

Werner LAMADE

*Université  
de Dar-Es Salam  
F.A.O. (Rome)*

**L'EXPÉRIENCE  
DES MARKETINGS BOARDS  
EN TANZANIE**

**I. — SYSTEME ACTUEL D'ORGANISATION**

En Tanzanie, l'extrême variété des Offices de commercialisation, au nombre de 12 en ce moment, trouve ses origines dans l'histoire des diverses industries à caractère agricole. Sur le plan historique, trois types d'organismes de commercialisation se développèrent au cours des ans.

Le type le plus ancien est celui de l'Organisme Commercial des Producteurs, tel le « Tea Board » (Office du Thé), fondé en 1950, le « Pyrethrum Board » (Office du Pyrèthre), fondé en 1949, le « Seeds Board » (Office des Graines), fondé en 1947. Le « Coffee Board » (Office du Café) de 1957 appartient également à ce groupe.

Ce ne sont pas des organismes de commercialisation au sens strict du mot, mais ils ont quelques pouvoirs sur certains aspects de la commercialisation. Ce ne fut pas le gouvernement qui prit l'initiative de les créer. C'étaient des organismes de producteurs mis sur pied par les producteurs eux-mêmes et s'intéressant en particulier à des produits agricoles cultivés exclusivement hors d'Afrique ; ces offices régissaient, par un pouvoir légal qui leur était conféré par le gouvernement, quelques aspects de leur industrie spécifique allant de la production à l'exportation. Ils gardent encore actuellement ces fonctions étendues.

Dans le début des années 50, le deuxième genre d'organisme se développa, mais le « Lint and Seed Marketing Board » (Organisme de Commercialisation de la Charpie et des Graines) fut le seul existant

jusqu'après l'indépendance. Ses activités se fondaient sur le besoin de protéger et promouvoir une industrie agricole exclusivement constituée de petits propriétaires africains qui s'étaient accoutumés à un système de débouchés assurés et à des prix garantis pour leurs produits, avec le processus de l'achat massif par le ministère britannique des produits comestibles, prolongement direct des lois protectionnistes.

Cet organisme est du type des organismes classiques d'Afrique Occidentale, jouissant d'un monopole et possédant le pouvoir de stabiliser les prix. Après l'indépendance, un grand nombre de nouveaux offices commerciaux furent créés et dans d'autres cas les pouvoirs de certains déjà existant furent étendus. Assez curieusement, la législation promulguée ne visait pas à la création d'organismes nationaux couvrant le pays tout entier, mais visait plutôt à la création d'un certain nombre d'organismes régionaux à vocation multiple et commercialisant un grand nombre de produits de la région y compris les productions alimentaires.

Au début, parfois, les organismes régionaux et nationaux opéraient simultanément mais sans coordination. La forme de l'organisation actuelle apparut enfin vers 1964-1965, bien que le dernier organisme vit seulement le jour en 1966.

Les raisons motivant la vague post-coloniale de mise en place d'organismes de commercialisation qui débuta par le « National Agricultural Products Board » ou N.A.P.B. (Office des Produits Agricoles Nationaux) prennent naissance dans un contexte politico-philosophique national, l'U.J.A.M.A.A. qui est la version tanzanienne du socialisme africain (1). Même si la définition en reste faible, les fondations institutionnelles sur lesquelles le socialisme africain doit être construit en Tanzanie sont les coopératives.

L'expérience d'autres pays prouve que les coopératives ne peuvent survivre qu'à deux conditions : d'abord, si un esprit réellement coopératif est développé (ce qui est l'esprit même d'U.J.A.M.A.A. : famille), et ensuite si les sociétés sont économiquement viables. Pour ce deuxième point, on donna aux coopératives un monopole pour la commercialisation première de récoltes spécifiques. C'était nécessaire, afin de les protéger contre la concurrence acharnée des commerçants asiatiques et arabes, lesquels étaient extrêmement expérimentés. En fait, ils avaient plus ou moins besoin d'un débouché garanti pour leurs récoltes et si possible à des prix assurés.

Le N.A.P.B. fut alors créé comme une sorte de parapluie à l'abri duquel les sociétés coopératives agissaient en tant qu'agents acheteurs au sein du monopole. Par ailleurs, le socialisme sous quelque forme qu'il se manifeste, implique une certaine part d'influence gouvernementale

(1) Il est caractéristique de constater que TANU dont la tâche première est de former la nation à l'UJAMAA déclare être le promoteur de l'idée de création du NAPB.

en matière d'industries agricoles, et particulièrement lorsque celles-ci étaient dominées par des expatriés. Ce fut la raison pour laquelle le sucre, le thé, le sisal et d'autres industries, passèrent sous la dépendance de nouveaux organismes sur lesquels le gouvernement avait une forte influence et raison aussi pour laquelle l'influence gouvernementale fut renforcée sur des organismes déjà existants.

Les organismes (1) de commercialisation suivants existaient au début de 1966 :

1. The National Agricultural Products Board (N.A.P.B.) 1962 (Office des Produits Agricoles Nationaux).
2. The Tanganyika Coffee Board .... (T.C.B.) 1962 (1) (1957) (Office du Café du Tanganyika).
3. The Lint and Seed Marketing Board ..... (L.S.M.B.) 1952 (Office de Commercialisation des Charpies et Graines).
4. The National Wheat Board ..... (N.W.B.) 1965 (Office du Blé National).
5. The National Sugar Board ..... (N.S.B.) 1964 (Office du Sucre National).
6. The Tanganyika Tobacco Board ..... (T.T.B.) 1963 (Office des Tabacs du Tanganyika).
7. The Tanganyika Pyrethrum Board (T.P.B.) 1960 (2) (1949) (Office du Pyrèthre du Tanganyika).
8. The Tanganyika Sisal Marketing Board .... (T.S.M.B.) 1965 (Office de Commercialisation du Sisal du Tanganyika).
9. The Tanganyika Papain Board ..... 1964 (Office du Papaye du Tanganyika).
10. The Tanganyika Seeds Board ..... 1964 (2) (1947) (Office des Graines du Tanganyika).
11. The Tanganyika Tea Board ..... 1950 (2) (1938) (Office du Thé du Tanganyika).
12. The Tanganyika Kairy Board ..... 1966 (Office des Produits Laitiers du Tanganyika).

(1) Tous ne sont pas des organismes de commercialisation au sens strict du terme. Il est difficile de définir avec précision lequel des organismes relatif à une denrée est un organisme de commercialisation et lequel ne l'est pas. Si le critère est la manutention physique de la récolte elle-même, il y a seulement deux organismes de commercialisation dans le pays. Si la manutention physique par l'intermédiaire d'un agent employé est une condition suffisante, on trouve alors 7 organismes. Si le pouvoir d'acheminer un produit agricole particulier vers un système de commercialisation dirigée est le critère, il y en a dix. Si le critère est le fait d'exercer un pouvoir sur l'un ou l'autre des aspects de la commercialisation, tous alors sont des organismes de commercialisation.

