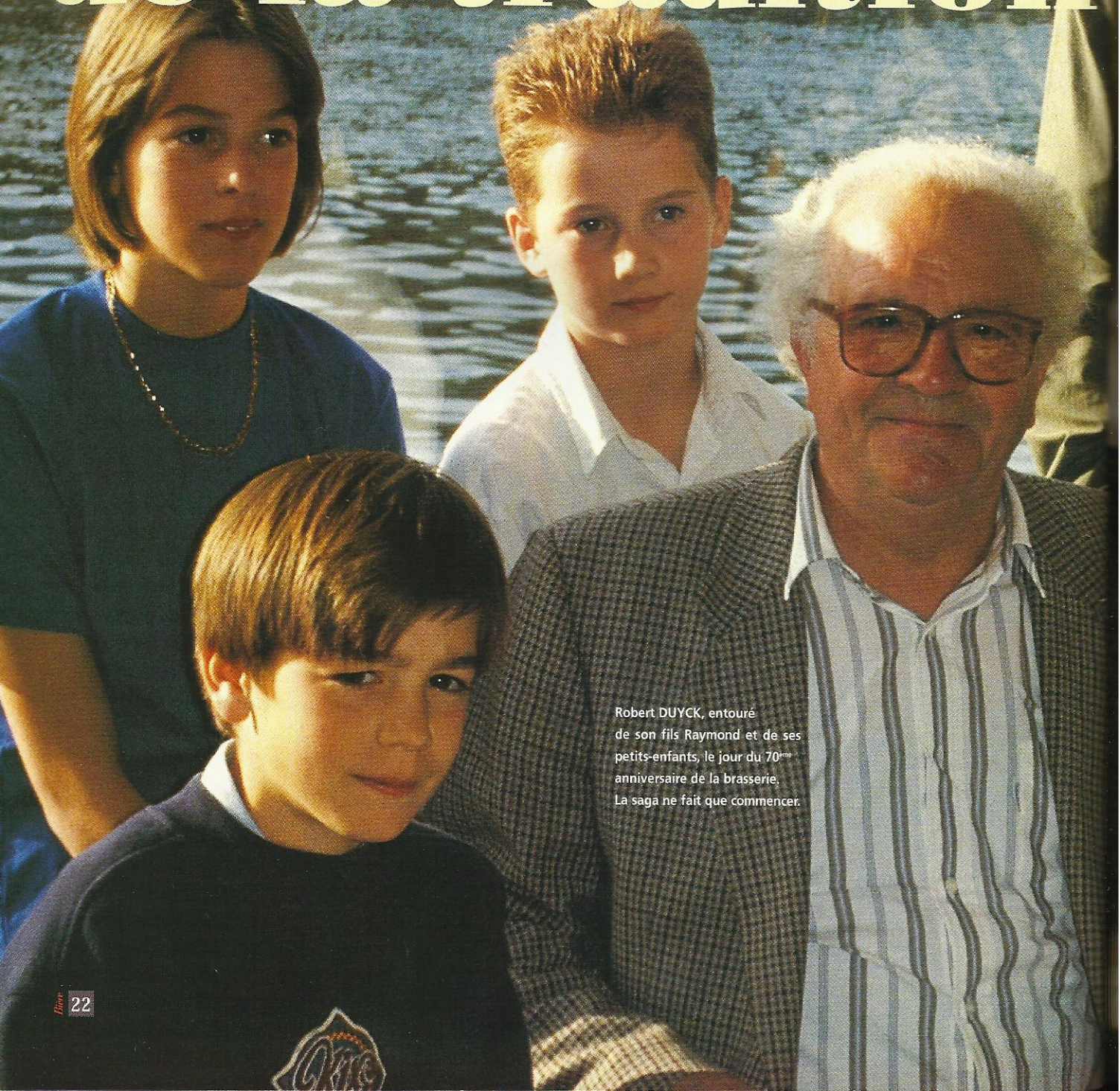
