

## LES AGRUMES EN FLORIDE ET EN CALIFORNIE

### Floride (1).

Le rythme des plantations nouvelles est toujours élevé en Floride, bien qu'en régression. Pour la saison 1947-48 915.923 plants furent vendus par les pépiniéristes contre 1.196.860, sans tenir compte que certains de ces plants sont destinés à renouveler des plantations anciennes, et si l'on prend une densité moyenne de 200 arbres à l'hectare, ces deux chiffres représentent environ 4.580 hectares nouvellement plantés en 1947-48 et 5.985 hectares pour 1946-47.

Seuls les chiffres pour 1946-47 sont définitifs et la répartition des espèces et variétés a été la suivante :

**Oranges :** 728.882 — (3.644 ha environ) dont :

- 329.089 en Valencia
- 129.249 en Hamlin
- 87.517 en Parson Brown
- 77.952 en Pineapple
- 22.459 en Lue Gin Corp.

**Pomelos :** 281.637 — (1.408 ha environ) dont :

- 81.035 en Thompson Pink.
- 61.912 en Duncan
- 59.069 en Marsh Seedless
- 45.958 en Henninger Ruby.

**Tangerines :** Cette saison a été la plus importante depuis 1929-30 (45.302 plants vendus contre 22.349).

La vente des plants de semis est en nette régression.

### Californie (1).

Durant la saison des Valencia, 5,5 % furent exportés en sacs.

**Citrons :** La production de citrons pour l'année 48-49 était estimée officiellement à 13.500.000 caisses au 1<sup>er</sup> Novembre 1948, soit 482.358 t. La vente moyenne en fruits frais a été au cours

(1) D'après California Citrograph Janvier 1949.

de ces dernières années de 8.900.000 caisses soit 317.997 tonnes. Le tableau suivant montre la vente en frais par rapport à la production :

Années	Production en millions de caisses	Production en tonnes	Vente en frais millions de caisses	Vente en frais en tonnes	% de vente par rapport à la production
1941-42	11,7	418.041	8	285.840	68,37
1942-43	15	535.950	9,6	343.008	64
1943-44	10,8	385.884	9,5	339.435	87,96
1944-45	12,4	443.052	9,5	339.435	76,61
1945-46	14,4	514.512	9,2	328.716	63,88
1946-47	13,6	485.928	9,3	332.289	63,38
1947-48	12,6	450.198	8,5	303.705	67,46

1 caisse = 35 kg 730.

Le Lemon administrative Committee a soumis au Ministre de l'Agriculture un plan de commercialisation pour 1948-49 qui prévoit sur la production de 482.358 t une vente en frais, tant sur le marché des Etats-Unis que du Canada 8.323.000 caisses, 297.380 t soit 61,65 % sur les marchés étrangers, 100.000 caisses, 3.573 t et 5.077.000 caisses, 181.404 t destinées à la fabrication des sous-produits soit 37,61 %.

Ce plan prévoit une stricte réglementation des expéditions pour régulariser le marché dans l'intérêt du producteur et du consommateur, surtout que les coûts de production et de conditionnement sont très élevés.

Le plan de commercialisation prévu est basé sur la situation actuelle du pouvoir d'achat existant, sur l'espoir de conditions climatiques moyennes, et en tenant compte des conditions au cours des dix dernières années, en prêtant particulièrement attention au fait de la situation du marché canadien pour lequel il y a un quota d'importation faute de dollars.

R. N. 15-2-49.

## UNE ENTENTE EST CRÉÉE DANS LES EMBALLAGES LÉGERS EN BOIS

L'accroissement de la productivité, seul moyen pour un pays comme le nôtre, handicapé par des prix de revient trop élevés, de retrouver des débouchés plus larges sur le marché mondial, préoccupe actuellement le Gouvernement et les milieux patronaux. Un Congrès, auquel patrons, ingénieurs, contremaîtres, assistaient fort nombreux, n'a-t-il pas été consacré récemment à l'efficiencé, sous les auspices de la C.E.G.O.S. ?

