



Le Ninkasi a 10 ans



apprendra donc le métier de brasseur, Kurt la fabrication de pain. De retour à Lyon, ils créent ensemble une enseigne désormais mythique : Ninkasi.

Leur idée : importer en France le concept américain de « Brewpub », c'est-à-dire de bar qui brasse sa propre bière. Rejoints par Vincent Covolo et Cécile Cristallini, deux copains d'école de Christophe, ils se mettent à la recherche d'un local. Ni une ni deux, ils ont jeté leur dévolu sur un ancien entrepôt de 1 500 m² à Gerland, « Grand, isolé, loin des habitations », l'endroit idéal pour se lancer. En raison de la grande taille des lieux « notre projet a tout de suite pris une dimension importante », se souvient Christophe Fargier. Et c'est ainsi qu'ouvre en septembre 1997 le Ninkasi Gerland, réunissant en un seul lieu un pub-restaurant, un café-concert avec une scène à l'époque minuscule de 16 m² et bien évidemment une brasserie, visible de l'intérieur et de l'extérieur du bâtiment.

Trois mots caractérisent l'esprit Ninkasi aux dires de son fondateur : authenticité, diversité, convivialité, bref « donner du sens à ce qu'on fait ». Et ça se retrouve à tous les étages : la bière et le pain (« pain liquide et pain solide ») sont fabriqués sur place. Pour le reste, l'entreprise favorise les producteurs locaux. Les jus de fruits, par exemple, proviennent d'une fabrication artisanale de la région.

La programmation musicale suit ce même principe. Ainsi, la salle de concerts créée en 2000 (au fil des agrandissements, le Ninkasi Gerland mesure aujourd'hui 1 000 m² de plus qu'au départ), est dédiée aux jeunes

artistes : musiciens et DJs, qui viennent y faire leurs armes. Et la NinkaTélé, lancée en 2005, qui diffuse les concerts dans les autres établissements du groupe, permet de faire connaître ces jeunes artistes auprès public encore plus large. Mais l'entreprise ne rechigne pas non plus à prêter sa salle à des associations pour qu'elles viennent y défendre leurs bonnes causes.

Seul souci : bien que subventionnée, l'activité concerts n'est pas rentable. La direction décide alors de développer le groupe afin d'en répartir le poids financier. C'est ainsi que voit le jour : Ninkasi Ampère (2002), Ninkasi Ferrandière (2002), Ninkasi Opéra (2003), Ninkasi Gratte-Ciel (2005), Ninkasi Saint-Etienne (2006) et la dernière née : la Ninkasi Boulangerie (juin 2007). Là aussi, le groupe affirme sa démarche citoyenne et joue à l'ascenseur social : chaque nouvelle implantation a vocation à permettre à un de ses salariés de devenir son propre patron. « C'est souvent des gens partis sans formation », explique Christophe Fargier et qui ont tout appris sur le tas au cours des années passées au Ninkasi.

Au lancement, le groupe Ninkasi détient la majorité du capital de la nouvelle affaire, le futur gérant, lui, n'en possédant qu'une part minoritaire, en fonction de son apport. Cette prédominance ninkasienne initiale a notamment pour but de rassurer les banques et de pouvoir obtenir les prêts nécessaires. Une fois l'affaire lancée, l'ancien salarié rachète alors les parts détenues par le groupe et devient propriétaire à 100% de son commerce.

Bien que les produits vendus soient les mêmes partout, chaque Ninkasi s'est créé sa propre clientèle : si le public est jeune sur la Presqu'île



Christophe Fargier : « je ne fais pas ça pour devenir riche »

(étudiants à Opéra et lycéens rue Ferrandière), celui des Gratte-Ciel est plus mélangé : il n'est pas rare d'y croiser des seniors venus prendre leur café l'après-midi. Ampère, quant à lui, est aux dires de Christophe Fargier, « un véritable bar de quartier ». Et puis Gerland, c'est Gerland, sachant que la direction a prévu de l'ouvrir à une clientèle plus large, notamment à travers d'apéros Jazz et chanson qui démarreront à la rentrée.

Alors que l'enseigne grandit, l'année 2004 est marquée par un coup d'éclat : Kurt Huffmann, alors en charge de la restauration, quitte le Ninkasi sur fond de divergences personnelles et retourne dans son pays natal. Il est aujourd'hui remplacé par Damien Beineix, jeune chef venu du Radisson.

Dix ans après l'ouverture, ce ne sont pas les projets qui manquent. « On a fait un joli bout de chemin. Il ne faut pas qu'on s'arrête », résume Christophe Fargier. Et d'expliquer : « On souhaite s'ouvrir sur les arts numériques », qui mélangent création musicale et vidéo. Puis, réferencer encore plus de produits artisanaux, pourquoi pas fabriquer ses propres sodas (du NinkaCola ?) et peut-être bien ouvrir un autre Ninkasi en 2008.

Michael Augustin

Ninkasi Késako ?



Ninkasi est la déesse sumérienne de la bière (son nom signifie d'ailleurs « Dame de la bière »). Les sumériens ont vécu entre 5000 et 1750 avant JC en Mésopotamie (pour l'essentiel l'actuel Irak). Elle est la

fillette d'Enki, dieu sumérien des agriculteurs, de l'irrigation et des cultures, et de Ninhursag, déesse-mère par excellence. « Chez les sumériens, la fermentation était perçue comme un cadeau de Dieu et c'étaient les femmes qui brassaient la bière », explique Christophe Fargier. « Nous l'avons choisie pour sa connotation féminine, pour casser l'image macho de la bière ».

Photographies © Ninkasi et Michael Augustin

Médailles

Cinq médailles : une en bronze, trois d'argent et une médaille d'or (gagnée par la bière rousse en 2004 au salon de l'Agriculture de Paris), c'est dire si les deux maître-brasseurs du Ninkasi ont du talent.

Visites

La brasserie est visitable. Il suffit de constituer un groupe d'au moins dix gorges sèches et de prendre rendez-vous (3€ par personne). Jeudi 27 septembre, des visites gratuites se dérouleront tout au long de la journée et de la nuit lors de la semaine anniversaire (voir encadré page 11).