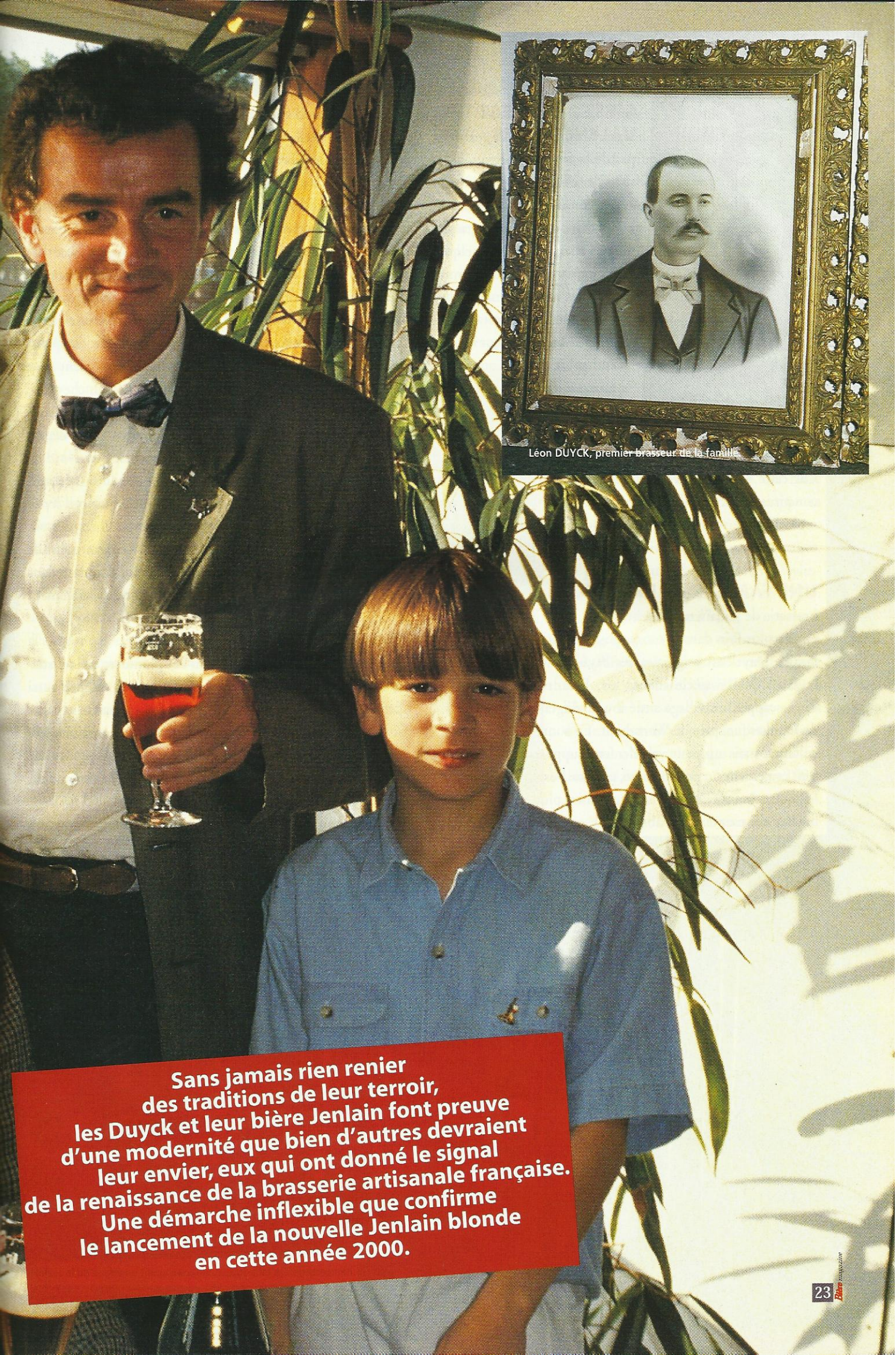


