

NOUVELLE-CALEDONIE

CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL

Nouméa, le **24 Juillet 2001**

VCEU N° 04/ 2001
RELATIF A LA COMMERCIALISATION DU NONI
EN NOUVELLE-CALEDONIE

? ? ?

Le Conseil Economique et Social de la Nouvelle-Calédonie, conformément à la loi organique n° 99-209 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie,

Vu la délibération n° 03/CP du 05 Novembre 1999 portant organisation et fonctionnement du Conseil Economique et Social de la Nouvelle-Calédonie,

Vu la délibération n°1-CES/2000 du 07 Mars 2000 portant Règlement Intérieur du Conseil Economique et Social,

Vu l'autosaisine du Conseil Economique et Social relative à la commercialisation du noni en date du 11 Septembre 2000.

Vu l'Avis du Bureau en date du **20 Juillet 2001**

a adopté lors de la Séance Plénière en date du **24 Juillet 2001**, les dispositions dont la teneur suit :

I - PREAMBULE

A) *Une utilisation traditionnelle et contemporaine des plantes médicinales*

L'intérêt que peuvent avoir les substances naturelles issues de la médecine traditionnelle et celles issues de la biodiversité de la Nouvelle-Calédonie n'a jamais été démenti.

Dans cette optique, **le Conseil Economique et Social note** la singularité d'une entreprise calédonienne comme COSMECAL qui a fait breveter une technique d'extraction ainsi que le produit de cette extraction.

Cette découverte permet notamment à la société de collaborer avec les laboratoires Christian DIOR, et de participer à un groupement d'intérêt scientifique (le GIS), dont sont également parties prenantes l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD), l'Institut d'Agriculture néo-calédonien (IAC), l'Université de la Nouvelle-Calédonie ou encore l'Etat.

Parmi les matières premières utilisées, on **recense** :

? **Le Kava** : importé du Vanuatu, la résine est extraite pour être transformée en différents produits tels que des sirops, des pastilles ou encore des gélules. La consommation de produits à base de Kava permet ainsi une meilleure relaxation et des nuits plus calmes et sereines.

? **Le Niaouli** : arbre très connu des Calédoniens pour ses extraits qui facilitent la digestion, aident à mieux respirer et à mieux dormir.

? **L'Aloès** : plante qui soulage les brûlures, les coups de soleil et les douleurs,

? **et le Noni**, sur lequel repose l'étude de l'Institution.

A) *Objet de la réflexion du Conseil Economique et Social*

La vente des plantes médicinales est réglementée par 3 articles du Code de la Santé publique qui sont applicables en Nouvelle-Calédonie soit :

- l'article L511 qui donne le monopole de la vente des plantes médicinales (inscrites à la pharmacopée) aux pharmaciens.

- les articles L659 et L660 qui réservent la vente des plantes médicinales au détail (sans condition d'inscription à la pharmacopée) aux herboristes, dont la profession s'est éteinte puisque les derniers diplômes ont été délivrés en 1941, et aux pharmaciens.

La réflexion du Conseil Economique et Social s'inscrit en conséquence dans le cadre de la consommation croissante d'un de ces produits à base naturelle non-inscrit à la pharmacopée, à savoir le "noni", afin d'établir une réglementation labellisante quant à sa commercialisation.

Le Conseil Economique et Social s'est attaché d'une part, à présenter les données scientifiques, techniques et commerciales relatives à cette plante et d'autre part, à formuler des propositions susceptibles d'en optimiser les potentialités économiques.

II - LE NONI EN QUESTION

A) *Un aliment salubre*

Le Conseil Economique et Social retrace l'histoire du noni **et informe** à ce titre que ce sont les Polynésiens des temps anciens qui révélèrent les vertus médicinales de ce fruit, en abondance sur leurs îles.

Puis en 1993, deux nutritionnistes, John WADSWORTH et Stephen STORY découvrirent le noni tahitien grâce à un ami qui venait de Polynésie Française. Ils étudièrent durant trois années ce fruit développant des méthodes de récolte, d'extraction et de conditionnement sans avoir à sacrifier aux propriétés naturelles du noni.

