

Article original

Culture d'hibiscus sabdariffa une solution pour l'emploi des jeunes filles et garçons au Tchad

Mortanouba DONINGAR,

Laboratoire de Sociologie d'Anthropologie et Des Études Africaines (LaSA)

Tel : + 235 63 56 20 79

Auteur correspondant : doningarmortanouba@gmail.com

Article soumis, le 05/11/2025 et accepté, le 06 février 2026

Réf : AUM13(1)- N° SPECIAL 1

Resumé : Le chômage est une question épineuse qui préoccupe la communauté scientifique des chercheurs de l'Afrique en générale et de la sous-région en particulier. Tous les jeunes africains rêvent d'avoir un emploi décent pour mener une vie paisible et digne. À côté de ces défis existentiels, logistiques, organisationnels liés au chômage des jeunes, le Tchad dispose de nombreuses opportunités agricoles susceptibles de promouvoir l'employabilité des jeunes. L'objectif de ce travail est de mettre en lumière - la culture d'*Hibiscus sabdariffa*¹ - comme une réponse optimale aux problèmes du chômage des jeunes en Afrique dans son ensemble et au Tchad en particulier. Pour ce faire, nous avons utilisé la méthode mixte. Sur le groupe de jeunes tchadiens âgés de 15 – 35 ans qui vendent du jus d'oseille sur les 7 principaux marchés de la capitale. 4 marchés sur 7 ont le nombre de jeunes filles au déçu de la moyenne de 10/20 ; de même sur les 7 principaux marchés de la capitale N'Djaména 6 marchés sur 7 ont vu le nombre de jeunes garçons au déçu de la moyenne de 10/20. Aussi nos analyses factorielles nous ont permis de connaître que sur les 5/5 facteurs : 1 marché au facteur 4 ; 4 marchés ont le facteur 3 et 2 marchés au facteur 2. 9/11 entreprises ont 0% de logistiques ou pas de capacité de manutention. Au vu de ces résultats : les défis associés à l'employabilité des jeunes tchadiens ne se

¹ Connue sous le nom de iri gə Kas en Ngambaye langue du Tchad, yir kə Kré en Sara madjigaye ou Karcandji Amar en arabe tchadien

limitent pas seulement aux problèmes d'ordre logistiques mais aussi au manque d'organisations socioéconomiques fiables autour de ce secteur.

Mots clés : culture ; jeune ; Tchad ; emploi ; *Hibiscus sabdariffa*

Growing Hibiscus sabdariffa: A solution for the employment of young women and men in Chad

Abstract : *Unemployment is to thorny Issus that concern the scientific community of seachers in general, and those in sub –region in particular. All young African dream job to lead a peace and dignifiend life. Alonside these existential, logistical, and organizational challenges linkes to youth unemployment , chad has numerous agricultural promote youth employability. The objective of this work is to highlight the cultivation of Hibiscus sabdariffa as an optimal reponse the problems of youth unemployment in Africa as whole and in Chad in particular. To this, we used a mixted – methods approach. We studied a groups of young chadians aged 15-35 who sell Hibiscus sabdariffa juice in the seven main markets of the capital. Four out of the seven markets had a number of young women below the average of 10 out of 20 similar, on the seven main markets of the capital six out of the seven markets had a number of young men below the average of 10/20. Our factor analysis also considered: one market had a factor of 4; three markets had a factor of 3; and two markets had a factor of 2. Nine of eleven business had 0% logistics or no handling capacity. In light of these results; the challenges associated whith the employability of young chadians are, not limited to logistical problems but also include a lack of reliable socio-economic organization in this sector.*

Keywords: culture; youth; chad; employment; *Hibiscus sabdariffa*.

Introduction

La culture d'*Hibiscus sabdariffa*, appelée communément l'« oseille rouge » connu sous le nom d'oseille de Guinée : d'origine de l'Afrique de l'Ouest ; mérite d'être développée et commercialisée pour revitaliser l'économie tchadienne. L'*Hibiscus Sabdariffa* est l'aliment qui est le plus consommé dans nos établissements scolaires, dans nos carrefours, dans les cérémonies, consommé comme petit déjeuner dans la plupart de nos ménages. Cette culture a été plusieurs fois identifiée comme un élément déclencheur de l'économie sociale et solidaire par les sociologues, les entrepreneurs, les transporteurs, les corps soignants et les chercheurs. Son exploitation à grande échelle apporte de l'emploi aussi bien dans