# JENILAIN

## la modernité de la tradition

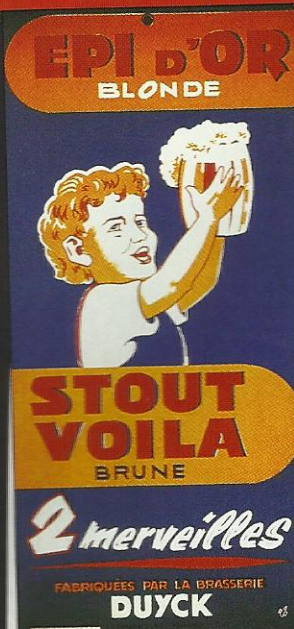


Robert DUYCK, entouré  
de son fils Raymond et de ses  
petits-enfants, le jour du 70<sup>ème</sup>  
anniversaire de la brasserie.  
La saga ne fait que commencer.



Léon DUYCK, premier brasseur de la famille

Sans jamais rien renier  
des traditions de leur terroir,  
les Duyck et leur bière Jenlain font preuve  
d'une modernité que bien d'autres devraient  
leur envier, eux qui ont donné le signal  
de la renaissance de la brasserie artisanale française.  
Une démarche inflexible que confirme  
le lancement de la nouvelle Jenlain blonde  
en cette année 2000.



Enseigne publicité, remontant probablement aux années cinquante.

## C'EST À L'EST DE VALENCIENNES,

à deux pas de la frontière belge, que se situe le village de Jenlain. Un bourg comme il y en a beaucoup dans cette zone agricole, avec sa rue principale, quelques commerces et plusieurs fermes de briques rouges. L'une d'elles retient toutefois davantage l'attention. Non seulement le bâtiment principal est augmenté d'un vaste hangar, mais surtout elle porte fièrement un

immense panonceau où est inscrit en lettres géantes : "Bièrre de garde Jenlain".

Car cette ancienne ferme, devenue brasserie à part entière, constitue le berceau d'une bière devenue emblématique, non seulement de toute la région Nord-Pas de Calais, mais surtout du renouveau des artisans-brasseurs français.

**UNE FAMILLE DE BRASSEURS** Les origines de la brasserie de Jenlain remontent à 1922, mais il faut rechercher encore plus loin dans le temps pour retrouver ses racines. La famille Duyck est originaire des Pays-Bas lorsqu'elle s'installe au XVIII<sup>e</sup> siècle dans les Flandres françaises, à Zegerscappel, un village situé à une vingtaine de kilomètres de Dunkerque, près de Wormhout. Ce sont surtout des agriculteurs, mais on peut valablement supposer qu'ils produisent également un peu de bière, comme l'usage est fréquent à l'époque. Les céréales abondent, et il est plus économique de brasser soi-même pour abreuver les ouvriers agricoles à la

belle saison que de faire appel à un brasseur de la ville. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, Léon Duyck est le premier à s'être fait connaître comme brasseur dans sa ferme de Zegerscappel, et il va transmettre son savoir-faire à ses enfants. L'un d'eux, Daniel, va d'ailleurs reprendre à sa suite la brasserie familiale, mais il n'en subsiste plus rien aujourd'hui. Félix, un autre fils de Léon Duyck, va "émigrer" de quelques dizaines de kilomètres plus à l'est, en venant s'installer à Jenlain, près de Valenciennes, en 1922. Car sa fiancée est originaire de Denain, non loin de là, et il trouve à reprendre une ferme dans ce village. Mais c'est la bière qui l'intéresse, au point d'arrêter toute culture pour se consacrer uniquement à sa brasserie. Il continue simplement à élever quelques chevaux : il en faut bien pour tirer les charrettes de livraison des fûts. À l'époque, pour ces brasseries rurales dont le nombre dépasse largement le millier dans le seul département du Nord, la bouteille est encore inusitée. La bière est conditionnée uniquement en tonneaux de 50 ou de 100 litres, qui sont livrés dans les fermes des alentours et dans les estaminets des villages voisins. Car l'agriculture utilise encore énormément de main d'œuvre, et la bière est la boisson la plus courante dans la région. Il s'agit surtout d'une bière blonde, faiblement alcoolisée.

À Jenlain existe d'ailleurs deux autres brasseries, dont une, la Panaville, deviendra par la suite un des pionniers de la distribution des bières spéciales. Mais Félix Duyck élabore aussi une bière ambrée, un peu plus forte, et qui connaît une garde prolongée. Ainsi, elle se conserve mieux, et constitue une réserve pour les périodes chaudes où le brassage devient impossible. Elle n'a pas de nom, et les habitués la demandent simplement sous le nom de "vieille bière".