(2) Réorganisé.

Un essai est fait à l'annexe 1 pour classer les organismes ci-dessus en divers types, en fonction de certains critères relatifs aux implications physiques et aux pouvoirs actuels que ces organismes exercent. D'après ces caractéristiques, il y a en gros trois groupes de base d'organismes de commercialisation dont l'un est subdivisé en deux classes, portant ainsi à quatre les types d'organismes (1).

Le premier groupe (type 1) est constitué par trois organismes ambivalents à monopole, commercialement autonomes et s'adressant aux marchés intérieurs et (ou) d'exportation. Le second groupe, toujours ambivalent et à monopole mais commercialement non autonome, s'adressant aux marchés intérieurs et (ou) d'exportation, est subdivisé en deux groupes : ceux qui disposent d'une agence de vente à laquelle le monopole est conféré (type 2) et ceux qui n'ont rien à voir avec la manipulation physique des produits, ni par commercialisation directe, ni par le truchement d'agents mais qui, par contre, ont le pouvoir de diriger une récolte déterminée vers un système particulier de canaux de commercialisation (type 3). Il y a quatre organismes du type 2 et trois du type 3 en Tanzanie. Les pouvoirs statutaires du troisième groupe sont limités aux activités de régulation, tels qu'accorder des licences aux exportateurs et fixer les prix minima à l'exportation (pour le T.S.M.B.). Ils pourraient plus ou moins aider les industries spécifiques y compris la commercialisation et conseiller le gouvernement sur ces questions.

L'importance économique des offices de commercialisation de Tanzanie peut être déduite du fait que virtuellement, aucune récolte de quelque importance que ce soit n'est soustraite au contrôle des offices ou non soumise à leurs décisions. En fait, mis à part le sisal et le thé, la commercialisation de toute récolte importante est déterminée par un organisme à monopole de l'un des types considérés justifiant plus des 60 % du rendement total monétaire dans le secteur du marché agricole en 1965. La commercialisation d'environ 30 % (surtout du sisal) est dirigée d'une autre manière par les décisions d'un office de commercialisation ne laissant qu'une faible fraction des récoltes au libre marché.

Cependant, les 12 offices ne constituent pas un réel système. Ils se sont constitués d'une manière pragmatique selon les besoins particuliers à des moments particuliers. Bien qu'ils aient été répertoriés en 4 types, ils ne sont en aucune manière en accord sur les méthodes opérationnelles. En conséquence, dans ce qui suit, il sera brièvement traité de la manière dont les Offices agissent en particulier, de leurs réalisations et de leurs problèmes ainsi que de l'existence des possibilités d'une organisation plus homogène en même temps que d'une politique rationnelle plus coordonnée.

(1) Ceci ne correspond pas au système de classification récemment développé par la FAO laquelle considère six types différents. (cf. FAO Marketing Guide n° 5, *Organismes de commercialisation agricole ; leur établissement et leur fonctionnement*). Rome 1966.

## II. — CANAUX DE COMMERCIALISATION ET MÉTHODES OPÉRATIONNELLES

### 1) *MÉTHODES DE REGROUPEMENT.*

Le schéma d'écoulement de l'annexe 2 donne une idée des canaux par lesquels les diverses récoltes sous le contrôle de 3 types d'organismes à monopoles, sont acheminées du producteur au consommateur, ou vers les marchés d'outre-mer (1). Toutes les récoltes dépendant de ces offices sont produites par de petits propriétaires groupés en sociétés coopératives, lesquelles achètent directement aux producteurs. Leurs groupements de coopératives constituent les principaux agents d'achat pour le compte des Offices et viennent chercher les produits dans les sociétés. Mais les cultivateurs de domaines ou leurs organisations peuvent vendre leurs produits directement à l'Office ou bien à ses agences de vente désignées. Le sucre est une exception, car la production de canne et sa transformation en sucre sont intégrées au sein d'une même compagnie.

### 2) *MÉTHODES DE VENTES.*

En vue d'exporter, le L.S.M.B., le T.C.B. et le N.A.P.B. écoulent leurs produits par des méthodes semblables. Les deux premiers les mettent aux enchères publiques et les exportateurs locaux autorisés par l'Office les achètent. Le troisième les met en adjudication.

Le N.A.P.B. vend ses récoltes alimentaires à des prix déterminés et seulement en quantités importantes à des moulins et à des grossistes.

Le N.A.P.B. et le L.S.M.B. gardent les produits un certain temps ; en ce qui concerne le L.S.M.B., dès que la charpie et les graines de coton quittent la filature, pour le N.P.B., dès la livraison par leurs principaux agents, qu'il s'agisse pour ces derniers de groupements de coopératives ou de livraison directe dans les propres magasins N.A.P.B., comme c'est le cas dans 3 régions.

Le T.C.B. ne garde jamais son café ; il le vend simplement à crédit pour le compte des sociétés suivantes :

- Groupement des Coopératives des Indigènes du Kilimanjaro ;
- Groupement des Coopératives du Bukoba ;
- Association des Planteurs de Café du Tanganyika (2).

(1) Les offices non opérationnels sont négligés.

(2) Le quatrième organisme traditionnel de vente de café : « The Tanganyika Coffee Trading Association » (TACTA) fut dissout de lui-même fin 1966.

Les offices à monopoles, à vente indirecte, utilisent des agents pour acheter et vendre (exception faite pour l'Office du pyrèthre) constituant un lien entre les premiers rassemblements au niveau des groupements de coopératives et les grossistes locaux, ceux qui opèrent des transformations et des exportations.

Les besoins en tabac pour l'industrie locale sont assurés directement par le B.A.T. et par d'autres petits industriels agissant comme agents du T.T.B. Le tabac pour l'exportation est acheté, trié et vendu sur les marchés d'outre-mer par une société européenne au nom du T.T.B. Le blé, le sucre et le copra sont répartis et le manioc exporté, (la commercialisation internationale du manioc est libre), par l'Association des Coopératives des Fermiers du Tanganyika INTRATA ou COSATA, respectivement au profit de l'Office du blé, de l'Office du sucre et du N.A.P.B.

L'écoulement physique des fleurs du pyrèthre en provenance des planteurs vers la Compagnie d'Extraction du Tanganyika à Arusha ne subit en aucune manière l'influence de l'Office du pyrèthre. Le pyrèthre est simplement obligé statutairement par l'Office de passer par ce canal et les prix à la production sont négociés et fixés entre les producteurs et la compagnie qui vend par son propre réseau d'outre-mer de distribution.

