



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

21889



CLAR S.A.R.L.

SPÉCIALISTE DU COLOSTRUM

Domaine Agricole
62310 RADINGHEM
Téléphone (33) 03.21.41.40.62
Fax (33) 03.21.03.74.19

Compte-rendu des Missions :

l'"œil du lait" en Inde

Missions du 09 au 17 Avril 1996 et du 10 au 17 janvier 1997

.....

1- Préambule

A New Delhi, quand, dans la rue, vous demandez à un Indien s'il connaît le colostrum, il vous répond que l'"œil du lait" est un bon produit que l'on offre très volontiers aux amis et aux personnes que l'on veut honorer, car c'est bon pour la santé... et il commence à vous donner une recette de préparation d'un gâteau ou d'un produit fait à base de colostrum.

A Bombay, on nous a cité le cas d'une entreprise qui commercialise depuis quelques années de telles préparations qui contiennent également d'autres produits tels que le lait, farine, arômes et épices divers.... Ces préparations sont offertes, entr'autre, à la naissance d'un enfant, ou pour des éléments agréables de la vie. Cette activité à l'air d'être rémunératrice...

Voilà, en deux anecdotes, comment on peut succinctement définir le colostrum en Inde, Pays où la vache sacrée a encore une signification religieuse et traditionnelle importante. Dans ce contexte, il n'est pas surprenant que le colostrum soit l'"œil du lait" car, symbole de "source de vie" et qu'il ait également des vertus bénéfiques pour la santé de l'homme.

Cet "œil du lait" dont on nous a plusieurs fois parlé, a, après réflexion, une image forte de sens et de symbole.

Quittons la tradition et passons au présent pour aborder de manière synthétique le projet colostrum.

Destinataires :
O.N.U.D.I. à Vienne,
Ministère de l'Agriculture à Paris

Février 1997

2- Le contexte

A la suite d'une mission d'étude, Monsieur André, Consultant, agissant pour le compte du Ministère Français de l'Agriculture, a rencontré, fin 1994, une société Indienne travaillant dans le secteur pharmaceutique et souhaitant développer une activité colostrum. Quelques mois plus tard, une deuxième entreprise indienne, travaillant également dans le secteur pharmaceutique, s'est déclarée intéressée par divers éléments du colostrum.

Ces deux entreprises sont situées :

- la première à Bombay, Capitale du Maharashtra,
- la deuxième à Hyderabad, Capitale de l'Andhra Pradesh.

Le Ministère de l'Agriculture et l'O.N.U.D.I. ont accepté de financer deux missions ayant les objectifs suivants :

- pour la première : pour vérifier la possibilité de développement de ce type d'activité en Inde,
- la réponse ayant été positive, les buts de la deuxième mission consistaient à voir si une collaboration était réalisable et si oui, dans quelles conditions et sous quelle forme.

3- Quelques données économiques

3-1- La Population

La population Indienne, au recensement de 1991, se situe à 844 millions d'habitants, avec une population urbaine de 24% (pour 1994, la population est estimée à 918 millions). Une vingtaine d'agglomérations ayant une population supérieure à 1 million d'habitants étaient identifiées (Bombay 13, Calcutta 11, Delhi 8 à 9, Madras 5 à 6).

La population augmente à rythme de 2,2% par an (+17 millions soit une "Australie" de plus chaque année), et l'espérance de vie est estimée à 60 ans. Les taux de natalité et de mortalité sont respectivement de 3,2 et 2,1% contre 1,3 et 0,5% pour la France.

L'Inde représente 15 à 16% de la population mondiale et se caractérise par sa grande jeunesse :

- les moins de 15 ans représentent 37% de la population,
- et près de 60% sont en âge de travailler (de 15 à 64 ans).

La population des deux États dans lesquels se situent les firmes rencontrées est respectivement de :

- le Maharashtra : 79 millions,
- l'Andhra Pradesh : 67 millions (recensement 1991).

3-2- Le niveau de vie

Il est frappant de constater que la croissance de la population "accompagnant" celle de la production agricole et industrielle, la pauvreté ne recule que très lentement.

