

ANTILLA

Depuis 1981

antilla-martinique.com

HORS-SÉRIE

HORS-SÉRIE N°2 : FILIÈRE CANNE SUCRE RHUM - Juillet 2022 - 5 € - CPPAP 1122 C 86520 - ISSN 0757555

 **MARTINIQUE**
coderum



AOC MARTINIQUE
25 ANS

FILIÈRE CANNE SUCRE RHUM
L'EXCELLENCE
À LA MARTINIQUE



Visitez la **Capitale mondiale du rhum**



MARTINIQUE
coderum

coderum-martinique.com



Trois Rivières



BAIE DES TRÉSORS

J. BALLY

MAISON LA MAUNY

NEISSON



Clément

Rhum J.M



POUR JOINDRE LA RÉDACTION :

ANTILLA, 7 Rue Paul Gauguin
97232 Le Lamentin, Martinique
Tél.: 0696 73 26 26 / 0595 75 48 68
Email : philippe@antilla-martinique.com

CPPAP 1122 C 86520

ISSN 0757555

DIRECTION/RÉDACTION

Directrice de la publication :

Valentine Hellenis : 0596 75 48 68

Directeur de la rédaction :

Henri Pied: 0596 75.48.68

Rédaction :

Henri Pied, Gérard Dorwling-Carter, Mike Irasque, Philippe Pied, Nathalie Laulé, Nadia Celcal, Judes Duranty, Nicolas Manceau, 3ed

Conception :

Philippe Pied

Marketing et Publicité :

CONCEPT CV :

Tél.0696 73 26 26

philippeped@gmail.com

Impression :

Toniprint Imprimerie

ATTENTION :

Les documents, manuscrits ou non, restent la propriété de la rédaction.

BUREAUX :

60 Jambette-Beauséjour
97200 Fort-de-France

SITE INTERNET :

www.antilla-martinique.com

PARTENAIRES MÉDIAS



L'Édito de Philippe Pied

FILIÈRE CANNE SUCRE RHUM L'EXCELLENCE À LA MARTINIQUE...

« ANNOU BRÈ AN FÉ !* »

Cette expression courante est certes une invitation à déguster un verre avec un.e ami.e...mais pas seulement !

Nous pourrions remonter à nos grand ou arrière grand-parents, les gestes et l'invitation demeurent les mêmes, la canne aussi.

Ce qui a changé depuis ?

La volonté de femmes et d'hommes, qui ont su à travers les années, améliorer, moderniser, développer, penser...et s'organiser afin de créer une filière non seulement respectueuse de l'environnement mais durable économiquement dans le temps.

Une filière qui aujourd'hui est une des principales vitrines mondiales de la Martinique, une filière source de retombées touristiques et donc économiques... une filière qui fait **notre fierté à tous**.

OUI, nous produisons le SEUL rhum au monde à détenir l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), et à rivaliser lors des concours internationaux avec les plus grands groupes de vodka, de cognac, de champagne..., des entreprises qui pèsent des milliards...

Nous avons ici deux des **meilleurs maîtres de chai, et maître rhumier au monde, MM. Daniel Baudin et Marc Sassier, respectivement détenteurs de ces titres distincts en 2019 et 2016**, devant un grand jury

d'experts internationaux.

Les distillateurs ont compris depuis plus d'une vingtaine d'années qu'au delà de l'achat d'un alcool, c'est tout un pan de notre histoire qu'il y a à conter, un patrimoine à montrer...alors chacun a mis en valeur à sa façon un parcours de découverte culturelle de leurs exploitations et habitations, toutes de plus en plus remarquables par leur caractère particulier et exceptionnel.

Et chacun repart les mains pleines de notre rhum ou de notre sucre, l'esprit enrichi de siècles de savoir-faire.

OUI, nous pouvons être fiers de nos planteurs et scientifiques qui toujours se remettent en question afin de viser l'excellence dans cette production d'exception ; fiers des instances comme le CODERUM et le SDAORAM (syndicat de défense de l'AOC) qui veillent et défendent nos intérêts, du CTCS et de Canne Union, de nos producteurs et distillateurs...

Il est loin le temps où l'on cachait sa chopine en sortant de l'épicerie : nous offrons désormais avec fierté notre plus belle boisson... un produit haut de gamme à l'arôme à nul autre pareil.

La lecture de ce magazine sera pour vous une immersion olfactive, gustative, culturelle et économique dans l'univers de la canne, du rhum, et du sucre, et le spiritourisme vous délivrera tous ses secrets. ■

ALOW NOU KA PRAN'Y?

* Ou pé sèvi feu oben fé sé wou ka wè, sa ka dépann koté ou yé Matinik !

■ Une vente aux enchères atypique de rhums martiniquais de collection : Une première mondiale !

Rhum'Antico
par
M MARTINIQUE ENCHÈRES

Des bouteilles rares, historiques et – pour certaines – artistiques ont été proposées aux enchères ce 9 juillet, à un public présent sur place et en live via internet sur www.drouot.com. Des dizaines d'enchérisseurs locaux et internationaux ont répondu à l'appel, mettant ainsi en avant notre destination Martinique et son savoir-faire ancestral.

Il s'agissait d'une première mondiale car elle a mis à l'honneur pour la première fois aux enchères publiques (hors cadre caritatif), une sélection de rhums exclusivement martiniquais sous le Marteau de **Rhum'Antico**, par **Martinique Enchères**.

Cette vente menée par **Maître Hélène Martin**, seule commissaire-priseur en Martinique, avait aussi pour originalité son catalogue très bien documenté.

En effet, l'organisateur a pris soin de rédiger et documenter les fiches accompagnant ces bouteilles d'exception dans le but de mettre en valeur ces lots rares qui font partie du patrimoine local, consciente de la reconnaissance mondiale que confère l'AOC au rhum Martiniquais. Au regard de sa connaissance du marché, des mises à prix attractives ont pu être proposées.



Photo : 1ere page du catalogue de la vente

Gageons que ce ne soit qu'un début et que nos produits et savoir-faire du terroir puissent continuer à plaire localement et bien au-delà de nos frontières !

Philippe Pied

Philippe Pied

DROUOT.com
Live

03

ÉDITO

Filière canne sucre rhum l'excellence...

05

SOMMAIRE

06

AOC : 25 ANS...

06 L'avis de Charles Larcher, président du CODERUM

12 Le président du Syndicat AOC Martinique, Marc Sassier

16

PRODUCTEURS & SCIENTIFIQUES

16 Centre Technique de la Canne et du Sucre

20 Sica Canne Union

24 Agri Canne (producteur)

30 Discours fondateur du Spiritourisme & rôle de la Distillerie agricole dans le cadre d'un tourisme culturel à la Martinique

35

SPIRITOURISME & ACTEURS...