Le thé et le sisal sont vendus par les filières traditionnelles, le thé aux enchères à Nairobi par des industriels ayant licence (avec des restrictions de quotas de production), le sisal par la T.A.S.M.A. ou par des agences autorisées ou encore par des entreprises financières assujetties à des prix minima fixés par le T.S.M.B. pour éviter dans une certaine mesure un trop faible écoulement.

### 3) *ÉTABLISSEMENT DES PRIX.*

Les prix, qu'ils soient des prix réels à la production, des prix au stockage et de sortie de stockage au sein des organismes, sont généralement fixés au début de la saison d'achat et restent en principe inchangés au cours de l'année.

a) Au niveau de l'achat, le N.A.P.B. a actuellement fixé le prix pour la production livrée en sac au magasin principal et l'agent principal (groupement des coopératives) a la responsabilité de retrancher de ce prix tous frais réels encourus entre le moment de l'achat et le dépôt général en magasin, y compris les honoraires des acheteurs (sociétés coopératives). Au cours de la première saison des activités du N.A.P.B., l'entière structure des prix fut fixée à tous les niveaux y compris le prix que devait recevoir le producteur. Cela s'avéra irréalisable car les marges définies pour les agents principaux et pour les sociétés de premier achat étaient trop restreintes. Maintenant, les agents principaux déduisent des prix d'achats fixés par les offices le prix réel des sacs, la manutention, le transport, etc...

Le résultat fut que le prix d'achat à la production varia énormément, principalement en fonction du prix du transport et du bon fonctionnement des coopératives dont les producteurs étaient membres. Les prix de vente relatifs aux récoltes alimentaires sont également fixés au niveau des Offices et restent inchangés pour toute la saison sur la base de l'approvisionnement des agents principaux ; les prix de vente pour les produits d'exportation sont sujets aux fluctuations du marché mondial mais sont soutenus par des fonds d'assistance. Les prix du copra et du manioc (dans les régions où ils sont sous contrôle) sont virtuellement fixés de la même manière que pour les autres récoltes se trouvant sous la juridiction du N.A.P.B., quoique la manutention et l'établissement du prix de revient incombent respectivement à INTRATA et COSATA.

b) La structure des prix du coton, y compris les divers éléments relatifs aux frais et marges est fixée jusqu'au prix à la production pour ce qui est du coton brut (ces marges comprennent aussi les impôts frappant les sociétés coopératives et les groupements de coopératives, les marges des filatures etc..., ainsi que d'autres éléments de frais tels que taxes et impôts divers). Ces prix sont annoncés à l'ouverture de la saison d'achat. Le L.S.M.B. achète la charpie de coton à un prix fixé sortie d'usine et prend en charge la portion de graines de coton exemptes de droits. Les montants de ventes combinées de la charpie et des graines sont évalués d'avance et tous les frais divers déduits de manière à obtenir un prix à la production. En fonction de la précision d'estimation ou des intentions gouvernementales de subventionner ou de stabiliser les prix à la production, l'Office se trouve à la fin soit avec un déficit couvert par le fonds d'assistance aux prix, soit avec un boni qui est versé à ladite caisse.

c) Le café est une exception, car il n'y a pas de prix fixés, à quelque niveau que ce soit de la chaîne de commercialisation. Le prix que reçoit le producteur pour son café est le résidu direct du prix auquel T.C.B. vend le café déduction faite de tous les frais nécessités.

d) En ce qui concerne le tabac, la structure des prix est fixée jusqu'au niveau du prix d'achat du T.T.B. selon les paliers de vente annoncés au début des opérations d'achat. Les coopératives déduisent leurs dépenses afin d'obtenir le prix à la production. Etant donné que le prix atteint sur le marché d'exportation est considérablement plus bas que le prix que les industriels locaux paient pour leurs besoins, le T.T.B. établit un plan d'équilibre des prix afin de donner à tous les producteurs le même prix pour le même type et la même qualité de tabac, qu'il soit exporté ou manufacturé sur place. De ce fait, B.A.T. et les autres industriels locaux paient le prix déterminé aux producteurs et une part négligeable de leur prix d'achat au T.T.B.

e) La structure des prix pour le sucre et le blé est fixée du prix à la production jusqu'au prix à la consommation. Etant donné que

90 % du blé est cultivé dans la région d'Arusha, le prix du blé aux moulins d'Arusha et à ceux de Dar-ès-Salam différeraient à cause du prix du transport jusqu'à Dar-ès-Salam. Le prix de la farine a donc été fixé au niveau du prix de revient à Dar-ès-Salam, pour compenser les frais de transport. Le résultat en est un bénéfice marginal du N.W.B. sur tout le blé moulu à Arusha.

f) Un plan de compensation légèrement différent mais également relatif aux frais de transport, est appliqué par le N.S.B.

On décida d'établir un prix de détail maximum unique en cents, soit —/75 par livre de sucre, pour tout le pays. Les frais ou moyens de transport en fonction du poids furent calculés pour toutes les livraisons, des usines aux grossistes et ils s'élevèrent à Shs 75/60 la tonne. Si les frais de transport de telle usine à tel grossiste étaient inférieurs à Shs 75/60 la tonne, l'Office garderait la différence ; s'ils étaient supérieurs, l'Office fournirait la subvention nécessaire.

g) Les prix du pyrèthre constituent un cas spécial. Ils ne sont pas fixés sur une base annuelle mais négociés par le T.P.B. et la Compagnie d'Extraction du Tanganyika (TECO), filiale du Mitchell Cotts Group, sur une période de plusieurs années, temps pendant lequel un système de prix assez complexe reste valable. Le contrat actuel fut conclu en 1964 et sera révisé en 1967. La base du prix payable par TECO pour les fleurs livrées en usine est en rapport direct avec le prix moyen d'exportation du pyrèthre extrait ou pyrèthrin. — Il peut donc fluctuer — et il correspond à une teneur de base de pyrèthrin actuellement de 1,3 %. Le prix moyen d'exportation est la moyenne non pondérée du prix minimum par livre de pyrèthrin en dollars U.S. au f.o.b. de Mombasa, lieu où achètent la majeure partie des clients des Etats-Unis (le prix de revient du transport de l'usine jusqu'au f.o.b. de Mombasa étant de moins d'un shilling par livre) et du prix minimum par livre en valeur sterling sortie d'usine auquel la majeure partie des clients du Royaume-Uni ou d'ailleurs (exception faite des U.S.A.) peuvent acheter.