Dans ces fermes-brasseries, on ne connaît que la fermenta-



Remplissage des mini-fûts, conditionnement en vogue de la Jenlain.

tion haute, car personne n'a les moyens de s'équiper d'une installation de réfrigération. On utilise l'orge malté, mais aussi le blé, qui entre notamment dans la composition de la "DB", une bière blonde de 5° que la brasserie Duyck élabore après la seconde guerre mondiale, sans doute en hommage à la 2e Division Blindée qui s'est couverte de gloire à la Libération.

**L'APPARITION DE LA 75 CL** Né en 1925, Robert Duyck prend la succession de son père à la tête de la brasserie familiale en 1960. Mais les temps deviennent difficiles

pour les brasseries rurales, dont beaucoup n'ont pas repris leurs activités après la seconde guerre mondiale. Alors que l'agriculture se mécanise rapidement, les grandes brasseries industrielles se développent, menant une guerre des prix à laquelle les petits artisans ne peuvent faire face. Avec pour arme la bouteille de 25 cl à verre perdu, ces brasseries très automatisées imposent facilement leurs marques dans toutes les régions.

Mais Robert Duyck ne veut pas baisser les bras, et a une prémonition : pourquoi ne pas commercialiser la "vieille bière" inventée par son père Félix, plus goûteuse et capable de rivaliser avec les blondes industrielles ? Et comme le fût de bois est définitivement dépassé, il embouteille sa bière dans une champenoise de 75 cl, avec un bouchon de liège droit maintenu par un simple fil de fer.

Il ne sait plus aujourd'hui comment il a eu l'idée d'utiliser une telle bouteille. On peut supposer qu'elle lui a été inspirée peut-être par les gueuzes belges, existantes sous ce format depuis longtemps déjà. Toujours est-il qu'il utilise des bouteilles de champagne récupérées un peu partout. Et son fils Raymond, qui préside aujourd'hui aux destinées de la brasserie, se souvient encore des journées passées à gratter les bouteilles pour enlever les vieilles étiquettes et surtout les collerettes de papier doré, particulièrement résistantes. Il possède aujourd'hui encore une bouteille de Jenlain où figure toujours une contre-étiquette du champagne Henriot. Au départ, cette bière ne possède même pas d'étiquette, qui n'apparaîtra qu'à la fin des années 60. Mais elle se fait vite une réputation, notamment dans les cafés lillois, où les étudiants apprécient beaucoup d'en partager une à deux ou trois.

Dans les années 70, la renommée de la Jenlain grandit rapidement. Pas besoin de dépenser de l'argent en publicité ou en marketing : les clients et distributeurs viennent se fournir directement à la brasserie, attirés par cette bière au goût si différent. La bouteille est maintenant équipée d'un vrai bouchon champenois, doté d'un muselet de protection, et cet embouteillage convivial contribue largement à son succès.

La production n'est pas encore très élevée, et la demande supérieure à l'offre. À tel point que Mme Duyck se transforme en véritable cerbère à l'entrée de la brasserie, limitant étroitement le nombre de caisses que peuvent emmener les

clients. On se souvient même d'un distributeur de Bretagne qui, pour être certain d'emporter un peu plus de Jenlain, apportait des bourriches d'huîtres offertes en cadeau ! Devenue officiellement Jenlain vers 1968/69, la bière ambrée de Robert Duyck développe sa notoriété et ses volumes, à tel point que la brasserie doit augmenter ses capacités. La première cuve de fermentation cylindroconique est mise en service en 1975 : il en existe 24 aujourd'hui...

Robert Duyck a quatre enfants, mais un seul, Raymond, s'intéresse vraiment à la brasserie familiale. Après des études à l'école de brasserie de Douai, suivies d'une formation en gestion d'entreprises, il prend une part de plus en plus active dans son développement. Ainsi, en 1985, il impulse une modernisation complète, avec l'installation d'une nouvelle salle de brassage, équipée de quatre cuves différentes, d'une capacité de 130 000 hl par an, avec système de contrôle automatisé. Son implantation ne se fera d'ailleurs pas sans mal, car l'extension de la brasserie est rendue difficile par le manque de place. Pour cette raison, la salle de brassage n'est guère spectaculaire, les cuves étant serrées les unes contre les autres. Et la maison familiale est transformée pro-

gressivement en services administratifs, la salle à manger devenant par la suite le bureau de Raymond Duyck.

