

De Boufarik à Aix en Provence : Orangina



A BOUFARIK, quelques 40 ans après

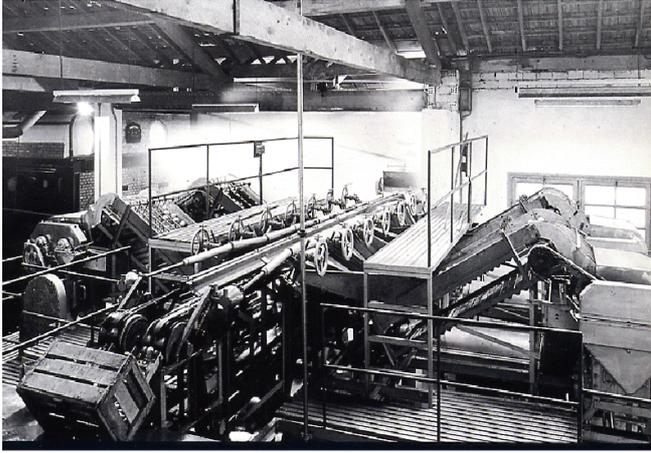
la conquête de la Régence d'Alger, des plaines entières d'orangers gorgés du soleil d'Algérie avaient remplacé les marécages de la Mitidja de sinistre réputation. Les exploitations agricoles qui y avaient été implantées donnaient une petite orange appelée « l'orange commune ou l'orange de Blida ».

La famille Beton, originaire d'Espagne, s'y installa en 1872 et chercha à développer les débouchés de cette nouvelle richesse.

En 1935, **Leon Beton**, négociant, se rendit à la foire de Marseille et en revint avec un étrange flacon contenant du concentré d'orange et de l'huile essentielle.

C'est ce mélange qui, additionné d'eau sucrée puis gazéifié, donnera l'Orangina, soda de Naranjina.

Le procédé Naranjina avait été inventé par le Dr Trigo dans ses laboratoires de Valence. Cependant ce n'est qu'après la guerre que le projet de créer une entreprise sur la base de ce procédé voit le jour avec **Jean Claude Beton**, grâce aux conseils de Pierre Lacoste, directeur du Crédit Agricole mutuel de Boufarik, et aux capitaux familiaux.



La société Naranjina Nord Afrique, société familiale de production du concentré Orangina, installe ses premières usines à Boufarik. C'est elle qui s'occupe de l'approvisionnement des oranges, produit le concentré selon la formule du Dr Trigo et vend son savoir-faire, sa publicité et ses concentrés à des concessionnaires qui embouteillent et commercialisent.

En 1951 l'Algérie découvre l'Orangina, et à partir de ce moment rien ne va arrêter la progression de cette « boisson à la pulpe d'orange », naturelle, non chimique, pasteurisée, contenue dans un flacon de 24 cl, joufflu, grêlé, aux formes non normalisées.

La conquête de la métropole a lieu en 1953 et une image publicitaire s'attachera désormais à la boisson qui renouvelle le plaisir de l'été : une bouteille enroulée dans un zeste d'orange, sur des couleurs vives.

Alors que tout semble sourire à Orangina, les événements d'Algérie menacent l'entreprise, désormais à la recherche de nouveaux approvisionnements et soucieuse de transférer son siège en métropole. Celui-ci va être installé en 1961 à VITROLLES,



dans le Pays d'Aix et près de
Marseille. L'usine de Boufarik sera maintenue jusqu'en 1967.

« Le plaisir de boire naturel, les rapatriés en seront les hérauts et les initiateurs comme pour retrouver dans cette métropole inconnue l'évocation nostalgique d'un charme disparu. »

La page refermée de l'Algérie et de l'Espagne, le grand livre d'Orangina va s'écrire aux quatre coins du monde, d'abord dans tous les pays francophones et anciens territoires français puis à la conquête des USA et de la planète toute entière. Ce développement nécessite l'entrée d'Orangina dans le groupe Pernod-Ricard et la conjugaison publicitaire d'Orangina à tous les temps, toutes les modes et toutes les langues.

Si Orangina a dû s'adapter aux contraintes d'une entreprise internationale, elle est restée toujours fidèle à l'idée d'une boisson naturelle, familiale et estivale.

Dans l'ouvrage qu'il a consacré à la saga Orangina, Jean-Claude Beton s'est montré également fidèle à son passé et à tous ceux qui ont œuvré pour faire le succès de la marque.

« Quand on fait de l'Orangina, dit-il, on prend tout : le produit, la marque, la bouteille, le zeste Villemot, et votre serviteur. »

Résumé rédigé à partir de l'ouvrage « L'aventure de l'Orange » suivie de la Saga Orangina – Jean-Claude BETON et Gilles BROCHARD – Editions Denoël. 1993