En juin 1996, ils introduisirent le jus de noni en Amérique du Nord. Depuis, le succès de ce produit est croissant et son efficacité reconnue.

En effet, le professeur Ralf HEINKE, un biochimiste renommé s'aperçut qu'une certaine substance appelée xéronine pouvait avoir une fonction déterminante permettant aux cellules de se régénérer plus facilement. Cette substance se forme dans le gros intestin où la xéronine est produite grâce à l'action de deux autres enzymes : la proxéronase et la proxéronine, présentes en grande quantité dans le noni.

Le Conseil Economique et Social rappelle que les expériences menées sur le noni ont débuté à Nouméa dans les années 1994-1995 par l'intermédiaire d'une étudiante, Julie LAMBOURG, dans le cadre de sa thèse d'exercice en pharmacie.

Le Conseil Economique et Social explique que cette plante est non dangereuse, intéressante en tant qu'immuno-stimulant, et qu'elle appartient à la catégorie des alicaments dont la finalité est de prévenir la maladie plutôt que de la guérir.

Le Conseil Economique et Social signale les problèmes générés par ces produits qui sont situés entre la médecine et l'alimentaire. **Le Conseil Economique et Social pose** à ce titre la question de savoir si le noni doit être réservé aux pharmaciens puisque considéré comme une plante médicinale ou en vente libre puisque assimilé à un produit diététique et alimentaire.

Le Conseil Economique et Social constate en effet que les produits de santé n'étant ni vendus en pharmacie ni en supermarchés, font actuellement l'objet d'un bras de fer entre les Etats-Unis qui tiennent à ce que ces derniers restent alimentaires et l'Europe qui pense que c'est à la pharmacie de les gérer par la définition de la plante.

B) Un système de commercialisation timide et perfectible

Née avec le concours des deux nutritionnistes précités, la société américaine MORINDA, dont le nom est issu de la dénomination scientifique de la plante noni (*Morinda Citrifolia*), est responsable de la diffusion du "nectar noni" dans le monde entier, grâce à un réseau de distribution présent dans une quarantaine de pays.

Localement, l'entreprise calédonienne COSMECAL, effectue de la "recherche-développement", c'est-à-dire qu'elle procède à des recherches scientifiques pour obtenir des retombées économiques.

En Nouvelle-Calédonie, trois espèces de "noni" sont recensées contre une à Hawaï et deux à Tahiti. Si les variétés locales connaissent une prolifération notable dans les décharges minières, elles apparaissent toutes médicinales et diverses dans leur forme, genre de plantation et rythme de production. A cet effet, il y a lieu d'observer que le fruit présente une apparence bosselée allant du vert au gris (cf. annexe).

Dans cette perspective, **le Conseil Economique et Social note** que la société calédonienne est capable de produire environ trois tonnes de jus par mois par le biais de son principal fournisseur qui est l'île d'Ouvéa avec 1,8 tonne par mois de fruits envoyés. Le Directeur de l'entreprise envisage d'ailleurs de prendre contact avec des habitants de Maré et de Lifou où le noni pousse également à l'état sauvage.

Le Conseil Economique et Social signale de plus que le jus est envoyé en Australie pour être mis en bouteille.

Le Conseil Economique et Social prend note de la valeur commerciale du noni qui varie de 3 à 6 dollars américains par kilo. **Il précise** que le kilo est acheté 3,90 dollars américains à Tahiti contre 65 francs CFP en Nouvelle-Calédonie.

Le Conseil Economique et Social infère l'inexistence d'une autorisation spéciale pour la circulation de ce produit sur le territoire. **Il ajoute** que les indications apposées sur les étiquettes sont interdites car le noni n'est pas reconnu comme médicament.

Néanmoins, **le Conseil Economique et Social déplore** que l'image bénéfique du noni tahitien supplante sur le marché local celle du noni calédonien sachant que ce dernier est tout aussi appréciable par sa qualité.