35 Habitations Saint-James & La Salle : Usine, Musée, Habitations et bien plus !

38 Le Galion : producteur du Sucre de la Martinique et de rhums uniques

42 Rhums Clément : Chantre du patrimoine rhumier de la Martinique

46 Rhums JM : Le rhum volcanique

50 Rhums HSE : Rhums, Arts et Patrimoine

54 La Maison La Mauny : Les rhums du Sud

56 Rhums Trois Rivières et Maison La Mauny : La passion de produits exceptionnels

60 Les Rhums Neisson : Qualité et lien au terroir



06



12



16



20



24

LE GALION

SEUL PRODUCTEUR
DU SUCRE
DE LA MARTINIQUE
&
DE RHUMS UNIQUES

06

PAGE 30

DISCOURS
SUR LE SPIRITOURISME

PAR MICHEL FAYAD



antilla-martinique.com

■ CODERUM

AOC Martinique : 25 ans cette année



25ème campagne de récolte de la canne qui produit ce rhum d'exception, ce rhum de terroir, le seul au monde à détenir l'Appellation d'Origine Contrôlée. L'heure pour la filière, de se réjouir d'une belle réussite mais aussi l'heure des bilans. Car, cette précieuse production doit faire face aux défis de notre époque pour poursuivre son rayonnement. Changement climatique et enjeux environnementaux, guerre russo-ukrainienne et crise du Covid impactent le secteur. Nous avons tenté de faire le point avec Charles Larcher, président du CODERUM. Cet organisme regroupe tous les distillateurs de rhum agricole et producteurs de sucre de la Martinique et œuvre à la promotion et au développement du produit, ainsi qu'à la défense des intérêts des producteurs.

La Martinique se place aujourd'hui sur le marché des spiritueux comme la capitale mondiale du rhum agricole, grâce à la typicité et à l'excellence de ses produits de terroir et au savoir-faire unique de ses producteurs. La filière canne, sucre, rhum, représente deux cents planteurs, 3891 hectares plantés de cannes, plus de 2200 emplois directs et indirect, ainsi que seize millions de litres de rhum blanc produit chaque année. Cette filière est de plus l'une des plus vertueuses au monde en matière de production agricole éco-responsable. Elle mise dans son développement

sur son label d'excellence.

Le rhum Martinique est le seul au monde à posséder cette appellation...

Selon **Charles Larcher**, « L'AOC reste notre stratégie gagnante et positionne notre produit comme un produit haut de gamme, il est le premier sur le marché identifié comme un produit de terroir. Par son cahier des charges, les producteurs vont à l'excellence. On veille à développer cette notion. »

Ce label français valorise les produits agricoles et agroindustriels possédant une spécificité, une typicité liée aux terroirs. C'est ainsi que toute la production de canne vient de Martinique, car l'AOC est liée au terroir de production. Tout comme le beurre de Normandie ou le sel de Guérande, le rhum agricole de Martinique ne peut être fabriqué ailleurs, avec aucune autre canne que la canne de Martinique. Pour Charles Larcher, « La canne est la base de notre stratégie AOC, c'est pour cela que l'on célèbre la 25ème récolte. »

La production de canne au cœur de l'AOC

La canne martiniquaise, matière première du rhum AOC, se heurte pourtant à de préoccupantes limitations et le rendement vient à manquer : perte de surfaces agricoles, manque d'eau, enherbement. Le président du CODERUM fait le point sur les grands défis à relever pour conserver une production stable, suffisante et de qualité, « Les surfaces de cannes AOC sont stables aujourd'hui, à peu près 4000 hectares, c'est positif et il n'y a pas de compétition ni de spéculation agricole car les planteurs de canne peuvent être à la fois éleveurs, planteurs de bananes... Nous ne sommes pas dans une monoculture, il y a des agriculteurs qui ont plusieurs métiers. Les pertes de surface en canne sont surtout liées à l'urbanisation. Il y a une compétition puisque nous avons besoin du même type de sur-

L'ilot Vins
votre caviste
15 ans
2006-2021



- *Cuvée spéciale*
- *Edition limitée*
- *Bouteille numérotée*

www.ilot-vins.fr



L'ilot Vins Jambette

Du lundi au Vendredi
de 8h à 15h30

0596 50 32 29

jambette@ilotvins.com

L'ilot Vins Manhity

Du mardi au vendredi
de 10h à 14h & de 15h à 18h

Le samedi de 10h à 17h

0596 51 58 81

manhity@ilotvins.com

L'ilot Vins Cluny

Du mardi au samedi
de 10h à 18h

0596 60 29 43

cluny@ilotvins.com

L'ilot Vins Marin

Du mardi au vendredi
de 10h à 13h & de 13h30 à 18h

Le samedi de 9h à 14h

0596 68 91 51

marin@ilotvins.com

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE. A CONSOMMER AVEC MODERATION

face. 95% de nos parcelles sont récoltées de façon mécanique pour éliminer la problématique de la pénibilité, nous avons donc besoin de parcelles de grandes tailles, pas trop en pente, et l'urbanisation a les mêmes besoins. Mais, l'urbanisation autour des distilleries pose un véritable problème, il n'y a qu'à regarder la Favorite ou Neisson... Il n'y a pas de respect de l'ère AOC qui devrait être prise en compte dans les projets urbains. L'ensemble des acteurs de l'urbanisation doivent tout simplement respecter la loi. Lorsqu'on déclassé des terres agricoles, il faut penser à la stratégie d'aménagement du territoire, on ne peut pas vouloir l'autonomie alimentaire et laisser prospérer une urbanisation anarchique.

Cependant, aujourd'hui, les 4000 hectares pourraient suffire à la filière canne sucre rhum si le rendement était suffisant. Mais nous manquons de matière première car nous subissons le changement climatique depuis quelques années avec un déficit de pluviométrie.

POUR ÉLIMINER LA PROBLÉMATIQUE DE LA PÉNIBILITÉ, NOUS AVONS DONC BESOIN DE PARCELLES DE GRANDES TAILLES, PAS TROP EN PENTE, ET L'URBANISATION A LES MÊMES BESOINS "



La canne produit sa tige et développe ses racines, le thalle, de juin à novembre, elle a besoin d'eau à ce moment-là. Or, l'année dernière par exemple il y a eu un déficit très important en eau. Certaines régions de Martinique ont connu une perte de 40% de la pluviométrie, comme à Taretane. Dans ces conditions, la canne ne se développe pas comme il faut. Au cours de sa

deuxième phase de production, de décembre à mai, elle fabrique le sucre, c'est la période chaude du Carême et il y a un écart de température entre la nuit et le jour qui lui permet de concentrer le sucre. Nous avons donc une canne sucrée de qualité mais nous n'avons pas la quantité. Ceci est la première cause de baisse de rendement, une bonne qualité de canne mais pas le tonnage suffisant. Cela représente une perte de 20 à 30% du tonnage à l'hectare.

Ça nous oblige à prendre sur nos stocks car le rhum se porte bien sur le plan local avec le retour des touristes après la crise Covid, et nous manquons de rhum pour nos marchés à l'export.

