'admire. Pour le design, peut-être parce que c'est lié à mes études, j'ai tendance à l'aborder de façon très cérébrale. Élodie, quant à elle, se fie davantage à son intuition et à son ressenti que ce soit dans la création ou dans la pratique. Son approche du design et de la sculpture est bien plus sensible que la mienne, je suis bien plus cérébrale et j'aimerais être plus sensible aussi.

C.B. – Avez-vous un objet qui vous tient à cœur ?

T.D. – Pour moi, ça serait le premier et le dernier. Le premier a été une chaise de naissance africaine, car c'est celui qui a tout démarré. C'est un objet de design formidable qui existe depuis des milliers d'années. Le dernier que nous avons fait est une table d'appoint nommée *Elombe 023*. C'est aussi un de mes préférés parce qu'en progressant, nous parvenons à être plus concises dans notre langage, plus précises tout en nous rapprochant de ce que nous voulions accomplir en tant que pratique. C'était un parfait équilibre entre fonctionnalité, beauté et essence, c'est un bel objet.

E.D. – Je dirais que mon préféré est le *014*, les miroirs. Ils ont été fabriqués à Miami, c'était la première fois qu'on utilisait de l'acajou, un bois que l'on trouve dans la plupart des maisons de nos grands-mères. L'acajou a été quelque peu négligé par la nouvelle génération en raison de son aspect traditionnel et sculptural. Les gens demandent de moins en moins d'acajou. On a même utilisé des couleurs pastel, ce que j'ai apprécié. La couleur était absolument nécessaire pour cet objet. Le procédé sculptural est le plus raffiné, il m'a fait traverser beaucoup d'émotions. C'était difficile d'être satisfaite jusqu'à ce qu'on arrive au moment où je me suis dit « c'est exactement ce que j'imaginais » ou « c'est mieux que ce que j'imaginais ». Le niveau d'exigence était très élevé à ce moment-là. En plus de cela, l'inspiration des fractales et des villages africains, qui ont été conçus à partir de fractales, et l'intention derrière chaque composant des miroirs ont fait de cette histoire la plus précise, intentionnelle et informée. J'étais très fière de cela.

C.B. – C'est si intéressant, je trouve votre approche de la création est superbe. Est-ce que vous pourriez nous parler un peu plus des coulisses de la construction de ces beaux objets ?

E.D. – On a débuté dans ce domaine en utilisant du bois de n'importe quel magasin de bricolage. Au début, on a suivi le même procédé en Martinique. Puis, avec la nouvelle intervention pour trouver de l'acajou et la formation de notre mentor sur l'acajou, on a compris comment s'approvisionner. On voulait aussi essayer du cèdre blanc des Caraïbes. En demandant autour de nous, nous avons trouvé quelqu'un, Lionel Boniface, qui est devenu notre fournisseur. Être en relation avec des fournisseurs locaux, c'est très important pour nous maintenant. La passion qu'il met dans ce qu'il fait est très inspirante et ça nous a amenées à apprécier le bois et les artisans locaux. On s'est intéressé à la façon dont était approvisionné le bois et on prévoit de documenter cela en vidéo. Cependant, le temps n'a pas été très favorable cet été, on n'a donc pas encore été en capacité de le faire. On a fait quelques photos et on l'a surtout expérimenté en première ligne. Cela représente beaucoup de travail, mais ça en vaut la peine.

T.D. – On travaille avec du bois local. Au cours de cette dernière année, nous avons beaucoup utilisé la technique du lamellé-collé où nous prenons des planches, les assemblons ensemble puis les sculptons à l'intérieur. Dernièrement, nous avons davantage travaillé avec l'arbre en lui-même, en utilisant des blocs de celui-ci et en les sculptant directement à la bûche ou à un morceau de l'arbre.

E.D. – C'est très intéressant, car ça laisse ce que l'on pourrait appeler des imperfections, puisque l'arbre va bouger. Il y avait beaucoup de fissures dans le dernier design pour lequel on avait utilisé un morceau de bûche qui provenait de l'arbre. Au début, ça restait au soleil, je pensais que ça allait endommager, mais ça lui a donné tellement de caractère et de versatilité. En fin de compte, c'est très amusant.

C.B. – Y a-t-il une raison pour laquelle les pays occidentaux s'intéressent autant au design d'intérieur et c'est sûrement dû au climat. Les Caraïbes, et peut-être même les pays africains, ont plutôt tendance à privilégier l'extérieur grâce à leur météo optimale. Selon vous, quelle est l'importance accordée à l'intérieur dans les cultures africaines et caribéennes ?

E.D. – Je pense tout d'abord à l'artisanat. Ça a toujours été très important. Les meubles en acajou, par exemple, sont très détaillés et sculptés. Avoir des meubles si joliment ornés à la maison peut avoir une réelle importance, ça peut être un signe de succès ou d'appréciation pour l'artisan. La plupart des gens ont un oncle ou un proche dans la construction de maisons. Mes deux grands-parents ont construit leur maison et parfois, quand je leur rends visite, je me dis : « Oh, vous avez fait ce choix ». Les carreaux

au sol, les couleurs, tout. Ma grand-mère parlait souvent de sa vision du design intérieur. Beaucoup de maisons sont bien décorées parce que les gens aiment y incorporer leur personnalité et leurs goûts. Ils aiment aussi s'en vanter. N'importe quelle personne qui souhaite se vanter peut le faire à travers sa décoration d'intérieur en disant, « c'est moi et je l'assume ».

C.B. – Je pense que tu as raison. Je pense aussi que c'est dans la culture caribéenne d'être proche de sa famille. Ils passent toujours du temps ensemble à la maison. Le dimanche, ils vont rendre visite à la grand-mère. Je pense que, pour les cultures caribéennes, l'intérieur détient un sens différent.

E.D. – J'ai aussi remarqué un intérêt pour le voyage et pour le fait d'apporter des meubles et décorations de ces voyages. Un oncle a ramené une table du Sénégal, et ma grand-mère avait un tapis qui était clairement inspiré du Moyen-Orient. Il était dans le salon, c'était la première chose qu'on voyait. Je pense qu'il y a un certain attrait pour l'étranger, surtout parmi ceux qui n'ont pas beaucoup voyagé.

C.B. – Oui, ça aussi. Alors, quels sont vos souhaits futurs pour la marque ?

T.D. – Je pense que l'on souhaite surtout continuer à créer. Comme je l'ai mentionné plus tôt, l'intérêt, c'est de pouvoir en vivre, de continuer à accroître notre compréhension de l'artisanat et d'avoir des opportunités nous permettant de continuer.

E.D. – J'aimerais être une porte-parole des travailleurs du bois. Je sais que l'acajou n'a pas été très tendance dernièrement et ne se vend pas beaucoup, mais ça ne nous arrête pas. Ça serait vraiment bien de pouvoir le faire reconnaître dans le monde de l'artisanat.

T.D. – De plus en plus de gens achètent leurs meubles dans les grandes enseignes et ne vont plus chez les menuisiers. Pour ceux qui gagnent leur vie en vendant et en approvisionnant le bois, il y a désormais de moins en moins de clients. C'est vrai qu'avoir une pratique et une marque comme la nôtre, durable et subvenir aux besoins de tout le monde, leur est aussi très bénéfique, cela aide à maintenir leur activité.

Écrit par Carolina Benjumea.
Traduit par Cécile Seynaeve.

ELOMBE ONI (2021)