Une fois que le prix moyen d'exportation a permis de déterminer le prix d'achat des fleurs contenant 1,3 % de pyrèthrin, le prix des fleurs contenant un pourcentage différent de pyrèthrin peut être automatiquement déterminé. Un système d'échelle mobile est utilisé pour les fleurs ayant une proportion plus faible ou plus forte de pyrèthrin.

#### 4) LES SYSTÈMES DE PAIEMENT.

Exception faite pour le T.C.B., tous les offices ou leurs agents sont supposés payer le prix annoncé à l'ouverture de la saison d'achat, aux producteurs, en un seul paiement à la livraison. Au cours de la saison 1965/1966, le N.A.P.B. pour la noix d'acajou et quelques graines oléagineuses, et le T.T.B. pour le tabac, procédèrent à un second

paiement aux producteurs, car ils avaient trouvé des prix de vente plus favorables que prévus. Ceci fut une décision politique et de telles ristournes ne doivent pas devenir une règle.

Quelques sociétés coopératives qui ne peuvent pas financer l'achat de toutes les quantités offertes font un premier règlement et paient ensuite la différence restante du prix officiel après avoir eux-mêmes été payés par l'Office ou les agences. Pour cette seconde partie des délais plus ou moins longs peuvent exister entre la livraison des producteurs aux magasins des sociétés et l'arrivée dans les magasins de l'Office ou des agences. Cependant, le producteur sait très bien à l'avance ce qu'il recevra puisque le prix en est fixé. Le cas du café est différent. Le T.C.B. en coopération avec ses sociétés désignées opère un véritable système de paiement en deux fois. C'est-à-dire qu'à la livraison du café à la société de premier achat, le producteur reçoit une certaine part du prix de vente estimé pour son café (habituellement 70 % environ). Après que le café soit vendu par le T.C.B., il reçoit comme second paiement le complément entre la première somme et le prix de vente réel.

### III. — RÉALISATIONS SPÉCIFIQUES ET PRINCIPAUX PROBLÈMES

Quelques offices sont très jeunes et les réalisations ne peuvent pas encore être évaluées. Mais ce qui peut être indiqué, c'est les problèmes auxquels ils doivent faire face.

#### 1) OFFICE DES PRODUITS AGRICOLES NATIONAUX.

##### a) *Récoltes alimentaires*

Les buts majeurs du N.A.P.B. visent à s'assurer que les approvisionnements en produits alimentaires agricoles de base — le maïs est en Tanzanie le principal produit — sont suffisants et que les prix à la production et à la consommation sont d'une stabilité raisonnable. Ceci paraît très facile, mais en fait c'est une tâche extrêmement difficile comme le montre l'exemple de l'Office du maïs et les produits du Kenya. Le problème crucial est d'adopter une politique des prix qui permette à la région de subvenir à ses besoins.

Si les exportations et les importations sont nécessaires, toutes deux ne sont possibles qu'avec un déficit de l'Office, car le prix paritaire à l'importation est plus élevé et celui à l'exportation est plus bas que les prix de vente de l'Office.

Si le prix à la production est fixé trop bas, les quantités arrivant à la consommation peuvent ne pas être suffisantes par rapport à la demande locale et de fortes importations peuvent s'avérer nécessaires. Si le prix est fixé trop haut, la situation contraire peut s'établir avec un surapprovisionnement et une nécessité d'exportation. De telles situations peuvent se produire, si le prix à la production est déterminé avant que n'ait commencé la plantation (quels que soient les autres avantages que puisse procurer cette méthode) (1).

La situation s'aggrave, si ensuite une production trop faible due à des prix bas ou une production trop importante due à des prix élevés, marche de pair avec des conditions climatiques exceptionnelles dans les deux sens. Les facteurs climatiques jouent un grand rôle dans les fluctuations de la production. Si une fluctuation coïncide avec une erreur d'estimation du prix fixé, le résultat peut être une catastrophe financière pour l'Office, car l'Office ne peut pas ajuster ses prix d'achat fixés à l'avance en fonction de l'approvisionnement du marché, tout au moins pas en les abaissant. L'approvisionnement déficitaire ou surabondant rend nécessaire les exportations ou les importations.

Cette situation est ensuite aggravée par l'absence d'informations relatives à la production, la consommation, l'élasticité des prix par rapport à l'offre et la demande, etc... On estime que dans une année normale, 1 million de tonnes environ de maïs sont produites dont 80 000 à 100 000 tonnes sont commercialisées. Les chiffres avancés par le N.A.P.B. sur le maïs étaient 100 000 tonnes en 1963-1964 ; 80 000 tonnes en 1964-1965 ; légèrement inférieur à 70 000 tonnes en 1965-1966 ; pour la saison actuelle environ 110 000 tonnes sont attendues. A l'exception de 1963-1964, les importations et les exportations furent limitées.

Ces chiffres montrent que l'Office réussit dans l'établissement d'un prix (on eut la chance de ne pas rencontrer des conditions climatiques extraordinaires) qui garantit une quantité suffisante interne de maïs malgré les réclamations des fermiers au sujet des prix trop bas. Qui plus est, l'Office fit des bénéfices commerciaux remarquables particulièrement sur le maïs, mais aussi sur le paddy (2), bénéfices qui furent versés à la caisse de compensation des prix.

Quant au second but, qui est d'assurer des prix satisfaisants et stables aux producteurs en même temps qu'au consommateur, on peut dire que la stabilisation des deux prix fut virtuellement complète. Les prix à la production pour le maïs et les prix à la consommation

- (1) A partir de la saison 1967/68, le NAPB annoncera le prix à la production du maïs avant les semailles.
- (2) Ce n'est qu'au cours de la première saison que l'Office fut en déficit dû aux importantes exportations de maïs, et qui fut comblé par le Trésor public. Cependant, en 1965/66, le bénéfice commercial net sur le maïs était beaucoup plus haut (390 000 livres) que sur la noix d'acajou, sur laquelle l'Office fit un bénéfice de 300 000 livres, ce qui est un fait surprenant mais de portée réduite.

pour le « posho » (produit alimentaire à base de maïs) n'a pas changé depuis que l'Office a pris l'affaire en main en 1963 (1). Cependant, après le début des opérations de l'Office, le prix à la production atteint un niveau beaucoup plus bas, non seulement que le niveau des deux années précédentes 1961 et 1962 qui furent des années de gros manque, mais des dix dernières années.

Depuis le démarrage de l'Office, le prix moyen à la production tourne autour de Cts 12.5 la livre de maïs contre un prix moyen sur dix ans de 13.8. Les prix à la consommation furent stabilisés à un niveau plus bas que les deux années précédentes de pénurie mais à un niveau supérieur (prix moyen cts 30 la livre) au niveau moyen des dix dernières années. En d'autres termes, la marge entre les prix à la production et ceux à la consommation s'est accrue depuis que l'Office s'occupe de ces productions. Ceci fut principalement dû au coût relativement élevé de la mise en place par l'Office d'une réserve de stabilisation dont nous avons parlé plus haut. En 1965-1966, cette part s'éleva à 11,5 % du montant des ventes.