**LE RESPECT DES TRADITIONS** Si Raymond Duyck, qui prend officiellement la direction de la brasserie en 1990, modernise la brasserie, il entend tout autant respecter les traditions familiales. Il ne change rien à la recette transmise par son père, utilisant trois malts différents, et deux variétés de houblon. La bière connaît une fermentation haute



Raymond Duyck présente la nouvelle Jenlain Blonde, devant les fûts utilisés autrefois pour distribuer la bière.

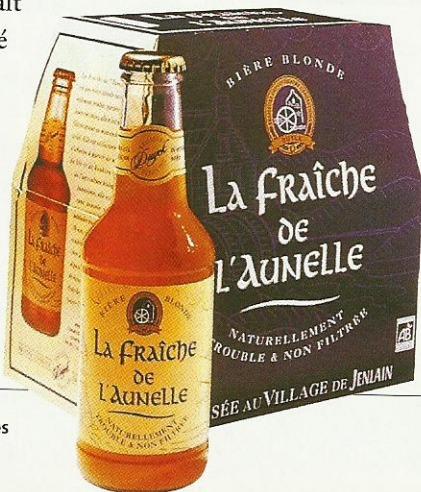
Les différents conditionnements actuels de la Jenlain, dont la célèbre bouteille de 75 cl qui a lancé la marque.



de 5  
jours, puis une  
garde de 4  
semaines mini-

mum avant la mise en bouteilles ou en fûts. Pas de pasteurisation non plus, afin de conserver le goût spécifique de la bière. En 1991, les ventes dépassent les 90 000 hl, constituées essentiellement par la Jenlain ambrée. Soit près de dix fois les volumes réalisés au début des années soixante. En outre, la Jenlain a sonné le réveil des bières artisanales dans la région, et la notion de "bière de garde" devient un style à part entière. Castelain et sa Ch'ti, la Choulette à Hordain, la 3 Monts de Saint-Sylvestre, l'Angelus d'Annoeullin, la Septante-cinq de Terken et quelques autres ont suivi les traces de Jenlain, chacun dans leur style, mais avec la même affirmation d'une identité régionale solidement revendiquée.

Au début des années quatre-vingt-dix, Raymond Duyck se met à emprunter les chemins de la diversification. Outre une Jenlain de Noël, dont la tradition remonte au moins aux années cinquante, il élabore une bière dorée saisonnière, qu'il appelle bière de Printemps, et non de Mars, car il entend se distinguer du modèle décrété par les Brasseurs de France. En 1994, fort de l'expérience acquise, il lance une vraie deuxième bière, la Sebourg. C'est une blonde dorée, de fermentation haute, qui porte le nom d'un village voisin de celui de Jenlain. Là encore, ce n'est pas une création de toutes pièces, mais la reprise d'un style d'autrefois. Outre le malt d'orge, y est ajouté du blé, qui lui donne une certaine fraîcheur, tandis qu'une longue garde lui apporte une belle rondeur aromatique. Et, bien entendu,