L'autre facteur pénalisant est l'enherbement. Il y a quarante ans, l'agriculture passait par le tout chimique, aujourd'hui il y a une limitation des produits phytosanitaires. La canne n'utilisait que de l'herbicide, cependant les molécules utilisées par le passé doivent être remplacées

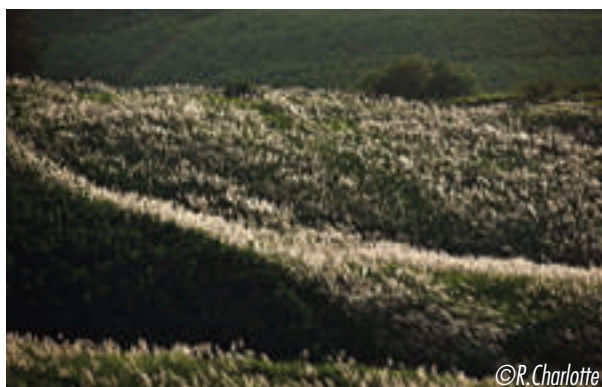


©R.Charlotte

par des produits plus respectueux de l'environnement.

Le problème est que la canne représente une toute petite culture européenne. Avec les Canaris, Madère, la Guadeloupe, nous sommes les seuls producteurs de cannes d'Europe; on parle de culture orpheline. Et la recherche ne travaille pas sur la mise au point d'une molécule plus vertueuse pour la canne, cela n'intéresse pas les firmes phytosanitaires. Du coup, on ne peut plus utiliser d'herbicide mais il n'y a rien pour le remplacer et la canne entre en compétition avec les herbes sauvages. Plusieurs plantes se sont développées dans les cultures, la canne d'eau qui pousse plus vite que la canne; l'herbe à riz; le rubélia, et différentes lianes, on ne peut plus les contrôler. La seule solution actuellement est l'arrachage à la main ! Ce qui, bien sûr, surenchérit le coût de production et rend les conditions de travail difficiles. On peut utiliser un arrachage mécanique entre les rangs mais pas dans les rangs. Cette situation fait perdre du rendement à l'hectare.

Nous produisons 200 milles tonnes et il en faudrait 280 000 pour répondre aux besoins de la production pour l'ensemble de la filière. Ce qui fait que nous avons la canne la plus chère du monde ! Heureusement que notre rhum peut se vendre cher mais les surcoûts ne sont pas pour autant compensés par des aides. C'est la raison pour laquelle nous interpellons l'Etat et la CTM. Aujourd'hui le CTCS (le Centre Technique de la Canne et du Sucre) n'a pas les moyens de remplir ses missions de recherche et développement. Nous demandons un plan canne d'urgence aux autorités pour relancer le volume, financer la recherche et le développement afin de trouver de nouvelles variétés et de nouvelles molécules pour les herbicides. »



©R.Charlotte

« LA STRUCTURATION DES FILIÈRES EST LA CLÉ DE VOUTE DE L'AGRICULTURE EN OUTRE-MER. NOUS N'AVONS PAS BEAUCOUP D'AUTONOMIE, PAS ASSEZ DE CANNE POUR FAIRE DU SUCRE DONC NOUS SOMMES ENCORE LOIN DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE MAIS NOTRE STRUCTURATION NOUS PERMET D'ÊTRE À MÊME DE PROPOSER DES PISTES AUX POUVOIRS PUBLICS ».

La solution pour la filière martiniquaise est de valoriser encore plus son précieux produit et de se serrer les coudes...

Aujourd'hui plusieurs structures locales encadrent, aident et promeuvent la production. Le CODERUM regroupe les producteurs depuis 1960. La SICA Canne Union, créée en 2014, est la coopérative des planteurs. Le syndicat AOC regroupe toute la filière, de la production de la canne à la commercialisation, il veille à la protection de l'appellation obtenue en 1996. Le CTCS, Centre Technique de la Canne et du Sucre porte des missions de recherche, d'évaluation et de contrôle pour la canne, le sucre et le rhum, depuis 1952.

Charles Larcher pense que « la structuration des filières est la clé de voute de l'agriculture en Outre-Mer. Nous n'avons pas beaucoup d'autonomie, pas assez de canne pour faire du sucre donc nous sommes encore loin de la souveraineté alimen-

taire mais notre structuration nous permet d'être à même de proposer des pistes aux pouvoirs publics ».

Le rhum agricole AOC Martinique, leader sur le marché français face aux géants des spiritueux !

Charles Larcher, ardent défenseur de l'excellence du rhum Martinique, se félicite, « Nous manquons de matière première, nous manquons de rhum, mais nous sommes les leaders du rhum sur le marché français et les marchés locaux sont repartis grâce au retour des touristes et à la dynamique du spiritouisme, même s'il manque encore 30% de fréquentation pour revenir aux chiffres d'avant Covid... »

Pourtant, la compétition est rude à l'export et la production martiniquaise si elle est plébiscitée par les connaisseurs de rhum partout dans le monde, sur le marché français et le marché des premiums à l'étranger, doit faire face à de gros producteurs de rhums industriels qui ne font pas dans la dentelle...

« L'hexagone est pour nous notre plus gros marché, le rhum agricole se porte bien en haut de gamme, ce marché est mature, mais il y a d'autres gros producteurs qui se développent sur le marché national. Captain Morgan, Groupe DIAGEO, leader mondial des vins et spiritueux, Havana Club, groupe Pernod Ricard, deuxième mondial, et Bacardi Martini, nous prennent des parts de marché. Il y a par exemple un produit de Captain Morgan qui n'est pas du rhum, mais qui a un packaging qui y fait penser, « Rhum Company ». Ce produit se retrouve dans le rayon rhum et a pris 15% des parts de marché, en cinq ans. C'est un peu comme si on vendait une margarine à la place du beurre au

**LES CARAÏBÉENS
ATTAQUENT AUSSI LE
MARCHÉ SUR LE PREMIUM.
ILS ONT COMMENCÉ PAR
LES CAVISTES, ET ILS SONT
MAINTENANT EN GRANDE
SURFACE AVEC UN RHUM
DE MÉLASSE INDUSTRIEL.**

rayon beurre. Nous sommes leaders sur le marché français mais eux arrivent avec un produit qui n'est pas du rhum dans le même rayon ; et prennent nos parts de marché...

Les caraïbéens attaquent aussi le marché sur le premium. Ils ont commencé par les cavistes, et ils sont maintenant en grande surface avec un rhum de mélasse industriel. Evidemment sans la notion de terroir, on peut faire du rhum industriel partout. Ils développent des packagings attirant pour les consommateurs de rhum, avec des images de piraterie, de la Caraïbe...Le côté positif, c'est qu'au bout d'un moment, les consommateurs re-

viennent à l'AOC car leurs produits sont trop sucrés.

Cependant, Ils rentrent sur le marché européen sans difficulté, puisqu'en retour on leur vend de la technologie européenne. La France a délégué à l'Europe ses frontières, donc c'est l'Europe qui négocie sur les marchés. C'est exactement comme la banane dollar qui envahit le marché européen français au détriment de la banane européenne. Néanmoins, nous sommes toujours leaders, nous continuons à premiumiser sur les rhums vieux, à développer les rhums arrangés, nous sommes toujours en développement.