le monde rural et urbain. Sur le plan sanitaire la consommation d'*Hibiscus sabdariffa* permet de lutter contre le cancer de peau ; l'hépatite virale, les inflammations ; l'hypertension artérielle ; les maux de ventre et bien d'autres maladies. Sur le plan symbolique et religieux, il n'y a pas de tabou et d'interdit religieux autour de l'*Hibiscus Sabdariffa*. Sa zone de haute production est la partie centrale et méridionale du pays. Dans le moyen – Chari, cette culture est une spécialité des femmes, développée de manière complémentaire à d'autres cultures vivrières. Les femmes les cultivent avec beaucoup de réserve : en une ligne seulement en faisant le pourtour du champ. Dans nos marchés beaucoup d'exploitants agricoles n'arrivent pas à faire la sélection de ses semences parmi tant d'autres variétés. Moins valorisée par nos gouvernants, elle est loin de jouer son rôle de pacification du continent africain : au vu de plusieurs paramètres (sa fréquence de culture au cours de l'année ; ses méthodes de conservations et de stockages) dans les communautés rurales et les sociétés urbaines. Ce dérapage ne date pas d'aujourd'hui : elle a commencé depuis la période coloniale avec l'abandon de la culture du fonio considérée comme un aliment des non évolués et du sorgho rouge. Il faut aussi signaler que le manioc est aussi sur cette liste si les conflits agriculteurs - éleveurs dans la Nya Pendé ; la grande Sido, le Bahr - kôh et le Bahr Sara ne cessent de se développer. D'autres espèces [...] sont aussi menacées de disparition par rapport au changement climatique qui frappe de plein fouet le sahel. Face à cette situation les exploitants agricoles tchadiens sont devenus ces trois dernières décennies des *homoeconomicus* et au lieu d'être des *homo Situs*. Les liens prestigieux, symboliques, culturels et sociaux qui accompagnent certaines espèces de la culture vivrière sont fortement désintégrés. Ainsi, cette recherche vise à proposer la culture d'*Hibiscus sabdariffa* comme une opportunité d'emplois des jeunes filles et garçons d'une part et de souligner les défis que rencontre ce projet d'autres part.

1. Matériels et méthodes

Nos enquêtes de terrains se sont déroulées à partir de décembre 2023 à janvier 2024. Ainsi, nous avons sélectionné un échantillon de sept (7) marchés et vingt 20 jeunes filles et garçons respectivement dans les sept 7 marchés de la ville de N'Djaména où se déroulent les activités de vente du jus d'*Hibiscus sabdariffa*. Au départ nous avons consacré (13) treize jours pour identifier respectivement les jeunes vendeurs du jus d'*Hibiscus sabdariffa* et enregistrés leurs contacts téléphoniques. Ensuite, nous avons consacré également (17) dix - sept jours afin de prendre des rendez – vous pour réaliser des entretiens semi-directifs ; ouverts et fermés avec nos enquêtés. La photo de la culture d'*Hibiscus sabdariffa* qui se trouve dans ce document a été réalisé dans un champ à Djoli / Sarh par notre enquêteur, et puis envoyée via Whatsapp. Etant donné que les marchés étaient distants les uns des autres, nous avons utilisé le clando pour nos déplacements pour collecter les données quantitatives et qualitatives. Nous avons également fait recours aux témoignages d'un transporteur des bois et par ailleurs vendeurs d'*Hibiscus sabdariffa* qui faisait la ligne Douala (Cameroun) et Bangui en (République Centrafricaine) pour explorer les opportunités d'*Hibiscus sabdariffa* dans ces villes. En plus de cela nous avons exploité les données d'une étude que nous avons réalisé en 2023 – 2024 sur l'évaluation du commerce dans le corridor Douala – Coudéré – Kousseri - N'Djaména – Abéche. Et Douala – N'Gaoundéré – Coutéré – Moundou – N'Djaména – Abéché. Les données de cette étude nous ont permis de mesurer la capacité logistique des entreprises tchadiennes et les tarifs douaniers des produits alimentaires. Le traitement des données a été réalisé avec le logiciel Excel et World et Google translate.

2. Résultat

Tableau n°1 : Représentation des jeunes vendeurs du jus d'*Hibiscus sabdariffa* âgé de 15 – 35 ans

15 – 35 ans	Marché d'Atrone (AVD)	Marché Taradona	Marché Dembé	Marché Diguel	Marché à mil	Marché Central	Marché Gazelle
Filles	08/20	10/20	11/20	09/20	09/20	10/20	10/20
Garçons	12/20	10/20	09/20	11/20	11/20	10/20	10/20
Total	20/20	20/20	20/20	20/20	20/20	20/20	20/20

