

# À la brasserie Duyck de Jenlain, la petite dernière est une blonde au fort caractère

lundi 01.02.2010, 05:05 - La Voix du Nord



Raymond Duyck en son antre, créée en 1922 par son grand-père, et qui perpétue la tradition brassicole. PHOTOS BRUNO FAVA

## | BIÈRE |

L'emblématique brasserie de Jenlain, celle qui produit la bière du même nom, vient de porter sur les fonts baptismaux une petite blonde baptisée « Or ». ...

« Or », c'est pour la couleur de la dernière née de l'entreprise familiale. Une blonde qui a nécessité deux ans de recherches que l'on peut qualifier de savante alchimie. Et qui aurait pu être d'une autre couleur. « Nous nous sommes posés la question du positionnement sur le marché : blonde, blanche, brune, forte ou pas en alcool ? », détaille Raymond Duyck, représentant de la troisième génération de brasseurs jenlinois.

Une dizaine d'idées ont été, non pas jetées sur la table, mais mises dans « l'entonnoir », comme l'indique Raymond Duyck. Va pour une blonde donc. Les salariés ont été mis à contribution, élevés au rang de dégustateurs intransigeants. Résultat : une bière dite de « dégustation, riche en arômes et parfums rares », dont la recette inclut plusieurs variétés de houblons, différents malts et une nouvelle levure. « Un produit de tradition, une bière de fermentation haute », la plus haute en alcool dans la gamme produite - huit degrés - précise Raymond Duyck.

« Le point crucial, c'est la levure », ajoute ce dernier. À Jenlain, trois sources différentes sont utilisées, et renouvelées régulièrement, car l'âme de la bière se dégrade au fil des brassages. Dans ce domaine les Belges, et notamment l'université de Louvain, experte en la matière, apparaissent comme de précieux alliés.

« Or », dont la partie « marketing » s'appuie sur une bouteille à la forme elle aussi étudiée et recouverte d'un film coloré « thermoplastique » est-elle promise à un bel avenir ? À la lumière des expériences passées, donc de la nature versatile du consommateur, Raymond Duyck préfère rester prudent. Dans ce domaine, l'audace a connu quelques échecs. Les bières au gingembre et à l'absinthe lancées dans le passé ont tenu deux ans, la « Fraîche de l'Aunelle » entre sept et huit ans, et la Saint-Druon a disparu des rayons.

Nonobstant, la petite blonde part à l'assaut du marché. Les premières bouteilles ont été produites en décembre et, le temps qu'elle trace son chemin dans les circuits sinueux du « référencement », la dernière née devrait être commercialisée à partir d'avril. Avec des atouts susceptibles de satisfaire les amateurs : une belle robe, un délicat parfum de brassin au nez et une douce légèreté en bouche. On a testé ! • J.-M. B.