#### b) *Cultures d'exportations*

Il y a peu à dire sur les produits d'exportations de l'Office (noix d'acajou et graines oléagineuses), qui la plupart sont sous son contrôle depuis 1965-1966 seulement. Il fut heureux pour le N.A.P.B. qu'il s'occupa de la commercialisation de ces récoltes à un moment de montée des prix. Le résultat étant que l'on put payer aux producteurs des prix plus élevés que ceux pratiqués avant, tout en faisant un bénéfice important. La Caisse d'aide aux prix est, pour la plupart des produits, considérée à l'heure actuelle comme suffisante pour atténuer des fluctuations à court terme des prix d'exportation et l'on retient comme base la moyenne des fluctuations des dix dernières années. La somme totale accumulée pendant la courte période d'existence du N.A.P.B. s'élève à plus de 2 millions de livres.

## 2) *OFFICE DE COMMERCIALISATION DES GRAINES ET CHARPIES DE COTON.*

Mise à part une commercialisation méthodique du coton, la fonction primordiale de l'Office est de stabiliser les prix à la production au cours des saisons et aux périodes intermédiaires. Le prix annoncé au début de la saison était toujours valable pour l'année entière, bien que les prix de vente de la charpie de coton fluctuent très fortement d'une vente à l'autre. En 1963, par exemple, la différence entre le prix

(1) Les chiffres utilisés par tous les périodiques de statistiques en cours sont sujets à changements. Il y a de grandes différences régionales et des fluctuations saisonnières. Les prix dans les publications à caractère statistique n'en sont pas nécessairement le reflet en Tanzanie.

élevé et le prix le plus bas par livre du coton AR fut de 42 cents (le prix le plus élevé étant 218 cents et le plus bas de 176 cents), soit presque 25 % de plus que le prix le plus bas. Le prix d'achat par l'Office fut de 202 cents la livre pendant toute l'année pour le coton AR en balle à la sortie de la filature et le prix à la production du coton brut de qualité A fut de 48 cents la livre. Aussi, la stabilisation intrasaisonnière des prix à la production fut complète.

Il en est autrement pour la stabilisation intersaisonnière des prix. Une mesure hâtive et grossière du degré de stabilisation des prix intersaisonnière (changement du pourcentage moyen) est utilisée, laquelle ne tient pas assez compte de l'importance des fluctuations à court terme. L'annexe 3 indique que le changement moyen pour cent des prix à la production pour le coton brut qualité A entre 1957-1958 et 1965-1966 fut de 4,6 tandis que le changement moyen pour cent des prix d'exportation du coton AR était de 5,6.

En fait, les prix à la production mesurés de cette manière fluctuèrent moins qu'ils ne l'auraient fait d'après les prix du coton à l'exportation. Cependant, si les montants des ventes du coton et des graines sont considérés ensemble et comparés aux prix du coton brut pour les producteurs, il y a un réel déséquilibre, car le changement moyen pour cent des produits des ventes combinées est seulement de 3,9 au cours de ladite période.

De 1958-1959 jusqu'à 1965-1966, les prix à la production du coton brut reçurent en permanence des subsides en provenance de la Caisse d'aide aux prix, réserves accumulées au cours des dernières années 40 et des premières années 50. L'aide atteignait 11 cents par livre de coton brut. Comme l'indique l'annexe 3, il y eut une descente progressive des prix à la production depuis 1961-1962. Cette saison-ci (1966-1967), avec le niveau des prix à l'exportation et à la production, le L.S.M.B. espère pour la première fois depuis 1958-1959, atteindre l'équilibre ou même faire un bénéfice.

L'Office n'est pas uniquement occupé par la commercialisation, au sens strict du mot, mais étend ses activités à beaucoup d'autres aspects de l'industrie du coton. Il distribue gratuitement les graines de semence aux cultivateurs, il paye pour la construction de magasins pour graines de coton qu'il donne au mouvement coopératif, il établit des systèmes d'encouragement des profits des filatures pour augmenter le rendement et la qualité de la charpie, il dépense chaque année des sommes importantes dans la recherche cotonnière en vue de trouver des nouvelles qualités de graines avec de plus hauts rendements, pour des entrepôts de meilleure qualité et plus grands et, chaque année, de l'argent est alloué à l'entretien et à la nouvelle construction de routes, etc... On peut dire, enfin, et ce n'est pas une moindre chose, que sans le L.S.M.B., il n'y aurait eu aucune activité des coopératives de commercialisation pour le coton. Cette activité a grandi à l'abri protecteur du L.S.M.B., étant donné qu'il n'y avait pas de coopératives

dans ce secteur avant l'établissement de l'Office. L'Office facilita leur démarrage en garantissant les prêts, en construisant des magasins à graines et en rendant d'autres services.

### 3) OFFICE DU CAFÉ DU TANGANYIKA.

Le T.C.B. fut fondé après que la Tanzanie fût devenue membre du I.C.O., afin de contrôler la quote-part lui étant allouée par le I.C.A. L'autorisation d'exportation globale de la quote-part de base, spéciale pour la Tanzanie, est actuellement de 468 000 sacs de café de 132 livres (environ 27 500 tonnes).

Une partie du surplus de café pourrait être, comme par le passé, vendu aux dits « nouveaux-marchés » qui sont des pays consommateurs non membres alignés sur les réglementations du I.C.A. Par ce moyen, de nouveaux débouchés pour le café pourraient être trouvés et la demande stimulée dans les pays à faible consommation de café. Ceci ne pourrait être fait qu'en offrant de gros rabais qui se chiffrent entre 30 à 50 livres sterling la tonne sur le café moyen tanzanien, couvert principalement par une exemption de taxe à l'exportation.

Le T.C.B. s'arrangea pour disposer de 830 400 sacs (49 000 tonnes) au cours de la saison commerciale 1965-1966, ce qui incluait déjà une partie de la nouvelle récolte 1966-1967. Cela faisait presque le double de la quote-part tanzanienne. Une partie en fut vendue sur de nouveaux marchés, mais une autre partie aussi sur les marchés traditionnels en violation du I.C.A. La raison de ce dernier était qu'à partir d'avril 1967, une réglementation plus stricte s'adressant aux ventes de surplus vers les nouveaux marchés sera mise en application par le I.C.O., car des quantités « café touriste » beaucoup plus importantes que prévues avaient trouvé acquéreur dans les pays de consommation déterminée, avec comme résultat une baisse des prix. La Tanzanie voulait vendre le plus possible de café de sa récolte 1966-1967 estimée à plus de 40 000 tonnes, avant que ces mesures ne viennent en application.

