

passions rhum

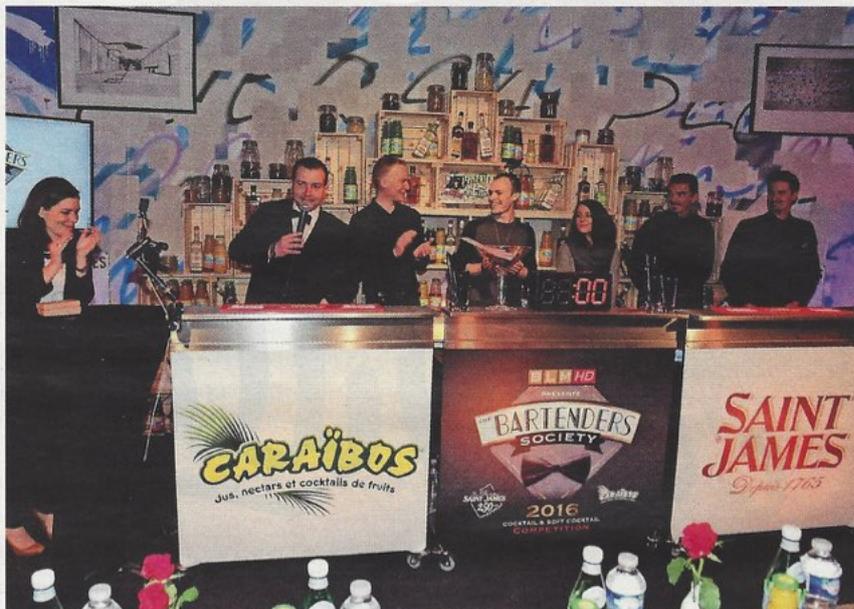
L'AGRICOLE, BÊTE DE CONCOURS

L'eau-de-vie antillaise investit l'univers du cocktail. Pour mieux séduire les barmans, elle s'affiche dans les challenges de mixologie.

PAR LAURENCE MAROT

Après le whisky, leader des spiritueux en France, le rhum est à son tour plébiscité par les barmans et les amateurs éclairés de saveurs exotiques. Dans le monde bouillonnant des cocktails, son usage reste encore très influencé par ses origines : un rhum léger d'origine cubaine pour les classiques long drinks, tel le mojito, une cuvée aux saveurs rondes et épicées de la Jamaïque ou de la Barbade pour les tikis, breuvages inspirés de la culture polynésienne, et, enfin, le rhum agricole, au goût prononcé de canne à sucre, pour des concoctions tropicales, comme le ti-punch.

Marqué par ses traditions culturelles et son goût puissant, ce dernier cherche à bousculer cette étiquette trop sage : « Le rhum agricole a sa place dans le monde des cocktails. En tant que producteur, nous avons aujourd'hui un enjeu pédagogique vis-à-vis des consommateurs et du monde du bar. Cette catégorie est bien sûr plus complexe à travailler, car son goût est moins neutre que celui des rhums traditionnels. Nous devons donc sortir les barmans de leurs habitudes et changer leur regard sur cette catégorie », explique Stéphanie



Les compétitions – ici, The Bartenders Society – sont très efficaces pour « mettre en lumière la créativité » du rhum agricole.

Labasque, directrice marketing et commerciale du groupe martiniquais BBS (Trois Rivières, La Mauny et Duquesne).

Pour séduire ces futurs prescripteurs, les plus belles maisons de rhum agricole ont adopté une nouvelle tactique au style ludique : les concours internationaux de cocktails, une opération de promotion déjà très en vogue dans le monde des rhums cubains, avec des mastodontes comme Bacardi et Havana Club. Et, surtout, un excellent outil de communication partagé par les médias pour un public très au fait des tendances en matière de cocktails. Au début de l'année, une ribambelle de maestros du shaker, venus de France et d'Europe, s'affrontaient autour de cette eau-de-vie, soumis à des briefs hautement créatifs. Le thème « Chic et décontracté » du concours Rhumbellion de Trois Rivières a séduit la crème des barmans internationaux pour une finale au cœur du terroir martiniquais. Même effervescence du côté des plantations Saint James, avec les jus de fruits Caraïbos, à l'occasion des 250 ans

de la fameuse distillerie de Sainte-Marie, numéro un mondial du rhum agricole, que célébrait The Bartenders Society. Ce concours mixait des cocktails à base de cuvées de la maison et, pour la première fois, des soft cocktails. « Nous souhaitons mettre en lumière la créativité autour de notre rhum pur canne et des cocktails sans alcool, encore parents pauvres du bar », confie Melinda Guerin-White, organisatrice de la compétition. Un événement complété par des master class ouvertes au public.

D'autres maisons ont, elles, pris le parti d'attirer la mixologie vers la culture antillaise, comme Clément avec la TiPunch Cup : « Nous avons pour objectif de mettre en avant notre terroir et d'insuffler au traditionnel ti-punch un brin de créativité », précise Audrey Bruisson, responsable marketing monde de Clément. Résultat : un vrai carton, avec plus de 400 inscrits, 17 finalistes, une compétition explosive à l'habitation Clément, en Martinique. Le rhum agricole a réussi son challenge! 