Et sur le marché international, le plus petit, nous continuons à renforcer nos positions en premium, notamment en Italie, au Benelux, et sur les marchés de l'Est. Et là, nous perdons du chiffre d'affaires avec la guerre en Ukraine, car nous avons des clients russes et ukrainiens. Le rhum agricole de Martinique est présent dans plus de cent pays

dans le monde et sur le marché premium, chez les cavistes, dans les grands hôtels. Nous sommes le premier rhum du monde. »

L'engouement des connaisseurs, des esthètes et des épicuriens pour le rhum agricole de Martinique n'est pas prêt à retomber et les perspectives sont plutôt positives, puisque les tendances de consommation vont vers « le moins boire, mais mieux boire », donc vers les produits de qualité. Le rhum AOC Martinique, avec sa petite production rapportée à l'échelle de la production mondiale de rhum, a su prendre la première place, grâce à son terroir exceptionnel et grâce à la passion qui anime les personnes qui l'élaborent. Il confirme la formule de Voltaire « ...le bon est rare » et fait rayonner la Martinique dans l'histoire des grands terroirs français. ■



©R.Charlotte

BÊTE À FEU

RHUM AGRICOLE ET ARTISAN
50.9%



DISTILLERIE A1710 - HABITATION DU SIMON, 97240 LE FRANÇOIS FWI / WWW.RHUM-A1710.COM
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

■ **MARC SASSIER, PRÉSIDENT DE L'AOC MARTINIQUE**

Ces 25 ans d'AOC du rhum agricole Martinique sont le fruit du travail d'excellence de l'ensemble de la filière

Il aura fallu de patientes démarches et un travail acharné pour parvenir à obtenir et à conserver cette appellation, que le rhum agricole de Martinique est le seul rhum du monde à posséder. Elle l'a classé parmi les alcools les plus nobles liés à une origine géographique, en reconnaissant sa typicité, et ce lien unique entre le terroir et le savoir-faire des hommes, transmis depuis des générations. C'est au sein du Syndicat de Défense de l'Appellation d'Origine Rhum Agricole Martinique, (SDAORAM), couramment appelé Syndicat de l'AOC, que s'élabore l'organisation et la défense de cette appellation. Marc Sassier en est le nouveau président succédant à Claudine Neisson-Vernant.

Ardent défenseur du rhum de Martinique, il est l'un des grands artisans de cet AOC.

Oenologue et ingénieur agronome de formation, **Marc Sassier** est le responsable de la production de la distillerie SAINT JAMES et a été élu président du Syndicat de l'AOC, depuis le 21 juillet 2017.

À la fois représentant de la filière des planteurs de canne à sucre A.O.C de l'île, des distillateurs et des négociants-éleveurs, il œuvre à la défense de l'A.O.C.



Il a pour mission de fédérer les différents professionnels du secteur et de veiller au respect du cahier des charges des rhums agricoles A.O.C Martinique auprès de la Commission Européenne. Marc Sassier est un passionné du rhum et cumule bien des distinctions, dont le titre de Meilleur Maître Rhumier 2016, obtenu lors de la 6ème International Rum Conference à Madrid.

➤ **Marc SASSIER**, président du Syndicat de Défense de l'Appellation d'Origine Rhum Agricole Martinique, (SDAORAM), couramment appelé Syndicat de l'AOC.

LE RHUM AGRICOLE DE MARTINIQUE A OBTENU SON «AOC MARTINIQUE» EN 1996, C'EST LA PREMIÈRE AOC DU MONDE POUR UN RHUM AGRICOLE.

Marc Sassier se souvient du long parcours jusqu'à son obtention. « La demande à l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité) date de 1973 après que la Martinique ait obtenu sa première distinction, le Label Rouge. Dans les années 70, nous étions en pleine crise du sucre, toutes les usines fermaient, c'était une mauvaise période pour la canne et nous

étions mal vus avec nos cannes parmi les plus chères du monde; c'était aussi une mauvaise période pour le rhum. Pour être présent sur le marché, il fallait nous distinguer. C'est la raison de la démarche vers l'AOC, obtenue en 1996. Une démarche très longue puisque l'INAO à l'époque n'était pas compétent dans les DOM. Il a fallu d'abord le rendre compétent et ensuite il a fallu constituer un dossier pour prouver la notoriété du rhum de Martinique.

Ça, nous l'avons depuis longtemps. Enfin, nous avons dû monter le cahier des charges avec les preuves de notre différence. Au départ, nous avons demandé l'appellation pour tous les rhums y compris celui du Galion. Mais, l'INAO n'a pas voulu. L'État a alors créé une nouvelle appellation spécifique, « rhum traditionnel de la baie du Galion » et le Galion a renoncé à l'AOC. Ensuite, il a fallu trouver les critères du rhum agricole, il a fallu décrire un terroir, des experts se sont déplacés, avec une vision élitiste. Si nous avons le meilleur rhum, il fallait avoir les meilleures cannes avec un BRIX (1) assez haut et un rendement maîtrisé, il fallait avoir les meilleures terres... Il y a eu un grand temps d'échanges entre les professionnels et l'INAO. Puis, nous avons dû créer un organisme de gestion, le syndicat de défense d'appellation AOC. On n'obtient pas une AOC comme ça, la preuve de la différence se fait enfin par la dégustation. Toutes les cuvées sont dégustées avant l'appellation. Le jury d'experts que nous avons formé déguste les échantillons de chaque cuvée à l'aveugle. »



UN CAHIER DES CHARGES QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

Si le cahier des charges de l'AOC comporte de nombreuses contraintes c'est pour mieux protéger le produit, selon Marc Sassier, « *On garantit un produit, une tradition, des conditions de production, le respect d'un process, exactement comme le Roquefort, à la base un fromage bleu qui se distingue par son appellation, ou comme le Cognac qui est un brandy. On aimerait bien que le rhum agricole AOC de Martinique finisse par s'appeler le Martinique.* »

A l'heure où la dernière campagne de la canne se termine

UN BILAN PLUS QUE POSITIF POUR L'EXCELLENCE MARTINICAISE !

et que beaucoup s'inquiètent parmi la filière en raison de toutes les problématiques autour de la canne abordées par ailleurs, sécheresse, manque d'irrigation, enherbement et manque de solutions alternatives, pression urbaine, manque de réactivité des élus, Marc Sassier, lui, souligne la réussite du rhum AOC Martinique : « Notre bilan est positif car nous avons réussi à créer une mode. On essaie partout de nous copier, de copier l'alcool agricole, notamment les grands producteurs internationaux de rhums industriels.

On a dû se défendre en justice, en fait c'est la France qui nous défend et l'Europe qui a protégé le terme agricole. C'est très bon contre les concurrents extérieurs qui envahissent le marché.