Source : Mortanouba DONINGAR, décembre 2024

Sur les sept (7) principaux marchés de N'Djaména, le rapport des jeunes filles et garçons âgés de 15 – 35 ans vendeurs d'*Hibiscus sabdariffa* se présente comme suit : au marché d'Atrone 8/ 20 jeunes filles vendent du jus d'*Hibiscus sabdariffa* contre 12 /20 jeunes garçons. Dans ce marché la proportion des jeunes garçons dépasse légèrement celle des jeunes filles parce que ces jeunes garçons sont sans-emplois ; tandis que la proportion des jeunes filles est constituée des diplômés ; des chômeurs qui luttent pour leur autonomisation financière et sociale. Au marché Taradona la proportion des jeunes filles et garçons les mêmes : cela s'explique par le fait que les jeunes filles qui vendent du jus d'*Hibiscus sabdariffa* habitent tout autour de ce marché sont constituées des diplômés sans-emplois sorties nouvellement des universités du Tchad, du Cameroun, des instituts et écoles de formations professionnelles ; des diplômés en instance d'intégration à la fonction publique du Tchad. Ensuite, la troisième colonne affiche le rapport des jeunes vendeurs d'*Hibiscus sabdariffa* au quartier Dembé. Dans ce marché populaire de N'Djaména : le rapport des jeunes filles est de 11/20 tandis que le rapport des jeunes garçons est de 9 / 20. Cela s'explique par le fait que ces jeunes qui habitent les quartiers environnants de Dembé comme Moursal ; Chagoua et Karkandjié sont des diplômés sans -emplois, des chômeurs et des diplômés en instance d'intégration tandis que les jeune garçons qui viennent des

quartiers sud- ouest de N'Djaména comme Walia, Toukra sont majoritairement des jeunes ruraux qui ont échappé les conflits agriculteurs - éleveurs ; les conflits communautaire et les changements climatiques pour venir chercher des opportunités d'emplois dans la ville de N'Djaména . Au Marché Diguel et le marché de Mil la proportion des jeunes filles est de 9/20 alors que la proportion des jeunes garçons représente 11/20. Ce résultat s'explique par fait que les jeunes filles s'investissent dans cette activité suite aux phénomènes de chômage durant la décennie 2015 – 2025 or les jeunes garçons sont constitués majoritairement des ruraux venus à la recherche du travail à N'Djaména. Ensuite au marché Central la proportion des jeunes filles et garçons sont les mêmes ; cela s'explique par le fait que ces jeunes filles et garçons sans qualification viennent majoritairement des quartiers périphériques, de N'Djaména pour exercer cette activité qui est facile à lancer pour avoir les ressources financières pour se prendre en charge. Enfin au marché gazelle, 10/10 jeunes filles habitent Habéna de même 10/10 des hommes viennent des quartiers périphériques de N'Djaména. Les jeunes filles qui habitent à proximité du marché gazelle sont constituées en grande partie des filles mères qui ont abandonné les cours et les jeunes filles déscolarisées ; certaines filles sont rejetées par leurs parents et exercent cette activité pour prendre en charge leurs enfants : payer leurs loyers et assurer leurs alimentations et bien d'autres responsabilités sociales.

En résumé nous devons retenir que la proximité ou l'écart avec le marché ; l'environnement socioéconomique (le chômage ; les conflits ; l'occupation de l'espace urbain ; les mariages forcés et précoces) influencent sur la proportion des jeunes filles et garçons à se lancer dans la vente du jus d'*Hibiscus sabdariffa* dans cette partie de la ville de N'Djaména. Au vu de ces résultats il faut dire que la valorisation de la culture d'*Hibiscus sabdariffa* va contribuer à la pacification de notre pays le Tchad par le simple fait que les activités développées autour d'*Hibiscus sabdariffa* permettent de

pallier aux problèmes de chômage et de résoudre les conflits sociaux (les violences conjugales et les replis identitaires).

Tableau n° 2 : Les facteurs de vente du jus d'Hibiscus sabdariffa par marché à N'Djaména / Tchad

N°	Principaux marchés de N'Djaména	Facteurs de vente du jus d'Hibiscus sabdariffa sur 20 Par marché	TOTAL
01	Marché d'Atrone (AVD)	03	03
02	Marché Rond-point Gazelle	02	02
03	Marché Taradona	02	02
04	Marché Dembé	03	03
05	Marché Diguel	03	03
06	Marché à mil	04	04
07	Marché Central	03	03
Totaux			20/20

Facteur 2 : indique que la consommation du jus d'Hibiscus sabdariffa est moyen

Facteur 3 : indique que le niveau de consommation du jus d'Hibiscus sabdariffa est passable

Facteur 4 : indique que le niveau de consommation du jus d'Hibiscus sabdariffa est bien

Source : Mortanouba DONINGAR, Janvier 2024

L'analyse factorielle, est une méthode d'analyse des données très proches de la théorie déterministe d'Emile Durkheim. Cette méthode a été développée par le sociologue Campe afin de classer les degrés de violence en fonction de la position de l'enfant au sein de la famille. Dans ce travail nous allons utiliser les outils d'analyse de campe pour expliquer le niveau de consommation du jus d'Hibiscus sabdariffa dans les sept (7) principaux marchés de la ville de N'Djaména.