Dans l'avenir, le T.C.B. se trouvera devant de grandes difficultés pour disposer des surplus de café de Tanzanie dépassant le quota du I.C.A. vers des marchés normaux et traditionnels, car le I.C.O. établira des certificats d'origine pour un quota total, sur les deux marchés. Une possibilité supplémentaire de vendre hors quota fut tout de même introduite. Un pays peut exporter plus que son quota total si le prix de son café atteint à peu près le même que celui des autres types. De ce fait, l'exportation totale sera liée au prix normal du type et de la qualité de café que vend un pays. Ceci est un stimulant efficace pour produire du café de haute qualité. Pour la Tanzanie, cela peut signifier que la taxation relative et peut-être absolue sur le café de basse qualité sera augmentée pour tendre vers un produit de meilleur

qualité. Une amélioration de qualité sur une large échelle n'aura cependant d'effet qu'à long terme. Le problème pour un futur proche reste entier.

#### 4) *OFFICE DU TABAC DU TANGANYIKA.*

Jusqu'en 1964, la presque totalité de la production du tabac de Tanzanie était absorbée par les industriels locaux. Entre 1964 et 1965 la production se trouva plus que doublée, passant de 4,6 millions à 9,4 millions de livres, et elle fit un autre bond en avant en 1966 avec 15 millions de livres. A partir de 1965, de grandes quantités durent être exportées. En fait le T.T.B. dut faire face à de sérieux problèmes pour vendre la récolte de 1965 sur le marché mondial et la République Populaire de Chine l'aida beaucoup en achetant des quantités considérables. D'après M. BABU, la production 1966-1967 était déjà vendue avant d'être plantée.

Le tabac de Tanzanie commence à être mieux connu sur le marché mondial et sa réputation mieux établie. Actuellement, cependant, il est favorisé en partie par la déclaration unilatérale d'indépendance de la Rhodésie et le boycottage de ses produits qui en découle. Si cette situation politique devait changer, il faudrait faire la preuve que le tabac de Tanzanie s'est affirmé suffisamment pour garder ses débouchés.

#### 5) *OFFICE NATIONAL DU BLÉ.*

Il n'y a qu'un peu plus d'un an que cet office a commencé son action. Ses buts sont les mêmes que ceux concernant les récoltes alimentaires du N.A.P.B., c'est-à-dire assurer un approvisionnement à un niveau correct et raisonnablement stable. Pour ce dernier point, l'Office s'arrangea pour faire monter le prix à production deux fois en 1965 sans changer le prix du pain à la consommation. Ceci montre la tendance vers une réduction de la marge totale. Il est difficile à dire si la hausse des prix à la production a contribué à l'augmentation de production qui a passé de 30 000 tonnes en 1965 à environ 60 000 tonnes en 1966. De toute manière, cette augmentation rendit la Tanzanie autonome pour la première fois, mis à part le blé dur qui devra toujours être importé, car le blé plutôt tendre de Tanzanie doit être mélangé pour la cuisson.

#### 6) *OFFICE NATIONAL DU SUCRE.*

Existant depuis 1965, sa tâche est d'approvisionner un système unique de commercialisation et de diriger plus ou moins l'industrie sucrière tout entière. Cela est facilité par le fait qu'il n'y a que 5 usines

sucrières dans le pays, et dont les deux plus importantes totalisent près de 90 % de la production (production qui en 1966, s'est élevée à 70 000 tonnes). Deux usines avec une production de moins de 10 % restent encore au dehors du contrôle du N.S.B. Le principal problème de l'Office semble être de faire appliquer la réglementation et d'assurer un prix fixe à la consommation.

Un problème connexe est celui de la qualité du sucre. Chaque industriel produit une qualité différente, non seulement quant à l'aspect extérieur mais allant jusqu'à une composition chimique différente. Tout le sucre est vendu au même prix et il n'y a ni prime ni sanction. Ceux des industriels qui produisent un sucre de haute qualité, ou tout au moins qui est considéré comme tel par les consommateurs, n'en sont pas rémunérés. De ce fait, il n'y a aucun encouragement à l'amélioration. L'introduction obligatoire d'une notion de qualité minimum est donc examinée par l'Office.

Tant que cette notion n'existe pas, une habitude de discrimination générale pratiquée principalement par les grossistes du Nord du pays continuera. Souvent ils achètent aux industriels du sucre de basse qualité à un prix au-dessous du maximum, ce qui est légal. Mais prenant pour excuse qu'il n'y a pas d'autre qualité disponible, celui-ci est vendu au consommateur au prix fixé de 75 cents la livre. La marge est plus grande et le bénéfice passe en partage entre le grossiste et le détaillant.

#### 7) OFFICE DU PYRÈTHRE DU TANGANYIKA.

La tâche du T.P.B. n'est pas seulement limitée à la négociation des prix avec la Compagnie d'Extraction du Tanganyika, elle porte sur la direction de l'industrie toute entière. Depuis que la demande mondiale est limitée et que le marché est dominé par Mitchell Cotts (propriétaire du T.E.C.O.), un Conseil Consultatif Inter-Territorial du Pyrèthre où le T.P.B., l'Office du Pyrèthre du Kenya et Mitchell Cotts sont représentés, alloue un quota de production à la Tanzanie et au Kenya. La production est limitée et les cultivateurs doivent solliciter des licences.

Un problème que le T.P.B. n'a pas encore réussi à résoudre est celui du système des licences. En particulier, aux périodes d'augmentation du quota alloué à la Tanzanie, la production réelle totale de fleurs est habituellement plus faible que le quota. Ceci est dû à une surestimation délibérée des surfaces plantées que les planteurs fournissent afin de s'assurer un non-excédent du quota de la production qui leur est alloué. On pense que le problème pourra être résolu lorsque les sociétés coopératives seront devenues plus efficaces et auront une position de contrôle, vérifiant et comparant les renseignements donnés par leurs membres avec les surfaces réellement plantées.

Les licences de production pourraient être données plus librement en fonction des insuffisances enregistrées. Le résultat, évidemment, serait un supplément de quota alloué à la Tanzanie.

Une solution valable pour le T.P.B. serait de créer un stock de réserve d'extrait de pyrèthre où iraient les surplus de la production totale et duquel proviendrait le supplément nécessaire à couvrir les insuffisances éventuelles. Un accord avec TECO serait nécessaire par lequel la surproduction serait traitée sous condition de ne pas être exportée. Une telle mesure demande une mise de fonds importante. Par ailleurs, les insuffisances de production sont actuellement au bénéfice de l'industrie du pyrèthre du Kenya car elles sont couvertes par son propre stock de réserve.