Nous avons une production de terroir et des lois nous protègent. C'est le cas également avec le problème de la pression urbaine, les terres AOC sont protégées pour ne pas les perdre. En 2020, on a fait une révision et compté 10 à 12000 hectares potentiels d'AOC, on a récupéré 300 hectares ce qui fait que la production a pu être augmentée en 2021. Cependant, cette année, on manque de canne autant pour le Galion que pour les distilleries. »

Si le potentiel des terres AOC existe bel et bien, le foncier n'appartient d'une part pas toujours à la filière, et d'autre part, les communes peuvent préempter les terres. On peut voir les exemples de ce qu'exerce la pression foncière autour des distilleries qui perdent leurs terres comme la Favorite, Dillon qui produit à présent chez DEPAZ, puisque la production de rhum en ville est devenue trop difficile, et Neisson, qui voit des HLM autour de la distillerie grignoter les parcelles. Les critères des terres AOC sont des plus exigeants, « On doit avoir un sol drainant, sans eau stagnante. Pour les sols de bord de mer, il ne doit pas y avoir de remontée de sel, des carottages doivent être effectués par des experts. Les terres d'altitude ne sont pas forcément bonnes car la canne n'y mûrit pas ou donne un côté trop végétal, la fermentation peut-être moins efficace. La terre AOC doit être bien exposée et donner des cannes à bonne maturité avec une bonne richesse en saccharine. »

Marc Sassier évoque la montée en renommée du rhum AOC, « Notre plus grande réussite c'est la mode du rhum agricole.

C'EST LA MARTINIQUE QUI GAGNE

À présent « Martinique » est devenue une valeur ajoutée, notre rhum a une très bonne réputation et c'est une chose positive. On a aussi profité de l'effet barman. Ils ont remis le rhum français au goût du jour. Et c'est aussi une possibilité pour le barman de s'exprimer, lors des concours, ils sont les ambassadeurs de la Martinique. Ils font goûter, font découvrir le goût. Dans le temps, les anglais notamment ne comprenaient pas, ils pensaient le rhum trop fort et maintenant on se l'arrache... Et puis il ne faut pas oublier que cela est bon pour la Martinique car chaque fois qu'on vend une bouteille de rhum, c'est la Martinique qui vend un produit d'exception ! Beaucoup de touristes viennent en visite pour cela. Le spiritourisme a pris beaucoup d'ampleur car on y met de l'esprit, on explique ce qu'il y

a en termes agricoles, il y a une histoire, il y a un patrimoine. Lors des visites de distilleries, tout le monde en profite, les restaurants, les plages, les commerces, les emplois indirects que nous générons ne sont pas comptabilisés mais c'est très important. »

C'EST NOTRE RÉUSSITE EN 25 ANS.

La filière canne et rhum de Martinique a su faire preuve d'une grande solidarité. Selon Marc Sassier, « Notre solidarité a fait notre réussite, sans ça on n'aurait jamais eu l'AOC. Cependant, chaque distillerie a sa patte, son rhum lié à son terroir, ses bouteilles, sa typicité. C'est cette diversité qui donne sa richesse à notre AOC. On aimerait avoir l'adhésion des politiques et de la population. On a une canne propre, qui recycle 25 % de CO₂, on a tout sur place, c'est notre force, alors on profite de nos 25 ans pour présenter les choses

positives. Il y a des pays comme le Japon qui ne savent pas où se trouve la Martinique mais ils connaissent notre rhum. Le prochain objectif c'est entendre dire qu'on prend un Martinique comme on dit qu'on prend un Cognac ! Nous fêtons les 25 ans de notre AOC, pour montrer à tout le monde ce qu'on a fait, ce dont on peut être fier ». ■

(1) L'échelle de Brix sert à mesurer en **degrés Brix (°B ou °Bx)** la fraction de saccharose dans un liquide, c'est-à-dire le pourcentage de matière sèche soluble. Plus le °Brix est élevé, plus l'échantillon est sucré.

Un degré Brix équivaut à 1 gramme de saccharose pour 100 grammes de solution. (In Wikipedia) Une mesure utile pour le distillateur qui permet de savoir si la canne est assez riche ou pas en saccharine.



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

Description

Les Rhums agricoles blancs de la Martinique sont caractérisés par leur limpidité, leur faible agressivité et leur finesse aromatique qui présente des notes fruités (citron, fruits de la passion), floraux (sucre de canne, fleur d'orangé), épicés (cannelle, noix muscade) ou herbacés.

Les Rhums vieux sont caractérisés par leur couleur ambrée à acajou et leur rondeur. Ils présentent des arômes empyreumatiques (boisé, fumé, cacao), épicés (cannelle, vanille) et balsamiques (résine).

Le Rhum est une production où le lien à l'origine est important, certaines appellations pouvant être protégées (Martinique...) mais, où le poids de certaines marques internationales est prédominant (Bacardi, Négrita...). En France, les rhums des départements d'Outre-mer peuvent disposer de la mention Rhum traditionnel pour peu que le Non Alcool soit supérieur à 225 g/hl d'Alcool Pur et bénéficié de l'appellation d'origine simple qui leur réserve les noms Guadeloupe, Réunion, Guyane ou Antilles Françaises.

Voici la présentation du Rhum AOC de Martinique sur le site de l'INAO, Institut National de l'Origine et de la Qualité

Seule la Martinique dispose d'une Appellation d'Origine Contrôlée qui réserve le nom de cette île au rhum agricole qu'elle produit dans le respect des usages locaux.

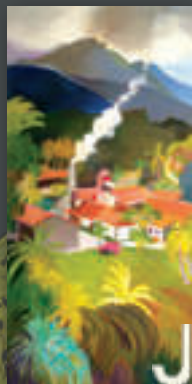
Conditionnement

Les rhums bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée " Martinique " ne peuvent être offerts aux consommateurs, expédiés, mis en vente sans que, sur les titres de mouvement, prospectus, étiquettes, factures, récipients quelconques, l'appellation soit inscrite et accompagnée de la mention " appellation d'origine contrôlée " en caractères très apparents.

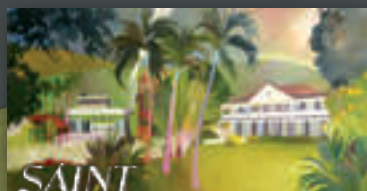
La mention " Rhum agricole " doit compléter le nom de l'appellation d'origine contrôlée dans les documents commerciaux et titres de mouvement. Elle doit figurer sur l'étiquetage dans le même champ visuel que celui de l'appellation d'origine contrôlée " Martinique ".

Dans l'étiquetage, la mention " blanc " ou " vieux " doit être inscrite en caractères très apparents, dans le même champ visuel que l'appellation d'origine contrôlée. Les dimensions des caractères de la mention " blanc " ou " vieux " ne doivent pas être supérieures aussi bien en hauteur qu'en largeur à celles des caractères composant le nom de l'appellation.

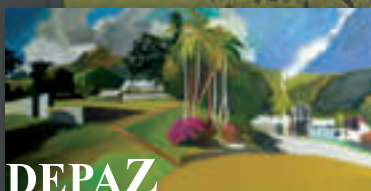
Rhums agricoles de Martinique



J.M
Macouba



**SAINT
JAMES**
Sainte-Marie



DEPAZ
Saint-Pierre



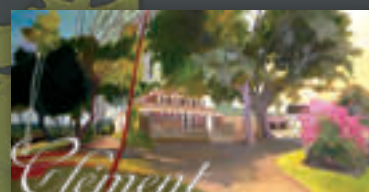
**SAINT-
ETIENNE**
Le Gros-Morne



NEISSON
Le Carbet



La Favorite
Le Lamentin



Clement
Le François



DILLON
Fort-de-France



Le Simon



*Trois
Rivières*
Sainte-Luce

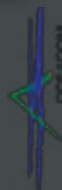


LA MAUNY
Rivière-Pilote

sur le chemin des distilleries

Oeuvres originales et création graphique Catherine Théodose - villametisse.com

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, consommer avec modération





■ **CENTRE TECHNIQUE DE LA CANNE ET DU SUCRE (CTCS)**

“Nous manquons de moyens pour aider la production de canne en ces temps difficiles.”