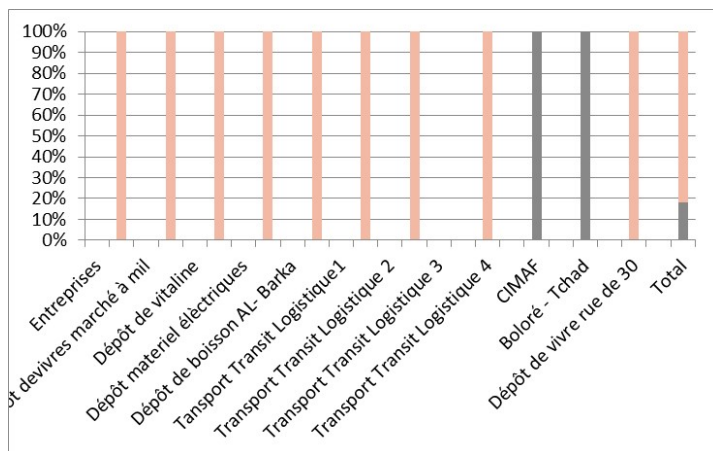
Au marché à Mil le facteur associé à la consommation du jus d'*Hibiscus sabdariffa* est quatre (4). Le chiffre 4 est un indicateur qui démontre que la population consomme du jus d'*Hibiscus sabdariffa* au marché à Mil avec la mention - bien - c'est- à - dire dépasse largement la moyenne. Ce niveau élevé de consommation s'explique par le fait le prix du jus d'*Hibiscus sabdariffa* est à la portée de tous les consommateurs tchadiens.

Au marché Atrone ; Dembé ; Diguel et Central le facteur associé à la consommation du jus d'*Hibiscus sabdariffa* est trois (3). Le facteur 3 indique que le niveau de consommation du jus d'*Hibiscus sabdariffa* est – passable - c'est – à – dire : ce niveau dépasse légèrement la moyenne. Alors Nous pouvons affirmer que ce résultat prouve à suffisance que le jus d'*Hibiscus sabdariffa* domine localement le marché. Nous pouvons également envisager la culture d'*Hibiscus sabdariffa* comme une puissance économique pour le Tchad d'aujourd'hui et de demain. C'est aussi une ressource que le pays peut utiliser pour lutter contre les violences ; la marginalisation ; développer son industrialisation ; innover le commerce international [...]

Enfin au marché Rond-point gazelle et le marché Taradonna le facteur qui indique la consommation du jus d'*Hibiscus sabdariffa* est deux (2). Le facteur 2 montre que la consommation du jus d'*Hibiscus sabdariffa* est moyenne. Le marché Taradonna figure sur la liste des marchés spontanément installés par les femmes vendeuses de poisson ; crée dans les années 2015 ; le facteur de consommation du jus d'*Hibiscus sabdariffa* a rapidement atteint la mention – moyenne - dans ce marché. En d'autres termes le commerce autour de ce produit évolue avec succès.

Au vu de tous les résultats dans les (7) principaux marchés de N'Djaména ; il ressort clairement que le commerce autour d'*Hibiscus sabdariffa* est une réussite ou encore une solution sacrée pour l'employabilité des jeunes filles et garçons au Tchad.

Figure 1 :La représentation d'un échantillon de 11 entreprises de N'Djaména et leurs capacités logistiques



Couleur grise : indique le pourcentage des entreprises ayant disposant un service de logistique

Couleur marron : indique le pourcentage des entreprises ne disposant pas de service logistique

Source : Mortanouba DONINGAR, décembre 2024

Sur les 11 entreprises que nous avons recrutées pour le besoin de notre étude : seulement deux (2) entreprises disposent des services logistiques. En revanche les neuf (9) autres ne disposent pas de services logistiques ; cela nous ramène à voir clairement que ces entreprises ne peuvent pas recruter beaucoup de personnels. Ce sont les caractéristiques des entreprises de petites tailles ou des entreprises semi-modernes, ou encore des entreprises altermondialistes. Ces entreprises altermondialistes sont nombreuses en Afrique, et plus précisément au sahel. Ce sont des entreprises non évoluées puis qu'elles ne cherchent pas à moderniser leurs activités. Le travail se fait à la main et cela qui explique la paupérisation des classes moyennes dans ces sociétés et chômage de masse.

3. Discussion

L'*Hibiscus sabdariffa* est une plante herbacée vivace, localisée dans les zones tropicales et subtropicales des deux hémisphères. « Ils sont surtout utilisés pour la production de boissons désaltérantes et tonifiantes sans alcool. Les graines d'*Hibiscus sabdariffa* de par leur richesse en protéine (26%), lipides (20%) et sucres totaux (40%) sont très utilisées dans l'alimentation dans de nombreux pays africains. Les feuilles constituent une bonne source de nutriment et sont utilisés en Afrique pour la préparation de sauces.) ». ² Dans la partie ci-haut, Mady CISSE et al. Viennent dans leur ouvrage collectif intitulé «Le bissap (*Hibiscus sabdriffa* L.) : composition et principales utilisations.» montrent de plus que l'*Hibiscus sabdariffa* est une plante consommée à travers le monde entier. Ainsi sa valorisation par les instances décisionnelles du pays peut contribuer favoriser l'employabilité des jeunes tchadien. En démontrant les vertus d'*Hibiscus sabdariffa* ces auteurs nous font savoir que l'*Hibiscus sabdriffa* est une plante qui donne du force ... c'est une boisson sans alcool.