Les éléments chiffrés du niveau de vie sont très disparates, et bien qu'ils varient grandement, il est possible de considérer que :

- 25% de la population vivent en dessous du seuil de pauvreté (grande variation selon les États),
- 29% de la population sont considérés comme étant pauvres. Malgré des valeurs de revenus aussi basses, l'Inde assure l'autosuffisance alimentaire de sa population et le spectacle de la rue le confirme : les gens ne semblent pas malheureux, même si la vue des immenses bidonvilles du nord de Bombay constitue, pour nous Européens, une aussi grande et immense misère.
- la classe moyenne - toutes proportions gardées et corrections effectuées - ayant un niveau de vie comparable au niveau Européen, est estimée entre 20 et 30% de la population, soit 180 à 270 millions d'habitants.
- Une classe de 10 à 20 millions d'habitants, essentiellement urbaine, dispose, en valeur nominale, de revenus moyens similaires aux valeurs moyennes Européennes, ce qui, pour l'Inde, représente de très gros pouvoirs d'achats.

Il est donc possible de considérer que près de 40 à 50 millions de personnes (soit les 2/3 ou les 3/4 de la population Française) disposent d'un pouvoir d'achat élevé, qui, plus est, a une grande soif de consommation.

Le salaire mensuel minimum égal est de l'ordre de 150F par mois, la rémunération d'un chef d'entreprise de haut niveau est comprise entre 2.500 et 5/6.000 Francs par mois.

3-3- Le P.I.B.

Le taux de croissance du Produit Intérieur Brut Indien a connu une augmentation de l'ordre de 5,6% par an pour la période 1981/1991.

1991/1992 connut un ralentissement à 1,1%, puis le rythme de 3,5 à 4,5% s'est développé à partir de 1992/1993.

Si l'on considère que la calcul du P.I.B. tient compte de la population vivant en-dessous du seuil de pauvreté, et qui de ce fait ne contribue que peu ou très peu à la croissance du P.I.B., l'Inde connaît un développement important de son économie.

3-4- Quelques données sanitaires

Les conditions sanitaires générales sont déplorables par manque d'infrastructures de base, aussi bien en matière de distribution d'eau que d'évacuation et de traitement des eaux usées, qu'elles soient domestiques ou non (absence dans les villes de réseaux d'égouts, aucune hygiène à proximité et dans les bidonvilles...). Il est fréquent de rencontrer dans les rues de Bombay un service de distribution d'eau par camions citernes, puis par tonneaux montés sur roues et distribution (probablement vente) au détail, sur le coin d'un trottoir.

Dans ce contexte, les données suivantes sur la mortalité infantile ne semblent pas aberrantes, celle-ci est, en moyenne du Pays, de 7,4%, avec des variations importantes :

- 4,5% en zone urbaine, ce qui représente le décès de 0,32 million d'enfants sur 7,2 millions de naissance,
- 9% en zone rurale, soit 2,0 millions de décès sur les 22,8 millions de naissances annuelles.

Les principales causes à l'origine de ces 2,3 millions de morts sont dues à deux fléaux particulièrement importants :

- les diarrhées infantiles, qui représentent peut-être 7 à 800.000 décès, l'affirmation "*plus d'un décès par minute*" nous ayant été faite par l'une des deux Sociétés rencontrées (1 décès/minute = 526.000 par an),
- la malnutrition qui, en plus, entraîne chez les enfants, des retards de croissance et de développement intellectuel.

4- L'Industrie laitière indienne

4-1-Le troupeau laitier

Le troupeau laitier compense son manque de performance par animal, par un nombre élevé d'animaux :

- vaches de races croisées : 3,3 millions d'unités pour une production moyenne de 2.000 kilos par an,
- vaches de races locales : 26 millions de têtes pour 600 kilos de production moyenne,
- bufflesses, dont 23 millions de têtes produisant 1.200 kilos par an, le lait de bufflesse représente 55% de la production.

4-2- La production

En 1992, la F.A.O. estime la production laitière à près de 60 millions de tonnes (près de 50% pour le lait de vache et près de 50% pour le lait de bufflesse), le troupeau producteur étant estimé à 31 millions de tête et le rendement, par animal étant de l'ordre 1.000 litres par an.