Mais l'accroissement de l'efficiencé ne réclame pas seulement un grand effort d'initiative, de discipline et d'imagination du chef d'entreprise ; il exige également un effort de discipline collective de la profession, en vue de mieux s'organiser elle-

même, c'est-à-dire de normaliser le plus possible ses produits, de spécialiser chaque producteur dans les tâches auxquelles il apparaît le plus apte, d'accroître et de garantir la qualité des fabrications : tous ces efforts aboutissant finalement à une production plus large et meilleure, donc vendue à des prix plus bas.

C'est en s'inspirant de ces principes que vient d'être constituée dans l'industrie des emballages légers, une entente groupant la majorité des professionnels, dont les principaux objectifs sont :

— la normalisation des divers types d'emballages légers en bois,

— le contrôle des fabrications,  
— la garantie donnée à la qualité des produits de l'Entente, grâce à l'apposition d'un label professionnel.

Ces diverses mesures ont pour but d'organiser le plus rationnellement la production et de mieux satisfaire les utilisateurs, comme les tran porteurs, en tête desquels la S.N.C.F. qui subit actuellement de lourdes pertes, du fait des avaries et de la casse en cours de transport.

La nouvelle Entente prendra la dénomination d'UNEM (Union Nationale des fabricants d'emballages normalisés en bois). Son siège a été fixé à Paris, 36, avenue Hoche.

Outre ses tâches fondamentales, l'UNEM fondera un bureau d'études en vue d'examiner, sur le plan technique et scientifique, tous les problèmes posés par le développement et l'amélioration des emballages légers ; elle établira une méthode uniforme de calcul des prix de revient, recherchera les crédits nécessaires à

la modernisation et à l'équipement des usines, enfin s'efforcera de résoudre un problème capital pour la profession : le financement des stocks de produits finis.

Dans l'immédiate, la première action de l'UNEM consistera à créer un label de qualité, qualité bien entendu sévèrement contrôlée, qui sera apposé sur les emballages normalisés admis par la S.N.C.F. Détail très important : la S.N.C.F. serait disposée à faire bénéficier les emballages ainsi contrôlés d'un tarif préférentiel pour leur expédition en charge.

Ajoutons que les Pouvoirs publics, intéressés par cette initiative ont promis d'apporter leur concours à toutes les réalisations de l'Entente revêtant un caractère d'utilité générale.

M. PANDRAU a été nommé Président de l'UNEM, MM. NOLY et BROSSET en assureront la Vice-Présidence. M. RIEUF, spécialiste des questions d'ententes, et n'appartenant pas à la profession, sera Conseiller Technique permanent de l'UNEM.

Agences Maritimes

---

**Henry LESAGE**

*Siège social : 7, Cité Paradis, PARIS*

Succursales : DUNKERQUE, LE HAVRE, NANTES,  
BORDEAUX, MARSEILLE, ANVERS, GAND, CONAKRY

EXPÉDITIONS - ASSURANCES - CONSIGNATION  
TRANSPORTS DE FRUITS PAR NAVIRES SPÉCIALISÉS

L'Institut des Fruits et Agrumes Coloniaux publie

---

**LES JUS DE FRUITS**

par  
**Jean LAVOLLAY** et **André PATRON**  
Professeur au Conservatoire National des Arts et Métiers  
Ingénieur à l'Institut des Fruits et Agrumes Coloniaux

Réimpression des Annales de la Nutrition et de l'Alimentation  
Volume 1, Fascicules 3 et 5

Prix : 250 francs

En vente à l'I. F. A. C.  
7, rue St-Dominique, PARIS

////////////////////  
Cette monographie fait le point de la question des jus de Fruits. Elle est essentielle à tous les ingénieurs et industriels.  
////////////////////

**SUCRERIES COLONIALES**

**SOCIÉTÉ COLONIALE AGRICOLE,  
COMMERCIALE ET INDUSTRIELLE**

SOCIÉTÉ ANONYME AU CAPITAL DE 54 MILLIONS DE FRANCS

Siège Social : 43, Rue de Naples  
**PARIS (VIII<sup>e</sup>) Tél. : LAB 27-98, 27-99**

**BANANERAIES A LA GUADELOUPE**

**J. A. BERTÉ**

Importation - Bananes et Produits Coloniaux

20, Rue du Pont-Neuf, 20

ABERTÉPARIS GUT. 16.35