Ces boissons sont tous élaborées à partir d'un extrait aqueux obtenu après trempage des calices dans l'eau chaude ou à température ambiante. Après filtration, du sucre ainsi que d'autres ingrédients, tels que d'autres jus de fruits, des aromatisants, des morceaux de fruits (ananas fraise, gingembre) etc., peuvent être ajoutés selon le pays pour la confection de la boisson finale. Cette boisson largement répandue en Afrique et en Asie est connue sous plusieurs appellations. Au Sénégal où elle est très appréciée, elle est nommée «bissap» et sa consommation est maximale pendant le mois de ramadan. Au Mali, en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso, la boisson est appelée «da bilenni ». En Egypte, elle est plus connue sous la dénomination de « boisson des pharaons ». Au Soudan l'appellation

² Fruits, 2009, vol 64, p. 179 – 193

de « thé de karkadé » est courante ; cette boisson est consommée froide ou chaude selon la saison.

En Jamaïque, une boisson traditionnelle de Noël est préparée à partir de calices d'*H. sabdariffa*, avec du gingembre, du sucre et de l'eau bouillante. Le liquide est filtré et servi avec de la glace et souvent avec du rhum. Au Nigeria, la boisson, appelée «zobo», est tout autant appréciée par toutes les couches sociales de la population. Dans ce pays, sa popularité s'est récemment accrue en raison des vertus médicinales qui lui sont attribuées et de l'augmentation par ailleurs du prix d'autres boissons non alcoolisées importées.

En Malaisie, la boisson attire l'attention de beaucoup de fabricants de jus de fruits, tandis qu'elle est traditionnellement très consommée en infusion ou boisson fraîche en Thaïlande. La production de confiture, gelée et dessert à partir des calices est aussi largement répandue. Les confitures d'*H. sabdariffa* sont appréciées aux États-Unis, en Australie, au Sénégal, dans les Caraïbes et en Asie [3] (Mady CISSE, 2009).

Les calices sont utilisés également pour fabriquer une boisson fermentée alcoolisée qui s'apparenterait à du vin [52] (Mady CISSE, 2009)

À la question : comment développer la culture d'*Hibiscus sabdriffa* ? La réponse consiste à mettre en valeur ses - graines - pour amener les jeunes à le cultiver « *La culture d'*Hibiscus sabdriffa* présentent donc un potentiel intéressant comme sources de protéines et des matières grasses. Une meilleure valorisation de cette partie de la plante pourrait contribuer au développement de sa culture [...]* » La culture d'*Hibiscus sabdariffa* est une opportunité importante pour le développement du monde rural. La culture d'*Hibiscus Sabdariffa* ne demande pas trop de moyen financier. Cette singularité permet aux couches vulnérables de la cultivée. Sa production nécessite moins de risques : les voleurs ne sont pas trop intéressés par ses produits de

récoltes car son importance économique n'est pas très comprise par de nombreuses personnes qui pensent que c'est le sésame ; l'arachide ; le mil ; le haricot ; la canne à sucre et autres qui ont une grande importance économique. Même de nombreuses femmes le cultivent pour la subsistance alimentaire et non pour la consommation de masse. Alors que les terres ; la pluviométrie ; le marché local et international sont très favorables à son développement. Cette culture bien intégrée peut générer des emplois qualifiants pour la jeunesse du monde rural et urbain. La production d'*Hibiscus Sabdariffa* est une spécialité des femmes cela renvoie à la division travail social que Émile DURKHEIM a relaté dans son ouvrage intitulé « *De la division du travail social* » (É. DURKHEIM ; 1893). C'est une culture associée³, généralement les femmes le cultive tout au long du champ ou l'alternent avec la culture du mil de l'arachide, d'haricot et bien d'autres. Les plantes d'*Hibiscus Sabdariffa* ne constituent pas une menace pour le développement d'autres variétés. Cependant parmi toutes les variétés de cultures vivrières l'*Hibiscus Sabdariffa* n'enregistre pas un bon record saisonnier de production. Ces producteurs n'en font pas un outil d'autonomisation des jeunes femmes moins encore d'une solution durable de la crise d'emploi que rongent nos campagnes ces derniers temps. Normalement il doit naître des leaders féminins dans ce secteur afin de concrétiser le politique genre prôné par nos gouvernants. Malheureusement, ces jeunes femmes qui produisent l'*Hibiscus sabdariffa* n'ont pas trop d'innovation sur leurs activités. Tous renvoient au manque d'encadrement dans ce secteur. Les agents d'encadrement rural ne focalisent pas leurs attentions sur ce domaine faisant toujours la routine autour une variété déjà développée et qui n'apporte pas trop de changement social telle que, le coton. Les femmes du monde rural dans leurs ensembles ressemblent à la pauvreté⁴. Parce que leur formation ne leur permet