› Patrice Bellassée, directeur du CTCS

Toute la filière est actuellement impactée par le changement climatique avec des sécheresses récurrentes et un manque d'irrigation grandissant. L'interdiction d'épandre certaines molécules d'herbicide sans trouver d'alternative engendre un enherbement persistant sans solution satisfaisante. A cela s'ajoute le manque de renouvellement des surfaces, l'explosion du coût des intrants liée à la guerre russo-ukrainienne... La disponibilité en cannes AOC est menacée. Et le CTCS qui porte une mission centrale de recherche et développement ne

parvient plus à compenser son manque de moyens. Nous avons rencontré son directeur Patrice Bellassée qui tire la sonnette d'alarme.

Le CTCS porte, depuis 1952, une mission de recherche, d'évaluation et de contrôle pour la canne, le sucre et le rhum. Il est un élément déterminant dans l'élaboration de l'A.O.C. Il coordonne la recherche et le développement pour la filière et fait le lien entre l'administration, les élus et la profession, notamment concernant les aides à la production. Il s'agit d'un établissement semi-public, sous le contrôle financier du trésorier payeur de la Martinique. Son financement provient de sub-



ventions européennes et régionales ainsi que d'une part d'auto-financement émanant des activités de son laboratoire et des cotisations des professionnels. Son laboratoire est accrédité, organisme certificateur pour les spiritueux à la demande de l'INAO, l'Institut National des Appellations d'Origine. Il est notamment intervenu dans la mise en place de l'AOC et de son cahier des charges. Le centre assure une mission d'accompagnement et de suivi agrono-

mique auprès des planteurs. Par ailleurs, il intervient sur la sélection variétale, c'est-à-dire l'introduction de nouvelles variétés, ce qu'on appelle le flux variétal, pour éviter l'adaptation des maladies.

Car le CTCS est pionnier dans

« CEPENDANT, DANS LE CONTEXTE DE CRISE ACTUEL, LES MOYENS ATTENDUS POUR LA RECHERCHE, NOTAMMENT POUR LA LUTTE PRIORITAIRE CONTRE LES ADVENTICES QUI ENVAHISSENT LES CHAMPS, TARDENT TROP. »

la lutte biologique contre les ravageurs de la canne, ce qui a permis l'arrêt des pesticides dès les années 50. A ce titre il mène une mission de service public dans la recherche des « bonnes pratiques environnementales ».

Patrick Bellassée regrette le

temps long de l'administration incompatible avec les avancées scientifiques et l'urgence de la situation, « Nous avons un enherbement des cannes tout à fait spécifique et le retrait des molécules traditionnelles des herbicides utilisées auparavant, oblige à un entretien manuel pour le moment. Nos demandes de financement pour expérimenter des solutions vues ailleurs n'ont pas encore abouti. Il y a des solutions à trouver avec le désherbage mécanique comme les enjambeurs qu'on utilise dans les vignes, il faut développer ces technologies en sachant qu'il est compliqué d'intervenir au niveau du rang de cannes. Mais les temps de réponse à nos demandes de financement sont trop longs, et les techniques avancent pendant ce temps. Si on veut y arriver, il faut aller plus vite car on ne peut pas avancer les sommes très importantes que

LA CANNE EN BREF

La canne à sucre est une plante vivace elle repousse spontanément après chaque coupe. Mais, au bout de quelques années (4 à 7 ans), la plante vieillit et il faut la remplacer.

On arrache les vieilles souches et l'on prépare des sillons dans lesquels seront placées des boutures (morceaux de tiges de canne d'environ 30 cm possédant en général trois bourgeons ou yeux) qu'on recouvre de terre.

Très vite, les premières pousses vont apparaître mais il faut attendre environ un an pour que la canne parvienne à son cycle de floraison. Celui-ci dure de deux à trois mois, et sa fin annonce l'achèvement de la croissance et l'arrivée à maturité de la plante.

C'est à ce moment-là qu'intervient le mécanisme de la photosynthèse qui, sous la double action de la sécheresse et de la fraîcheur nocturne, aboutit à la formation de saccharose.

(In BOKANN)

LE CTCS EN BREF

De sa création en 1952 à ce jour, le Centre Technique de la Canne et du sucre assure, parmi ses différentes missions de recherche - développement, la sélection et la mise à disposition de la profession de variétés de canne adaptées aux différents terroirs et conditions de production de la Martinique.

Plus de 600 variétés sont mises en comparaison sur la station du CTCS, au Lamentin.

Ce pool est alimenté par l'importation annuelle d'une cinquantaine à une centaine de clones présélectionnés, provenant du réseau caribéen de sélection du CIRAD de la Guadeloupe et d'une dizaine d'autres stations au niveau international.

nécessite cet outillage. En attendant d'avoir les financements pour la recherche, il faut extraire ces mauvaises herbes très difficiles à enlever, à la main. Nos moyens sont de plus en plus limités. »

Autre solution à cet enherbement féroce qui par endroit étouffe littéralement la canne, trouver des variétés à la croissance plus rapide et moins gourmandes en eau dans le contexte de baisse de la pluviométrie. Le directeur du CTCS explique : « On continue à développer les variétés réunionnaises qui poussent très vite et évitent l'enherbement.

L'IRRIGATION INDISPENSABLE POUR LES PLANTATIONS DU SUD...

On recherche des cannes qui se développent rapidement, ce n'est pas acquis génétiquement chez les plantes. Des cannes qui s'adaptent à la sécheresse aussi; pour cela il faut plusieurs années de recherche parfois. On continue dans la démarche qualité, la recherche et le développement car le principal problème devient la disponibilité en canne ! »

« Il va falloir trouver du financement pour organiser des retenues collinaires pour l'irrigation.

LA FILIÈRE DOIT ÊTRE ACCOMPAGNÉE PLUS QUE JAMAIS...