#### 8) *L'OFFICE DE COMMERCIALISATION DU SISAL DU TANGANYIKA.*

Le but principal du T.S.M.B. est d'empêcher le « mou dans la vente » qui opère par réaction une influence dépressive sur les prix du sisal. Le marché du sisal de Tanzanie est influencé par un certain nombre de facteurs qui contribuent à l'état désastreux actuel des prix du sisal. Ces facteurs sont :

- a) Concurrence du polypropylène dans les principales utilisations du sisal ficelle pour balle et liens à usage agricole ;
- b) Concurrence du sisal brésilien produit à bas prix et particulièrement favorisé par une dévaluation du cruzeiro d'environ 18 % ;
- c) Conditions préférentielles pour le Commonwealth imposant une taxe d'importation de 10 % sur les importations en Angleterre par des pays extérieurs au Commonwealth — cette clause devint caduque au début de cette année ;
- d) Des machines à filer améliorées rendent non indispensable le sisal cher et de qualité de Tanzanie ;
- e) Mise en circulation de stocks détenus aux U.S.A.

Les chances du T.S.M.B. d'influencer à la longue les prix du sisal sont donc faibles, pour ne pas dire nulles. Une vente prochaine de stock du sisal tanzanien peut cependant être évitée à la condition que tous les agents coopèrent et qu'aucun ne se désolidarise.

Le Comité des Agents du Sisal, où est représenté le directeur de l'Office, est le creuset d'une telle coopération entre les agents et l'Office. De fait, la coopération semble avoir considérablement progressé après la création de l'Office et du Comité des Agents du Sisal.

#### IV. — POSSIBILITÉS D'AMÉLIORATION

##### 1) *LES AGENTS D'ACHAT DE L'OFFICE — LES SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES.*

Après l'indépendance, et pour des raisons exprimées plus haut, le gouvernement a mis l'accent sur la promotion du mouvement coopératif et a exercé une pression en partie politique pour la création de nouvelles coopératives. Le nombre des sociétés coopératives a presque doublé après l'indépendance en atteignant plus de 1.500 entre 1961 et 1966. Cette expansion ne pourrait pas continuer indéfiniment sans causer de sérieuses faiblesses et révéler rapidement la nécessité des deux principes fondamentaux mentionnés plus haut sur lesquels sont construites les coopératives rentables : l'esprit coopératif et une saine administration. La rapidité d'expansion n'a pas permis une éducation parallèle des membres des coopératives en matière de principes coopératifs ni la formation du grand nombre d'administrateurs capables pourtant nécessaires.

Cet état de chose n'est pas resté sans effet sur le rôle des coopératives en tant qu'agents de commercialisation des Offices. Beaucoup de nouvelles sociétés coopératives rendirent des services moins efficaces que les commerçants privés d'avant. Dans beaucoup de cas, les prix payés aux producteurs furent trop bas, le paiement des cultivateurs remis, le nombre de points d'achat réduit, les stations d'achat des coopératives furent ouvertes trop tard et en des endroits plus éloignés qu'avant, etc... Depuis que la livraison du produit des fermiers aux coopératives est rendu obligatoire, la concurrence de la part des autres commerçants exerçant une pression pour réduire les prix et rendant ainsi des services appréciables est exclue. Un remède pour conduire ces sociétés à l'efficacité serait alors de les mettre en concurrence.

L'argument généralement opposé à cette mesure est que la plupart des sociétés sont encore trop jeunes pour survivre à un tel système. En fait, la concurrence serait probablement le coup de grâce pour beaucoup de jeunes coopératives. Cependant, si on leur donne suffisamment de temps, elles peuvent améliorer leur rendement et augmenter leur efficacité, comme l'ont prouvé beaucoup d'autres sociétés établies depuis plus longtemps. Le rapport du Comité Présidentiel Spécial des Recherches sur le mouvement coopératif et sur les offices de commercialisation de 1966 a, en conséquence, avancé un important répertoire de mesures destinées à renforcer le mouvement coopératif et à améliorer son efficacité ; ces mesures vont des primes d'encouragement aux secrétaires de sociétés jusqu'à la réorganisation des directions du mouvement.

2) *FUSION DES OFFICES.*

Il a été montré que les offices furent créés au fur et à mesure des besoins. C'est la raison pour laquelle il n'y a pas un système, mais une pluralité de systèmes d'offices, qui ont besoin d'un peu de profilage par la fusion d'institutions à finalités similaires.

Un office s'occupant de plusieurs récoltes différentes peut très vraisemblablement avoir des facilités de transport et de magasinage plus économique et à prix réduit grâce à un planning saisonnier approprié. Des échanges de renseignements entre les Directions centrales des Offices situées à Moshi ou à Arusha et les ministères pourraient être facilités et activés. Les représentants des ministères auprès des offices n'ont pas besoin de faire de longs voyages pour assister aux réunions des 11 offices, trois à cinq fois par an, et aux réunions des Comités exécutifs un peu plus souvent... Une analyse du marché et de la promotion des ventes trop onéreuse pour l'un des offices existant actuellement avec des possibilités limitées, pourrait être réalisable par un office traitant plus de récoltes. Il ne fait aucun doute qu'un profilage du système actuel serait avantageux et accroîtrait l'efficacité. La question cruciale demeure cependant de savoir comment les 12 offices actuels se regrouperont.

Le Comité spécial présidentiel des recherches sur les mouvements coopératifs et les offices de commercialisation propose la fusion graduelle de tous les offices existant actuellement en deux offices nouveaux, l'un traitant des récoltes dont le marché est dominé par la consommation locale et l'autre traitant des récoltes destinées surtout à l'exportation. Plus loin, il est proposé que l'actuel Office des graines et celui du papaye soient dissouts de manière à ce que la constitution des offices apparaisse comme ci-dessous :

<u>Office des marchés d'exportation</u>	<u>Office de commercialisation pour les récoltes à usage domestique</u>
— Noix d'acajou et graines oléagineuses, copra, manioc (du N.A.P.B.)	— Maïs, Paddy et Riz (du N.A.P.B.)
— Café (du T.C.B.)	— Blé (du N.W.B.)
— Coton (du L.S.M.B.)	— Sucre (du N.S.B.)
— Pyrèthre (du T.P.B.)	— Produits laitiers (de l'Office laitier national).
— Thé (de l'Office du thé du Tanganyika)	
— Tabac (du T.T.B.)	
— Sisal (du L.S.M.B.) (1)	

(1) Bien que ce ne soit pas mentionné dans le rapport, il est supposé que le sisal viendrait sous le contrôle d'un tel office.