Les producteurs n'ont jamais consacré un terrain spécial pour son développement³

⁴ Toutes les violences visent les femmes pauvres parce qu'elles sont sans ressources et manquent de solution pour faire face à la pauvreté

pas de faire facilement l'innovation. La nouvelle génération des femmes doit être formée en pensant au leadership entrepreneurial des femmes de peur de passer à côté des objectifs du développement durable. Comme les femmes se sentent à l'aise dans cette activité, il serait judicieux aux partenaires techniques et financiers ; à nos gouvernants de les aider à améliorer leurs capacités - pour réduire : la pauvreté, la faim, le mariage précoce la mutilation génitale féminine, le décrochage scolaire, les logements de fortune, le manque d'eau potable, la malnutrition infantile, les enfants bouviers et l'accaparement des terres. Beaucoup des pays ont utilisés l'entrepreneuriat comme un outil de résilience efficace en tant de crise. C'est le cas des femmes de la Bosnie Herzégovine actuel Yougoslavie qui avaient vu leurs maris décimés par la guerre avaient entrepris dans l'agroalimentaire pour maintenir l'équilibre social dans les familles. Durant le génocide de Rwandaise en 1994 ; les femmes qui n'avaient pas l'occasion de fuir avec les bagages avaient ramassés les semences pour cultiver [...] il en a été de même pour les femmes de N'Djaména qui avaient connu l'inondation d'août 2022 ont développée des cultures de l'oseille pour faire vivre leurs familles. Voilà quelques exemples précis qui montrent que les femmes ont un penchant positif pour le développement de ce secteur.

Les marchés hebdomadaires offrent un débouché commercial pour l'*Hibiscus sabdariffa*. Et comme les jours du marché hebdomadaire varie d'une localité à une autre dans nos campagnes les femmes peuvent très bien le vendre en cas de besoin. Les produits finis d'*hibiscus Sabdariffa* sont très légers donc les femmes peuvent les transporter facilement sur la tête dans les récipients ou les emballés dans le sac *BABA GANA*⁵. Le panier *TAMIDOH*⁶. De nos jours avec

⁵ Ce sont des sacs de 100 kg.

⁶ Ce mot Sara désigne les paniers usuels que la majorité des femmes tchadiennes utilisent pour transporter des objets légers.

les CLANDO⁷ et les Charrettes et les portes tout ⁸constituent un moyen de transport facile et à moindre coût, compte tenu de son poids léger.

En ce qui concerne sa transformation et sa consommation ; non seulement les femmes rurales les vendent mais peuvent les transformés et le vendre très chers comme vin local. Un vin local à partir d'*Hibiscus Sabdariffa* coûte 1 500f dans nos campagnes. C'est une boisson naturelle, moins toxique, hygiénique et disponible localement qui peut réduire les dépenses de transport pour les femmes commerçantes qui achètent les boissons alcoolisées dans les centres urbains pour les commercialisés. Ce commerce entre dans le cadre de la politique de l'économie sociale et solidaire qui va permettre au Tchad et aux jeunes tchadiens de sortir de l'emprise du capitalisme ou de la dépendance des produits étrangers. Elle peut être consommée en remplacement du thé rouge ou vert par certains ménages et même utilisé pour préparer la bouillie ; sa consommation est très indispensable pour prévenir les le cancer de peau ; les inflammations et les maladies cardiaux vasculaires⁹.

Le développement de cette culture fait face à quelques défis majeurs. D'abord il faut relever parmi tant d'autres sa production limitée, un manque des structures sociaux économiques fiables et le manque d'encadrement et d'appui techniques et financiers.

La production annuelle d'*Hibiscus sabdariffa* est très limitée. Les femmes les cultivent seulement en une ligne tout autour du champ. Cette manière de produire n'apporte pas un grand rendement. En plus de cela les femmes le cultivent pendant une saison seulement donc cette manière de faire engendre sa rareté au marché durant les mois tel que Août, septembre, juin et juillet, octobre et novembre.

⁷ C'est l'appellation des motos taxis au Tchad et au Cameroun.

⁸ C'est un véhicule de transport à motricité humaine.

⁹(Degenhardt A. ; et al.; 2000 p.338-343)

Ce vide prouve également que - l'économie des femmes se fragilisent durant une bonne période de l'année.