Deuxième producteur mondial, l'Inde devrait passer, au début du siècle prochain, à la première place devant les Etats-Unis (70 millions de tonnes).

Les États du Maharashtra et de l'Andhra Pradesh sont respectivement les cinquième et sixième producteurs de lait Indiens, les deux États représentant le tiers de la production Française.

4-3- La collecte, la transformation et la Consommation du lait

Sur 100 litres de lait produits, 55 sont collectés (10, par le secteur Coopératif N.D.D.B. et 45 étant destiné au secteur privé). Les 45 litres restants correspondent à l'autoconsommation et aux pertes.

Les principales transformation, en dehors du lait liquide qui représente 46%, le poste des beurres et dérivés utilise 34% de la collecte et la fabrication des autres produits étant principalement répartie entre les laits caillés et les laits concentrés.

La consommation par habitant est faible. Hors la consommation de lait liquide (54 litres par an), la consommation de produits laitiers est très faible, les produits frais étant quasiment inexistant, par manque de structures de froid.

5- Le colostrum et ses applications en Inde

Le colostrum est très connu en Inde où il revêt un caractère de produit à offrir à l'occasion d'une naissance ou à des amis que l'on veut honorer. Comme le produit est chauffé, concentré, mélangé à d'autres éléments, les éléments nobles (immunoglobulines) sont certainement détruits par la chaleur enlevant de ce fait une grande partie de l'intérêt du produit sur le plan des apports immunologiques. Toutefois, l'image est là et elle bien est ancrée dans l'esprit du public.

Des différentes rencontres, il ressort nettement que trois axes, peuvent être développés :

- Le colostrum et la tradition :

Des produits existent sur le marché de Bombay et les fabrications semblent être artisanales mais rémunératrices.

- Le colostrum et les sels minéraux :

Avec le développement d'un pouvoir d'achat, une part de la population Indienne (classe moyenne) aspire d'une façon générale au mieux être. Celui-ci passe notamment par des soins corporels plus importants qu'auparavant, ainsi qu'une prise de conscience de l'importance du capital santé de chacun.

- Le colostrum et les anticorps :

Le champ d'application est certainement très vaste dès l'instant que les préparations vaccinales existent ou seront développées.

6- Perspectives pour l'avenir du dossier

A partir de la mission du mois d'Avril 1996, les contacts ont été maintenus et se sont développés, permettant ainsi de réaliser des avancées importantes lors des discussions de Janvier 1997.

L'esquisse d'un partenariat avec l'une des deux Entreprises est maintenant bien apparente, la possibilité d'une collaboration avec la deuxième Entreprise étant beaucoup moins évidente.

Au cours des entretiens et discussions, parfois passionnés, il apparaît une forte volonté politique du Président de la Société qui voit dans le colostrum, la possibilité de résoudre des problèmes sanitaires réduisant ainsi le nombre de décès de jeunes enfants atteints de diarrhées auxquels s'ajoutent des problèmes de dénutrition ou de malnutrition.

Des grandes orientations ont été prises visant à :

- la mise en place d'un courant commercial permettant aux deux parties de trouver un intérêt financier et consolidant la réalisation du projet,

- la définition d'un programme technico-scientifique comportant plusieurs étapes pour le marché intérieur,

- la réflexion sur un programme de Recherche-développement, à mettre en place dans une deuxième phase.

Ces activités seront réalisées dans le cadre d'un Joint-Venture de type "Private Limited Company" (équivalent de la S.A.R.L. Française).

L'Entreprise Indienne souhaite aller très vite, confirmant ainsi la grande volonté du Président, l'Entreprise disposant d'une forte capacité en matière de Recherche-Développement qui ne peut être que profitable au projet.

7- Conclusions

A l'issue de ces missions de "reconnaissance" approfondies, il paraît très nettement qu'une collaboration étroite peut être mise en place, d'autant plus facilement que les Responsables ont des vues quasiment identiques sur le mot colostrum et que le Consultant qui introduit la Société CLAR auprès de la Société Indienne a déjà des relations d'affaires avec cette Entreprise, celles-ci se déroulant dans de très bonnes conditions depuis plus de 8 ans.