

Association des Brasseries Artisanales

L'ultime défi

En apparence la région Nord-Pas-de-Calais est le pays de cocagne de la Brasserie Française, mais en apparence seulement... Tant le mal sournois de la concurrence le ronge, qu'elle soit nationale ou d'outre-frontières.

En font foi les questions que se pose le visiteur de l'Hôtel de Ville de Lille constatant avec stupéfaction la présence de trois marques alsaciennes dans les trois cafés entourant celui-ci ...

Un cas de figure, certes, mais qui prend des allures de symbole pour ne pas dire de défi.

Un défi que relève cinq brasseries artisanales du Nord-Pas-de-Calais décidées à se battre pour survivre. Cinq brasseries réunies en Association partant du principe que l'union fait la force surtout lorsqu'on la fait rimer avec passion.

Cinq brasseurs transformés en « MOUSSEquetaires » brandissant leurs bières, armés d'un label de qualité que nul ne peut leur contester après y avoir goûté. Un dossier réalisé par Jean-Claude Colin et Didier Houillon (suite page 22).

La brasserie Duyck

La locomotive

Fondée aux environs de 1920 après la première guerre mondiale par Félix Duyck, la ferme-brasserie devenue Jenlain produit 65 000 hectolitres de bière et constitue la locomotive de l'Association des Brasseries Artisanales de par sa renommée.

Dès sa naissance de par l'importance de sa clientèle due à la vie sociale intense des fermes au début du siècle qui contiennent jusqu'à 40 personnes par habitation, nécessaires à la fenaison et à la moisson, la Brasserie Duyck produit sa bière en fût et en grande quantité.

La bouteille champenoise

En 1950, devant la renommée de sa bière et l'accroissement de la demande, Félix Duyck lance la bière de garde JENLAIN, conditionnée en bouteille champenoise de 75 cl pour une infime partie de la production, le reste étant consacré aux bières de table et aux bières bock.

En 1960, Félix Duyck cède la place à son fils Robert, élève de l'École de Brasserie de Nancy, qui fonde la société anonyme Duyck, lui dont la face rougeade de bébé ornait les premières étiquettes de la Brasserie.

Le phénomène étudiant

Dès 1965, le succès de la bouteille champenoise va croissant porté par le monde étudiant séduit par son prix modique, sa présentation et surtout son goût différent pour l'époque. De Lille où il démarre, le phénomène s'agrandit et touche Paris puis l'ensemble des villes étudiantes françaises par le simple effet du bouche à oreille; tout cela sans publicité, sans service commercial ni service de distribution, les clients venant chercher la bière directement à la Brasserie, sauf pour le département du Nord bien entendu.



LE NORD ET LA BIÈRE

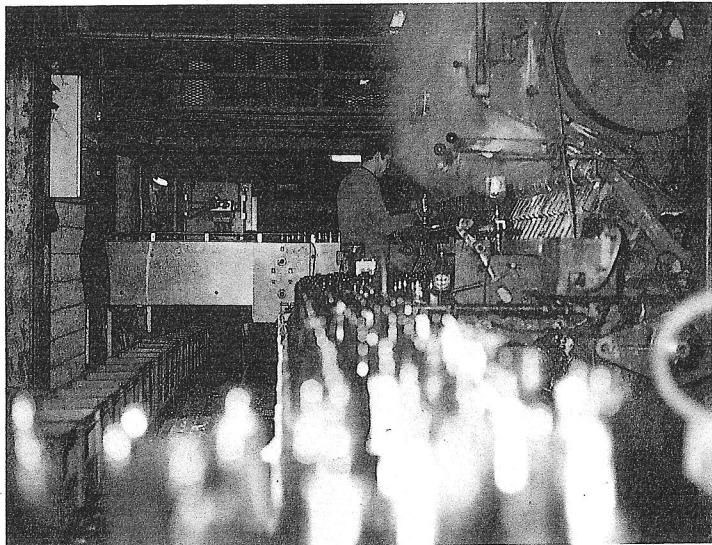


Raymond Duyck, le chef de train.

◀ Jenlain, le porte-étendard de l'ABA.

Fer de lance de l'ABA? Oui, mais ...

Aujourd'hui avec une production de 65 000 hectolitres l'an, dont 90 % de bière de garde, la Brasserie Duyck représente le fer de lance de l'Association des Bières Artisanales à laquelle elle appartient. Sachant se souvenir de son passé, elle offre à ses quatre collègues le poids de son expérience afin de lutter contre ce mal insidieux qui s'est développé chez les amateurs de bière de notre pays pour qui, trop souvent, bières spéciales, signifient bières belges. Toutefois, si Raymond Duyck, petit-fils du fondateur de la Brasserie qu'il dirige aujourd'hui, reconnaît l'utilité de travailler ensemble à leur connaissance mutuelle, il reste pour eux comme eux le concurrent. Leur entente publicitaire ne pouvant, selon lui, difficilement déboucher sur une entente commerciale ou financière vers d'éventuelles plates-formes d'éclatement par exemple. Ainsi, ayant à nourrir 30 personnes, la Brasserie Duyck n'a pas



La brasserie artisanale de demain.

qu'une seule corde à son arc avec l'ABA; elle songe aussi à l'exportation, prenant notamment des contacts avec les USA et la Grande-Bretagne, tout en rêvant d'une revanche qui se traduirait par une entrée sur le marché belge.

(Dossier ABA, suite p. 24).

Une gamme de produits désormais célèbres qui ne peuvent qu'honorer les cafetiers et les consommateurs qui les choisissent.