En ce qui concerne les organisations socioéconomiques, dans le monde rural rare sont les groupements féminins qui œuvrent pour le développement sérieux d'*Hibiscus sabdariffa*. Le seul produit développé est le vin local mais il faut noter que la production de cette boisson s'affronte à des problèmes de conservation et de publicité. Les publicités sont beaucoup plus traditionnelles c'est – à – dire de bouche à oreille et non à la radio, moins encore une émission à la télévision ou des publications sur internet pour permettre à la société de consommation de changer de préférence.

En ce qui concerne l'encadrement technique, financier : les agents d'encadrement ne s'intéressent pas à l'*Hibiscus sabdariffa*, ils ne fournissent pas des conseils orientations, des semences aux femmes productrices. Il faut ajouter que l'État ne soutient pas la production d'*Hibiscus sabdariffa* : on note un manque de financement pour le développement de cette culture. De nos jours pour produire efficacement dans n'importe quel secteur il faut avoir une connaissance innovante en d'autres termes menés des recherches pour son développement, les recherches pour le marché nationaux et internationaux. Au Sénégal et partout ailleurs beaucoup des études ont éclairé les vertus médicinales d'*Hibiscus sabdariffa*¹⁰. Par contre au Tchad, les études sur la culture d'*Hibiscus sabdariffa* sont rare. Les vertus médicinales d'*Hibiscus sabdariffa* ne sont pas très connues au Tchad. C'est pourquoi elle n'est pas beaucoup cultivée.

Dans les villes du Tchad en général et à N'Djaména en particulier, les jeunes filles et garçons créés de nombreuses entreprises autour d'*Hibiscus sabdariffa* : la vente du jus d'oseille¹¹ dans les artères de la capitale et dans les marchés (Cf. tableau : 1). Pour ces entreprises la transformation d'*Hibiscus sabdariffa* en jus est rapide "moins de

¹⁰ (Kerharo J. et al, 1974)

¹¹ Jus fabriqué à partir d'*Hibiscus Sabdariffa*.

quinze minutes pour sa préparation". Dans un premier temps on achète l'oseille, on le fait bouillir à 100 °c et après, une fois refroidi on ajoute du sucre en fonction de la quantité du jus. Pour un verre de 100 ml de sucre, on verse 1l d'eau et 5 g d'Hibiscus sabdariffa.

Selon Mady CISSE et al. ; les graines d'Hibiscus sabdariffa sont utilisées dans beaucoup des pays pour assaisonner la sauce : « les graines d'H. sabdariffa ¹²sont riches en protéines, aussi, au Benin, sont utilisées pour la fabrication de condiments traditionnels par cuisson puis fermentation. Différents produit appelés « iru », «afitin», «sonru » ou «yanyanku » sont obtenus en fonction de la durée de fermentation. Des produits similaires sont trouvés dans d'autres régions comme le «dawadawa» au Nigeria et au Ghana [55], le «dadawa basso » et le «dadawa kalwa» au Nigeria[56] ,le «nététu au Senegal [60] , le «natto» au Japon et le «kinema » au Nepal [57,61]. Au nord du Nigeria , les graines sont fermentées en présence de quelques épices pour préparer un aliment connu sous le nom de «mungza ntusa utilisées pour élaborer un produit de remplacement de la viande d'oseille, le «furundu», qui est traditionnellement préparé en faisant fermenter , pendant 9 jours , les graines probablement cuites [58]» Au Tchad les graines d'Hibiscus sabdariffa sont utilisés pour la fabrication d'un condiment traditionnel par cuisson puis fermentation qu'on appelle «Ngandéte».

Le jus d'Hibiscus Sabdariffa ¹³est consommée et très apprécié non seulement au Tchad mais aussi au-delà du frontière Camerounaise selon le témoignage d'un transporteur qui faisait le transport de bois entre le Cameroun et la RCA. Ce vieux papa est un Résident centrafricain d'origine Libyen qui était touché par les événements de la RCA entre les milices Anti Balaca et les rebelles SELECA. Après

¹² Fruits, vol.64 (3)

¹³ Connu sous le nom de Angara en arabe tchadien, Mân Iri en Ngambabaye , Mân Yir en Sara Madjigaye et appelé Bissap foléré au Cameroun ; au Tchad Angara ; man irri ou man yir , en RCA, Karkadé au Soudan, Bissap au Sénégal [...]