Enfin, **le Conseil Economique et Social observe** que les marchés australien et japonais restent à pénétrer. La demande japonaise est, il est vrai, estimée à six cents tonnes de jus par an. Parallèlement, **le Conseil Economique et Social constate** que la société COSMECAL est l'unique entreprise du territoire à réaliser des gélules déshydratées, qui pourraient gagner plus aisément le marché européen.

III) PROPOSITIONS

Le Conseil Economique et Social souhaite avant toute chose que la création d'entreprises locales et notamment artisanales soit encouragée et soutenue par les Provinces compétentes en la matière.

De ce fait, **le Conseil Economique et Social pense** qu'il incombe aux Iles Loyauté de s'investir dans la plante étudiée, car ce sont elles qui en possèdent principalement la matière première. Il est en effet démontré que les charges résultantes de la mise en valeur du noni sont moindres lorsque le produit envoyé est fini.

Le Conseil Economique et Social estime en outre opportun de procéder à la mise en place d'un système de ramassage des fruits.

Le Conseil Economique et Social remarque qu'il reste beaucoup à faire dans le domaine de la réglementation et de l'étiquetage. Il importe en conséquence au **Conseil Economique et Social** que la réglementation en la matière soit pleinement équitable entre d'une part, les produits locaux et d'autre part, les produits étrangers importés dans le pays.

En tout état de cause, **le Conseil Economique et Social demande** aux vendeurs de "noni" de se mettre en conformité avec la réglementation en vigueur sur les produits consommables en Nouvelle-Calédonie (nom du fabricant, adresse, nomenclature de l'aliment, composition, incidences) afin de permettre au consommateur de se protéger d'éventuels effets secondaires.

Parallèlement, **le Conseil Economique et Social évoque** la nécessité de noter précisément les bienfaits de chacun des produits à base naturelle.

Le Conseil Economique et Social pense que cette démarche pourrait être complétée par la réalisation d'une bibliographie, prélude à l'institution d'une législation. Il apparaît effectivement que le travail en aval nécessitera du temps, du personnel et des crédits, sachant qu'il n'existe pas à l'heure actuelle d'essais cliniques ou toxicologiques permettant de vérifier l'efficacité de la plante noni.

Dans cette perspective, **le Conseil Economique et Social suggère** qu'au niveau purement réglementaire, la plante noni soit commercialisée en qualité de produit alimentaire/diététique sans législation particulière mais avec quelques réserves.

Le Conseil Economique et Social tient il est vrai à ce que la présentation de ce produit ne fasse pas état de ses propriétés thérapeutiques, sous peine d'entrer dans la catégorie des médicaments, qui impose dans sa vente d'être accompagnée d'un conseil pharmaceutique de son bon usage.

Le Conseil Economique et Social indique que la commercialisation d'un médicament nécessite une autorisation de mise sur le marché qui est coûteuse, soit entre 100 millions et 1 milliard de francs français pour près de 5 à 10 années de recherches, ce qui n'est dans l'immédiat pas à la portée de l'industrie calédonienne.

Le Conseil Economique et Social rappelle que la réglementation pharmaceutique a pour but premier de protéger le consommateur du charlatanisme.

Par suite, **le Conseil Economique et Social recommande** d'être prudent et donc de ne pas réaliser de vastes plantations pour le moment. L'investissement à long terme peut en effet être risqué face à un phénomène de mode "noni" pouvant s'estomper au profit d'autres substances.

Le Conseil Economique et Social observe que cette forme de commerce pourra donner un complément financier non négligeable aux petites tribus où il est difficile de faire autre chose.

Le Conseil Economique et Social déclare enfin que la Nouvelle-Calédonie devrait engager, au regard de l'avance considérable de la Métropole et de l'Europe en général en matière d'agriculture biologique, une démarche de labellisation de certains de ses produits afin de répondre à la demande croissante des pays qui ne souhaitent pas les acheter sans garanties.

LA SECRETAIRE

LE PRESIDENT

Léontine PONGA

Bernard PAUL