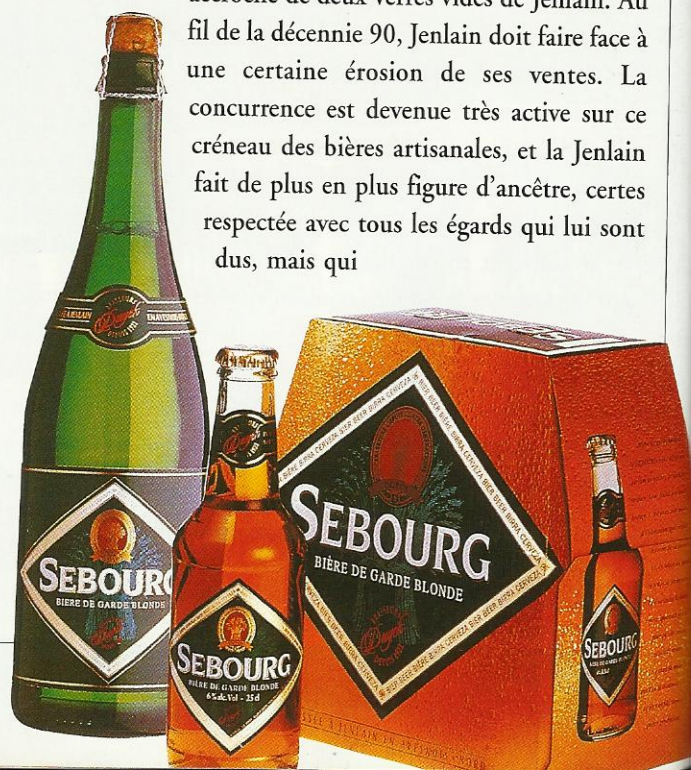


fermentation haute et non pasteurisation restent les clés du style Duyck.

Mais, malgré d'indéniables qualités gustatives, et beaucoup de moyens mis en œuvre pour la faire connaître, la Sebourg n'a pas rencontré le succès escompté. Plusieurs études ont fini par expliquer ce mystère : les consommateurs ne faisaient pas le rapprochement entre Jenlain et Sebourg, qui apparaissait comme une marque parmi tant d'autres, sans passé et sans signification. Nouveau lancement en 1998 avec la Fraîche de l'Aunelle, du nom d'une petite rivière de la région de Jenlain. Là encore, reprise d'une tradition, celle des blondes non filtrées d'autre-

fois, avant tout désaltérantes, qui étaient appréciées à la belle saison. Mais, signe de modernité, elle est à base de matières premières (orge malté, blé, houblons) issues de l'agriculture biologique. Toute la production est contrôlée par un organisme indépendant, Ecocert. Ainsi, lors du brassage de la Fraîche de l'Aunelle, il faut purger toute l'installation pour que seules les céréales biologiques soient utilisées. Et ce n'est pas non plus une copie des blanches belges, car aucune épice ou plante aromatique n'entre dans sa composition.

**UNE CERTAINE ÉROSION** Dès la fin des années quatre-vingt, Raymond Duyck sait aussi mettre en œuvre les moyens de la publicité pour développer ses ventes, avec une première brochure publicitaire qui obtient en 1987 un prix pour sa qualité. Première campagne d'affichage à Lille en 1988, sur le thème "Deux amis sont passés", venant en accroche de deux verres vides de Jenlain. Au fil de la décennie 90, Jenlain doit faire face à une certaine érosion de ses ventes. La concurrence est devenue très active sur ce créneau des bières artisanales, et la Jenlain fait de plus en plus figure d'ancêtre, certes respectée avec tous les égards qui lui sont dus, mais qui



attire moins qu'autrefois. Raymond Duyck met alors beaucoup de moyens en œuvre pour moderniser l'image de sa bière fétiche, sans en changer, il faut le souligner, les méthodes traditionnelles de sa fabrication. L'étiquette et tout le matériel publicitaire connaissent ainsi deux rajeunissements successifs, avec des codes couleur (le noir et le rouge) particulièrement innovants.

Outre la bouteille de 75 cl, trop utilisée par les concurrents, apparaît celle de 25 cl, puis la boîte de 50 cl et enfin le

mini-fût de cinq litres, équipé depuis 1999 d'un robinet incorporé. Par ailleurs, Jenlain multiplie les opérations de communication : célébration en 1992 du 70e anniversaire de la brasserie ; création des Ambassadeurs de Jenlain, plus de 150 restaurants sélectionnés dans toute la France par les enquêteurs de Gault-Millau ; publication d'un livre de recettes à base de bière, suite à un concours national, sous le patronage de Ghislaine Arabian ; lancement en 1998 d'un site internet ([www.duyck.com](http://www.duyck.com)) dont la qualité sera récompensée l'année suivante ; ouverture

au centre de Lille d'un café Jenlain, innovant par sa décoration et le service apporté à la bière, premier maillon d'une franchise à venir. Le comédien Ronny Coutteure y donnera ses irrésistibles leçons de biérologie. La modernisation de la brasserie est poursuivie, avec notam-