ce douloureux événements, il a pris refuge à N'Djamena et c'est durant son séjour dans le quartier Gassi que j'ai eu des échanges avec lui concernant le climat des affaires et les produits qui peuvent être potentiellement exportés par le Tchad en vue d'avoir une forte floraison économique. S'adressant sur ce sujet le vieux transporteur me disait que l'*Hibiscus sabdariffa* appelé communément en arabe tchadien « *Karcandji amar* » est une opportunité d'affaire pour les tchadiens étant donné que l'*Hibiscus Sabdariffa* du Tchad est la meilleure qualité très appréciée au Cameroun. Selon mon interlocuteur, ce produit coûte 100 000 F le sac de « *BABA GANA* » au Cameroun. À partir de cette déclaration je me suis dit que dans un pays qui n'est pas très actif sur le marché international en termes d'exportation, le Tchad pourrait faire de la culture de l'*Hibiscus sabdariffa* un produit d'exportation et en même temps en faire la transformation en jus en grande quantité pour la consommation locale et internationale. Ce produit que le Tchad fabriquerait peut-être vendu en Afrique, en Europe, en Amérique, en Asie et en Océanie. En plus de cela ce jus va permettre de lutter contre le cancer, les AVC et l'avitaminose dont souffre la population mondiale ces trois dernières décennies qui a pour cause la consommation des produits génétiquement modifiables appelés OGM. En plus de cela le jus d'*Hibiscus sabdariffa* est vendu un peu partout au Tchad et consommé par les chrétiens, les musulmans, les animistes, les athées, les étrangers cela montre une fois de plus que c'est un produit de consommation de masse.

Conclusion

La culture d'*Hibiscus Sabdariffa* présente une immense potentialité pour l'emploi des jeunes. Son exploitation à grande échelle pourrait donner de la valeur ajoutée à l'économie nationale. Cette culture peut être exportée vers le Cameroun, en plus de cela les jeunes peuvent les transformer et vendre un peu partout sur le continent africain. Mais il faut aussi relever que les jeunes tchadiens s'affrontent à de nombreux défis pour concrétiser ce plan : ces défis

sont de plusieurs ordres notamment logistiques, et d'organisationnels.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Abu-Tarboush H. M., S. B., Al khatani H.A., Some nutritional and functional properties of karkade (*Hibiscus sabdariffa*) seed products, *Cereal Chem.* 74 (1997) 352 – 355.

Ajay M., Achike F.I, Mustafa A.M., Mustafa M.R., Direct effects of quecetin on impaired reactivity of spontaneously hypertensive rat aortae. Comparative study with ascorbic acid, *Clin. Exp. Pharmacol. Physiol.* 33 (2006) 345-350.

Amin A., Hamza A.A Hepatoprotective effects of *Hibiscus*, *Rosmarinus* and *Salvia* on azathioprine-induced toxicity in rats, *Life Sci.* 77 (2005)266-278

BOLLE DE BAL Marcel (1985), *La tentation communautaire .Les paradoxes de la relance et de la contre-culture*, Bruxelles, Presse l'Université de Bruxelles.

BOURDIEU Pierre (1997), *Méditations Pascaliennes*, Paris, Seuil.

CAILLÉ Alain (1993), *La Démission des clercs. La crise des sciences sociales et l'oubli du politique*, Paris La Découverte.

Charte africaine de la jeunesse adoptée par la septième session ordinaire de la conférence tenue le 02 juillet 2006 à Banjul (Gambie)

Diop A.G., Sakho M., Dornier M., Cisse M., Reynes M., Le baobab africain (*Adansonia digitata* L.) : Principales caractéristiques et utilisations, *Fruits* 61 (1) (2005) 55 – 69.

Lukaski H. C., Vitamin and mineral status: effects on physical performance, *Nutr.* 20 (2004)632-644.

Mortanouba DONINGAR, Culture d'hibiscus sabdariffa une solution pour l'emploi des jeunes filles et garçons au Tchad

Mady CISSE et al., 2009, Le bissap (Hibiscus sabdariffa L.): composition et principales utilisations, Dakar, Fruits, vol.64 p. 179-193

Maiga A. Diallo., Bye R. Paulsen B.S., Determination of some toxic and essential metal ions in medicinal and edible plants from Mali, J. Agric. Food Chem. 53 (2005) 2316-2321.

MAURUANI Margaret, NICOLE Chantal (1989), *Au labeur des dames. Métiers masculin, emploi féminins*, Syros – Alternatives.

MARUANI Margaret, REYNAUD Emmanuèle (1993), *Sociologie de l'emploi « Repère »*, Paris, La Découverte.

McClintock N.C., El Tahir I.M., Hibiscus Sabdariffa L.in :Grubben G.J.H., Denton,O.A(Ed.),PROTA2 (Plan Ressources of Tropical Africa) : vegetables [CD-Rom], PROTA,Wagening.,Neth.,2004.

PECQUEUR Bernard et ZIMMERMANN Jean-Benoît (2004), *Économie de proximité*, Paris, Lavoisier.

SEN Amartya (1993), *Éthique et économie*, trad.fr. Paris, PUF.

SUE Roger (1997), *La richesse des hommes. Vers l'économie quaternaire*, Paris, Odile Jacob.

ZAOUAL Hassan (2005 a), « *Homo œconomicus ou Homo situs?* » *Un choix de civilisation* », *Finance & the common Good / Bien commun* n° 22, Juillet – Août, p. 63 – 72.

ZAOUAL Hassan (2008), *Développement durable. Économie sociale, environnement et innovations*, Paris, L'Harmattan.