Il faut avoir l'eau au moment de la croissance, avoir l'eau

au bon moment. Nous avons de gros problèmes dans le sud, avec des pertes de tonnage, en raison du manque de disponibilité de la ressource en eau. Les récoltes diminuent d'année en année. Nous sommes autour de 4000 hectares de canne il faudrait arriver à 4500 hectares dans les cinq prochaines années. »

Patrick Bellassée tire la sonnette d'alarme, « Il nous faut absolument un plan quinquennal avec un processus qui renforce la production, avec une aide à l'arrachage, une irrigation renforcée. Il s'agit de stabiliser la production existante sur des terres mécanisables et adaptées à la canne. Nous sommes dans une production d'excellence, mais cela comporte pas mal de contraintes en matière de cahier des charges. Si l'on veut valoriser

ce que l'on a il faut être en mesure d'accompagner la production. Si le déficit hydrique s'accroît, si l'enherbement s'accroît, si nous n'avons pas les moyens pour la recherche et pour les essais, dans le cadre des bonnes pratiques de production, nous n'aurons plus

SE SERRER LES COUDES...

assez de récoltes. Et si nous n'avons plus assez de canne, cela peut provoquer la perte des contingents au profit de la Guadeloupe. Nous sommes très inquiets dans la filière... »

La canne à sucre est une petite culture « orpheline » qui n'intéresse pas les firmes de produits phytosanitaires car elles travaillent plutôt sur les grosses productions

comme les céréales, d'où la nécessité d'une coopération interrégionale sur les problématiques communes et sur la recherche. D'autant que le CTCS est l'un des laboratoires les mieux équipés de la Caraïbe. D'ores et déjà, une expérimentation devrait avoir lieu avec l'utilisation de drones pour surveiller les plantations en manque d'irrigation ainsi que des recherches vers un désherbage mécanique. ■



Trois Rivières

Médillé d'or à IWSC 2020

Concours international des vins et spiritueux de Londres



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

■ SICA CANNE UNION

"... Une même voix pour tous les planteurs"

La société collective d'intérêt agricole (SICA) de la filière canne à sucre a été créée en 2014 pour donner plus de force à l'ensemble des planteurs de canne, petits et grands. Cette structure a la vocation d'assister les planteurs, de mutualiser les moyens et de soutenir la production. Elle est une interface entre les agriculteurs et les autorités administrative. Cependant, les problématiques de déficit de canne qui avaient incité à sa création, demeurent et s'amplifient dans le contexte du changement climatique et de la sécheresse. Et pour cette culture qui est actuellement l'une des plus vertueuses sur le plan environnemental, les contraintes non adaptées par les autorités, pèsent lourd.

➤ Justinn Céraline, président de Sica Canne Union



« *Si pa ni Kann, pa ni Ronm !* » avait dit la présidente du syndicat AOC, **Claudine Vernant Neisson**, lors de la création de la SICA...C'est dire le rôle central dans la filière agricole de la Martinique de cette production qui ne cesse de rencontrer des difficultés. **Nous faisons le point avec Justin Céraline, son président, à propos de l'état de cette production indispensable.**

Antilla : Nous arrivons à la fin de cette campagne 2022 qui est symbolique puisqu'elle marque les 25 ans du rhum AOC de Martinique. Comment s'est-elle déroulée ?

Justin Céraline : La campagne n'est pas encore totalement terminée (début juin), nous attendons encore les chiffres des planteurs mais on peut déjà dire que nous avons eu des conditions climatiques excellentes pour cette ré-

colte, avec un temps très sec. Par contre, on sait déjà que les tonnages ne sont pas au rendez-vous parce que depuis plusieurs années, on subit dans le sud des sécheresses très dures. Notamment en 2021, ce qui forcément aura une incidence assez dramatique sur les volumes 2022. On constate lors des dernières récoltes que nous avons une belle richesse saccharine pour les trois quarts de la récolte mais le reste est trop sec. Dans le Centre et le Nord de la Martinique on a eu de belles cannes, mais dans le Sud les cannes sont sèches, leur croissance a été stoppée par la chaleur arrivée trop tôt.

Antilla : La sécheresse et le changement climatique ne sont pas les seules difficultés de la filière. Quels problèmes rencontrez-vous dans la

LE PRÉSIDENT MACRON S'ÉTAIT ENGAGÉ À NE PAS NOUS PRIVER DES DÉSHÉRBANTS TANT QUE LA RECHERCHE NE TROUVERAIT PAS DE SOLUTION.

production ?
Justin Céraline : Depuis plusieurs années, nous avons un problème d'enherbement auquel la recherche n'a pas encore apporté de solution. Pourtant, le président Macron s'était engagé à ne pas nous priver des désherbants tant que la recherche ne trouverait pas de solution, mais on ne peut plus se servir des molécules qu'on utilisait par le passé. On s'est déplacé sur différents salons pour trouver la solution pour la canne haute sans succès, car la canne est une production orpheline qui n'intéresse pas les firmes de produits phytosanitaires. Il faut savoir que la canne n'utilise pas de produits phytosanitaires sauf du désherbant. Du coup, on a un gros problème sur le rang parce qu'à part l'extirpation



manuelle, il n'y a pas de solution. Et là, nous rencontrons un autre problème lié à la main d'œuvre ; nous manquons de main d'œuvre. Il y a une main d'œuvre étrangère émigrée prête à travailler comme les haïtiens, mais nous n'obtenons aucune dérogation du gouvernement pour faire travailler légalement ces populations. Alors qu'en France, on sait bien que pour les périodes de grosses récoltes, comme les vendanges, on embauche des marocains ou autres émigrés. Ici, pour sauver notre culture, on ne trouve personne pour travailler, il y a une pénurie de personnel et donc l'extirpation manuelle devient un problème. On ne va pas s'en sortir à la pince à épiler, dans les hautes cannes, c'est un peu comme si l'humanité devait s'en sortir sans pharmacie, on ne peut pas s'en sortir sans déshe-

bant. Finalement, nous sommes victimes d'un principe de précaution vis-à-vis des produits phyto, à cause de ce que l'on a connu avec le chlordecone, mais ça n'a rien à voir, on mélange tout, ça devient politique et donc nous n'avons pas d'autre solution.

Antilla : Pourtant, on parle de la canne comme d'une culture éco-responsable.

Justin Céraline : La canne que nous avons à la Martinique, pourrait servir d'exemple dans la lutte biologique des ravageurs, nous n'utilisons plus de pesticides depuis longtemps. Concernant l'utilisation des herbicides, il s'agit d'une utilisation ponctuelle lors de sa

croissance, ensuite nous utilisons un peu d'engrais chimique à un certain moment. Cependant, la canne est l'une des meilleures cultures environnementales par rapport à sa restitution au sol de matière organique, elle améliore la texture du sol, ainsi que dans sa capacité d'absorption du CO₂. Il faut avoir conscience de l'intérêt environnemental de cette culture qui est la moins utilisatrice de produits phyto.

LA CANNE EST UNE PRODUCTION ORPHELINE QUI N'INTÉRESSE PAS LES FIRMES DE PRODUITS PHYTOSANITAIRES. IL FAUT SAVOIR QUE LA CANNE N'UTILISE PAS DE PRODUITS PHYTOSANITAIRES SAUF DU DÉSHÉRBANT.

Et il y a des solutions à l'enherbement. Par exemple, il y a un prototype de désheurtant mécanique entre les rangs. Et il faudrait que la recherche s'y mette pour trouver un herbicide sélectif appliqué au début du cycle de la canne et qui

puisse intervenir à l'intérieur du rang de canne. En attendant, la chose urgente que nous demandons c'est de nous permettre d'embaucher dignement les personnes étrangères qui sont là. Ensuite, il y a aussi un gros travail à faire auprès des martiniquais pour améliorer l'image du travail de la canne. Il faut que la population s'approprie la culture de la canne.

