



Les nouveaux établissements Campari en 1968.

Rue Joseph-Terneau: Campari, c'est fini

Reliant l'avenue du Maréchal-Joffre à la rue des Suisses, cette voie porte, depuis 1907, le nom de Joseph Terneau, maire de Nanterre de 1876 à 1880.

En 1935, deux entreprises sont installées dans la rue Joseph-Terneau: au numéro 10, la Bonneterie de Nanterre, qui emploie plusieurs dizaines d'ouvriers, et au numéro 4, la famille Campari qui dispose d'un entrepôt et d'une agence de vente pour la France, la société Soval. Née en Italie en 1862, la marque du célèbre apéritif Campari a gagné l'Amérique du Sud, les États-Unis, puis s'est implantée à Paris en 1924. En 1962, la société Soval prend l'appellation de Campari France SA. Après l'achat de la Bonneterie de Nanterre, Campari renouvelle complètement ses locaux. Un nouveau bâtiment construit par les architectes Darras et Bedon, inauguré le 15 novembre 1968, donne une image moderne et luxueuse à la marque. Un jardin fleuri, un auvent de marbre noir, une façade de verre, de marbre rouge et blanc forment un ensemble séduisant, situé près de la Boule, au numéro 15 de l'avenue du Maréchal-Joffre. L'immeuble regroupe les services

administratifs et commerciaux ainsi que les ateliers de fabrication du fameux apéritif à la belle couleur rouge. Sa clientèle est constituée par le marché français et par celui des pays de la côte ouest de l'Afrique. Avec l'achat de l'entreprise voisine, Diamand Board, en 1976, Campari s'agrandit et s'étend désormais sur une surface de 6 000 m². Vers 1980, la marque entre dans la grande distribution, ce qui a pour effet, en quelques années de faire doubler ses ventes en France. En 1994, trois millions de bouteilles de Campari et cent mille petites flasques de vingt centilitres ont été produites à Nanterre. À partir de 1995, l'établissement abandonne son activité commerciale pour se consacrer uniquement à la production. Nanterre devient donc le seul lieu en France, où se déroulent les phases d'élaboration et de mise en bouteille du célèbre apéritif. Au rez-de-chaussée sont stockés tous les produits nécessaires à la fabrication du Campari, c'est-à-dire les plantes, livrées dans des sacs de 215 kilos, l'alcool

de sucre de betterave et la cochenille dont la firme absorbe 20% de la production mondiale. Lorsque les préparateurs reçoivent les sacs de plantes séchées arrivant de Milan par camions, ils découvrent un mélange dont ils ignorent la composition et le dosage. Les plantes, les écorces, les essences aromatiques, dont la formule est jalousement gardée, sont dirigées vers la cave où, dans d'énormes cuves, elles sont mises à infuser dans de l'eau chaude; pour un sac de plantes, il faut 2 500 litres d'eau chaude. Après refroidissement, l'infusion est mélangée avec 62 hectolitres d'alcool pendant quinze jours. Ensuite a lieu le soutirage, qui a pour but de séparer les plantes et le jus, puis la distillation et le stockage de l'infusion ainsi obtenue. Dans d'autres cuves, pendant un mois, se fait le mélange de l'infusion, de l'alcool, du sucre, de l'eau et de la cochenille qui lui donne sa belle couleur rouge. Des examens et contrôles en laboratoire sont exécutés au cours de la fabrication, pour assurer l'immuabilité de la formule originale.

Une publicité toujours très soignée

Le premier étage abrite la chaîne de conditionnement, qui comprend la stérilisation préalable des bouteilles, leur remplissage automatique, leur capsulage, leur étiquetage et leur contrôle électronique. Les bouteilles remplies sont mises en cartons; ces derniers, acheminés au rez-de-chaussée, sont disposés sur des palettes dans un vaste entrepôt dont le quai de chargement facilite les expéditions vers Paris, la province, l'Europe (Allemagne, Bénélux, Autriche, Suisse, etc.). L'entreprise emploie dix-huit salariés en 1999.

Au début des années 2 000, l'embouteillage et une partie du stockage sont transférés au deuxième étage, tandis que des bureaux sont installés au premier. La publicité de la marque a toujours été très soignée: des artistes de renom ont réalisé les affiches et les étiquettes de ses bouteilles. La Maison Campari a apporté sa contribution aux grands événements artistiques et sportifs contemporains. Pendant l'hiver 1990-1991, Campari a participé à une exposition à Beaubourg, consacrée à l'art, la publicité et le monde industriel. Depuis 1999, les bouteilles ont une nouvelle étiquette qui garde beaucoup de points communs avec l'ancienne, car le produit doit être immédiatement identifié par le consommateur. Ces dernières années, l'environnement de l'usine a beaucoup changé: elle qui était autrefois située près d'autres entreprises industrielles, telles que la Télémécanique, Dinin-Fulmen, se trouve au cœur d'un quartier d'habitations, ce qui n'est pas sans poser des problèmes (problèmes de sécurité liés à l'utilisation de 50 000 hectolitres d'alcool pur par an et problèmes pour les semi-remorques suite à la modification des voies de circulation à la Boule). Pour ces raisons, depuis le 30 juin 2011, Campari a quitté Nanterre. Dans la rue Joseph-Terneau s'opèrent également d'autres changements, puisqu'un immeuble de 49 appartements remplace les pavillons qui étaient situés (côté impair), à l'angle de l'avenue du Maréchal-Joffre.



JEANNINE CORNAILLE
SOCIÉTÉ D'HISTOIRE DE NANTERRE

À partir de 1995, Nanterre devient le seul lieu en France où se déroulent les phases d'élaboration et de mise en bouteille du célèbre apéritif.



Publicité parue dans *Connaissance des arts* en 1965.



La rue Joseph-Terneau en août 2010.