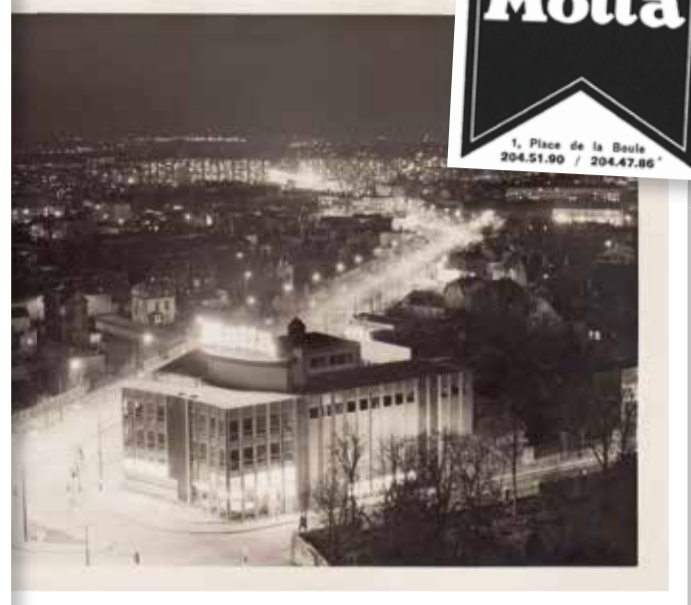




À gauche de la photo, le siège social de Motta est situé en face du parc de l'ancienne villa Allez.



L'enseigne de Motta, rouge pendant la journée, est lumineuse la nuit.

Les glaces Motta

En 1960, pour conquérir le marché français des crèmes glacées, l'entreprise italienne Motta installe son siège social à Nanterre, place de la Boule. Rachetée par Unilever en 1977, puis fusionnée avec les crèmes glacées Miko, la marque disparaîtra de notre pays en 2004.

● Par Jeannine Cornaille de la Société d'histoire de Nanterre 

En 1919, à Milan, Angelo Motta fonde un petit atelier de produits de confiserie où il met au point un panettone très apprécié. Si bien qu'en 1925, il crée un second laboratoire dans des locaux plus spacieux. Les affaires marchent bien, il ouvre un premier magasin, puis un deuxième... En 1960, l'entreprise Motta est devenue la première firme de pâtisserie d'Europe ; elle compte un grand nombre d'activités annexes parmi lesquelles la restauration et la fabrication de glaces. C'est à ce moment-là que Motta fait le projet de s'installer en France pour vendre des crèmes glacées. D'après ses études, le marché français reste à conquérir : les Français ne consomment que 0,5 litre de glace par an, contre le triple pour les Italiens et six fois plus pour les Belges et les Hollandais. L'industrie française de la glace était alors, et depuis les années 1950, représentée par Gervais, Heudebert, Ortis-Miko et de très petites entreprises. Mais, en 1960, le groupe suisse Nestlé, par l'intermédiaire de sa branche française (la Sopad), a intégré dans le groupe France-glaces le département glaces de la société Heudebert, bien connue des Nanterriens. L'usine de Nanterre (rue Henri-Barbusse) où l'on fabriquait le bâton glacé de l'ourson Kim, concurrent de l'esquimau Gervais, est alors fermée.

Une construction moderne

Motta décide d'installer son siège social à Nanterre, à la Boule, une place qui connaît des changements spectaculaires. Le boulevard Joliot-Curie vient d'être percé et trois nouveaux bâtiments, dont l'un de 16 étages, et les deux autres de sept, sont en cours d'édification, à l'angle des avenues Joliot-Curie et Georges-Clemenceau. L'architecte Amédée Darras est chargé de transformer un ancien

parking resté inachevé, compris entre la rue Gambetta et l'avenue Lénine, en un bâtiment de trois étages destiné aux bureaux de l'entreprise. Cette construction moderne, située dans un endroit très fréquenté et bien visible, est surmontée de l'enseigne Motta en néon rouge. Motta investit massivement pour lancer sa marque. L'entreprise construit une usine ultra moderne à Argentan, dans l'Orne, qui lui coûte 20 millions. Sa succursale de Marseille, les dépôts de Lyon et Bordeaux, et son siège social atteignent près de 15 millions, sans compter les camionnettes de livraison et les meubles frigorifiques destinés aux détaillants, évalués à 10 millions.

« C'est gelati Motta qu'il vous faut »

Une campagne de publicité est lancée dans les cinémas, sur les ondes, dans la presse, sur les routes, dans les points de vente pour faire connaître la marque. Le polichinelle en glaces Motta (et son chapeau en cassata) devient le concurrent de l'esquimau Gervais, tandis que le slogan « En France, comme en Italie, c'est gelati Motta qu'il vous faut » répond à « Fondre de plaisir avec une glace Gervais ». Dans les journaux et revues, Motta vante la qualité de ses produits. Dans son usine d'Argentan, installée en Normandie, région laitière par excellence, chaque matin, le lait frais est immédiatement soumis à une double pasteurisation. Les glaces sont fabriquées dans des machines automatiques et sont soumises à des règles strictes d'hygiène. Un personnel qualifié met en œuvre les meilleures recettes. Des visites guidées de l'usine sont d'ailleurs organisées en été, qui se terminent par la dégustation des excellentes glaces Motta. L'entreprise ne manque pas de faire connaître toute la gamme de ses spé-

cialités glacées : coupes junior, bâtons glacés aux différents parfums, glaces portatives, gâteaux glacés.

Des ventes en expansion

Au cours des années 1963, 1964, la consommation des glaces en France augmente, mais beaucoup moins que prévu. À Nanterre, les dirigeants locaux sont étroitement surveillés depuis Milan qui envoie continuellement des cadres de la direction italienne pour analyser les raisons de ce manque de résultats. Des directeurs sont limogés, mais leurs successeurs ne connaissent pas plus de réussite. Les services marketing montrent que le marché français est réticent. Néanmoins, la vente des glaces progresse petit à petit. En 1975, Motta compte 62 concessionnaires et cinq succursales qui lui permettent de livrer ses produits dans toute la France. L'entreprise ne fabrique pas seulement des glaces, les marrons glacés constituent une autre spécialité avec le négoce des surgelés. Outre la France, son marché s'étend dans les DOM-TOM, en Belgique, en Suisse et en Afrique francophone. Le logo de la marque est alors une bannière verticale sur laquelle Motta est écrit en blanc sur fond bleu pour les glaces, et sur fond marron pour les marrons glacés. En 1977, Unilever, société anglo-hollandaise qui se classe au deuxième rang des trusts mondiaux, achète Motta et son usine d'Argentan. Le siège social de Motta-France reste à Nanterre. Le nouveau conseil d'administration prévoit une progression du tonnage de fabrication de 20 % et la création d'une nouvelle chambre froide de 30 000 m³ pouvant contenir 1 200 tonnes de marchandises. En 1994, Unilever fait l'acquisition des crèmes glacées Ortiz-Miko et, durant les dix années suivantes, la marque Motta sera progressivement remplacée par la marque Miko.