Cette proposition est frappante par sa simplicité. Cependant, deux gros offices ainsi déterminés laisseraient de côté un certain nombre de problèmes. Leurs membres ne pourraient pas être familiarisés avec tous les problèmes de toutes les récoltes sous leurs responsabilités qui seraient en partie de nature technique. Des sections concernant les récoltes particulières devraient être gardées. A ce niveau se pose la question suivante : est-ce que les fonctions et les méthodes opérationnelles seront assimilées comme ce fut le cas des offices à récoltes multiples régionales de la Nigéria ou est-ce que le département continuera avec des méthodes opérationnelles différentes selon les types de récolte ?

### 3) *OFFICES DE COMMERCIALISATION ET RÉGLEMENTATION RATIONNELLE DES PRIX AGRICOLES.*

Généralement, les offices de commercialisation ont délégation de pouvoir statutaire pour fixer les prix à la production dans les limites des buts légalement proposés et ceci en coopération plus ou moins étroite avec le Ministre intéressé et en tout état de cause avec son approbation. Un ministère différent — habituellement le Ministère des Finances — décide d'une manière indépendante des taxes à imposer aux ventes ou aux exportations agricoles que les offices ont regroupés au nom du gouvernement.

L'éventail des réglementations des prix appliquées actuellement, ainsi que des systèmes de paiement, est assez large. Les prix à la production doivent être stabilisés pour certaines récoltes, pour d'autres non. Généralement, un prix à la production est fixé et annoncé au début de la saison d'achat et maintenu tout au long de la saison de commercialisation. Pour certaines récoltes, un système de paiement en deux fois est utilisé. Il y a un nombre variable et déroutant de taxes, d'impôts et autres contributions imposées aux diverses récoltes, fixées indépendamment les unes des autres (1).

Actuellement, il y a une tendance vers une réglementation compréhensive et rationalisée des prix et taxations agricoles. Le gouvernement a l'intention de retirer aux offices de commercialisation, au Ministre du commerce et aux coopératives, le droit de fixer les prix à la production d'une manière indépendante et d'enlever aux autres ministères le droit d'imposer d'une manière également indépendante des taxes et des impôts.

Dans l'avenir, les prix à la production des différents produits agricoles seront définis les uns par rapport aux autres selon un ordre de priorité établi après évaluation du prix et des perspectives de ventes

(1) Cf. également G.K. HELLEINER : Stratégie Tanzanienne dans la fixation des prix agricoles à l'exportation (« *Agricultural Export Pricing Strategy in Tanzania* »). Décembre 1966, Table III.

de divers produits d'exportation, du coût de la production, des pourcentages de bénéfices, etc... En fonction de ces priorités, des décisions sur la poursuite ou l'arrêt des réglementations de stabilisation seront prises et l'amplitude des taxes et impôts (ou subventions) établie. Cela sera fait par le Comité interministériel sous le patronage du M.E.A. et du D.P., ou indépendamment par plusieurs ministères concernés (et probablement amalgamés ; les offices de commercialisation et peut-être d'autres institutions, telles que la Banque Centrale, seront représentés.

En fonction de ce développement, le rôle et la position des offices de commercialisation se transforment. L'importance de leurs responsabilités change. Autrefois, leur souci principal était d'apporter un bénéfice maximum au producteur dans un secteur déterminé d'exportation. Dans l'avenir, les offices conserveront leur fonction primitive essentielle, qui est d'assurer des ventes maximales à leurs produits, mais ils considèreront plus les intérêts de l'économie toute entière que les intérêts des producteurs de produits particuliers. Par ailleurs, la distinction entre la fonction de commercialisation des offices et la fonction de réglementation des prix devient, de ce fait, plus nette.

**Février 1967**

*Traduction française  
du Professeur  
Jacques CASSAGNE*

## ANNEXE I. — TYPES DES OFFICES DE COMMERCIALISATION DE TANZANIE EN 1966.

	TYPES D'OFFICES				PRINCIPAUX POUVOIRS					
	Type 1 Offices de Commercialisation autonome d'exportation et/ou à monopole interne	Type 2 Agent de vente attitré avec monopole	Type 3 Donne des ordres indirecte et/ou à mo- nopole interne. Offices d'exportation de commercialisation	Type 4 Offices de régularisation de promotion et consultatif.	Directement sur les récoltes à commercia- liser.	Sur les modalités de mise au point de la commercialisation (mais pas sur la commercialisation elle-même).	Sur la fixation des prix ou leurs proposi- tions au Ministre.	Sur les décisions des fonds d'assistance aux prix.	Sur autorisation d'existence de certains ou tous groupements producteurs, ache- teurs, exportateurs.	Sur la promotion de l'industrie par la recherche.
(1) Nat. Agricultural Prod. Board	X				X				X	X
Lint & Seed Marketing Board	X								X	X
Tanganyika Coffee Board	X								X	X
Tanganyika Tobacco Board		X							X	X
National Wheat Board		X							X	X
National Sugar Board		X							X	X
Tanganyika Pyrethrum Board		X							X	X
Tanganyika Sisal Marktg. Board		X							X	X
Tanganyika Tea Board			X						X	X
Tanganyika Papsain Board?			X						X	X
Tanganyika Seeds Board?			X						X	X
Tanganyika Dairy Board		X							X	X

(1) Voir dénomination des Offices en Français page 145.

ANNEXE II. — TABLEAU D'APPRECIATION DE LA STABILISATION DES PRIX DU COTON  
EN TANZANIE.

	Prix producteur coton brut A	Changement % par rapport année précédente	Prix moyen vente charpie AR	Changement % par rapport année précédente	Pr. vente globale de charpie AR et coton brut A	Changement % par rapport année précédente
	cts/lb		cts/lb		cts/lb	
1957-1958 .....	54		216		231	
1958-1959 .....	54	0	194	- 10,1	205	- 11,2
1959-1960 .....	52	- 3,7	186	- 4,1	203	- 1,0
1960-1961 .....	54	+ 3,9	200	+ 7,5	217	+ 6,8
1961-1962 .....	59	+ 9,2	198	- 1,0	217	0
1962-1963 .....	55	- 6,7	188	- 5,1	205	- 5,5
1963-1964 .....	50	- 9,0	194	+ 3,2	208	+ 1,4
1964-1965 .....	50	0	191	- 1,5	207	- 0,5
1965-1966 .....	48	- 4,0	171	- 12,3	196	- 5,3
1966-1967 .....	46	- 4,2	Prévu : 170			
		Changement moyen % de 1957-1958 à 1965-1966		Changement moyen %		Changement moyen %
		4,6		5,6		3,9
		de 1962-1963 à 1966-1967				
		5,0				

ORIGINE : Compilation de chiffres du rapport annuel de l'Office de Commercialisation des graines et charpies.