Antilla : La canne peut-elle aussi servir de biomasse dans la perspective des énergies vertes ? Car la Martinique ne produit pas assez de biomasse pour l'usine d'Albioma qui est obligée d'importer.

Justin Céraline : Bien sûr puisque la canne permet aux distilleries d'être autonomes en énergie grâce au brûlage de la bagasse. C'est aussi une source de biomasse pour l'usine Albioma. Et si nous ne produisons pas assez de biomasse, il y a quand même une filière bois et bambou à mettre en place pour en produire. On importe les choses parce qu'on n'y travaille pas assez sur place.

Antilla : Justement, comme l'AOC est lié au terroir et donc à sa canne, la perspective d'importer de la canne pour pallier au manque de rendement est impossible. Du coup, est-ce que les autorités ont compris que les difficultés des planteurs impactent toute la filière rhum et sucre ? Avez-vous le sentiment d'être entendus ?

Justin Céraline : Il n'est pas question d'importer de la canne puisque nous savons produire de la canne. Il faudrait simplement qu'on nous donne les moyens de produire davantage de canne, il suffirait qu'on puisse augmenter les tonnages à l'hectare. Et pour cela, il nous faut aussi des moyens pour irriguer et entretenir nos cannes convenable-



ment, ce serait suffisant pour le rhum et le sucre. Mais nous ne sommes pas assez entendus.

On a sensibilisé les élus, en espérant peser dans les stratégies qu'ils mettent en place autour de la nouvelle politique agricole. On entend beaucoup parler d'autonomie alimentaire, mais si nous n'avons pas assez de canne pour satisfaire le galion et les rhumiers, nous en sommes encore loin !

« LES PETITS EN SE REGROUPANT PÈSERONT AUTANT QUE LES GROS »

Antilla : Est-ce que la SICA pourra peser dans les décisions et l'élaboration des solutions car elle représente tous les planteurs ou presque ?

Justin Céraline : Nous avons réussi à mettre ensemble toutes les catégories de planteurs avec les mêmes avantages, pour les grands et petits planteurs. Certains n'ont pas pris encore leur adhésion,

➤ *Brûlage de la bagasse*

mais tout le monde est bénéficiaire des actions que nous menons et des avantages que nous obtenons.

Cependant, nous sommes inquiets, nous avons le sentiment que la stratégie de développement de la diversification doit se faire au détriment de la canne et de la banane et nous devons convaincre que ce n'est pas la bonne stratégie. Les bons moyens ne sont pas mis en œuvre. Nous ne ressentons pas une volonté affichée d'aider la filière. Il faut mettre les moyens pour qu'il y ait de nouveaux planteurs, pour le renouvellement du potentiel des surfaces en canne. La CTM nous demande un plan canne, que nous préparons pour le développement de la canne qui, rappelons-le, est la matière première de l'industrie rhumière et sucrière ! ■

Clément
— R H U M —

Photo : Dan Beal

CANNE *bleue*

2021

L'Étincelante

Pour célébrer la richesse aromatique de ce rhum blanc monovariétal AOC Martinique, l'édition Canne Bleue 2021 dévoile un nouvel écrin aux mille et une paillettes. Découvrez les notes de fleur d'oranger, de canne à sucre et de fruits tropicaux et sublmez vos traditionnels Ti'Punch et cocktails d'exception.



[f](#) [t](#) [@](#) /rhumclement

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

■ AGRI CANNE

«Le secteur souffre d'un manque de cannes, d'eau et d'un peu de désherbant...»

Un élément indissociable de la filière, objet de ce magazine, est bien la canne. Elle est à la base de tout ! Nous avons voulu en savoir plus et avons rencontré Jean-Michel Hayot, directeur général et fondateur de la société Agri Canne, 1er producteur de l'île, qui exploite avec 40 salariés, 450 hectares, et produit 35.000 tonnes de cannes. Avec lui, vous découvrirez les difficultés rencontrées, les attentes d'un planteur, mais aussi sa fierté de faire ce métier et d'appartenir à la grande famille des planteurs de canne à sucre.



➤ Jean-Michel Hayot, directeur général et fondateur de la société Agri Canne

Depuis quand existe Agri Canne ?

Agri Canne est une société dont l'objet est de cultiver et de produire la canne à sucre que nous livrons à l'Usine du Gailion, qui à elle seule représente 50% de notre production. L'autre moitié est livrée aux différentes distilleries, essentiellement à celle du Simon au François et à la distillerie JM. Bien que nous n'existions sous cette dénomination que depuis une dizaine d'années, nous évoluons dans les cannes depuis plus de deux générations.

Est-ce un métier dur ?

L'agriculture en elle-même est un métier dur puisqu'on affronte les éléments de la nature, les cyclones, les aléas climatiques mais c'est un métier très intéressant, avec beaucoup de relations à l'intérieur de l'entre-

prise, de management, de contacts, de mécanisation... mais c'est un métier tellement passionnant !

Il y a-t-il eu ces dix dernières années, une modification du volume de cannes récoltées ?

Il y a une diminution des cannes produites à la Martinique. Ce serait bien pour tout le monde que cette tendance puisse être inversée.

Y a-t-il différents types de plantations ? Les cannes sont-elles uniformes, comment faites-vous pour les parcelles AOC ? Il y a-t-il un suivi ?

Oui, nous avons différents types de parcelles. C'est le syndicat AOC (ndlr : présidé par M. Marc Sassier) qui décide des parcelles AOC et de celles

qui ne le sont pas. Une révision de la surface AOC se fait régulièrement. Par exemple, une s'est faite il y a quelques années et s'est terminée l'année dernière, avec une augmentation des parcelles. Une fois attribué, c'est bloqué : les parcelles peuvent faire des cannes et du rhum AOC ; les parcelles non AOC ne peuvent pas faire du rhum AOC.

Sur les parcelles AOC, il y a un suivi très strict. Chaque camion de cannes qui quitte la propriété est identifié, on sait où les cannes ont été coupées, quel jour et où elles sont livrées, ainsi que la variété de cannes. A la distillerie, le distillateur est en mesure de dire que tel lot vient de telle plantation, qu'il a été coupé sur telle parcelle, et quelle variété de cannes. Il existe plusieurs types de cannes en Martinique qui sont toutes répertoriées par le Centre Technique de la Canne et du Sucre (CTCS). Les planteurs choisissent les variétés en fonction de ce qu'ils recherchent, en l'occurrence en fonction de leur sol, de leur pluviométrie, et de leur tolérance à la mécanisation...

> ...sur la route de l'aéroport

Qu'en est-il de la récolte 2022, avez-vous rencontré des difficultés différentes par rapport aux années précédentes ?

Nous avons eu une mauvaise récolte parce qu'il a fait très sec depuis septembre de l'année dernière, et on le voit très bien sur les courbes pluviométriques. Les cannes ont manqué d'eau et ont été en stress hydrique. Les tonnages ont été mauvais. Ce n'est pas une année catastrophique pour nous, mais ce n'est pas une bonne année ; l'année d'avant était meilleure.

IL Y A UNE DIMINUTION DES CANNES PRODUITES À LA MARTINIQUE. CE SERAIT BIEN POUR TOUT LE MONDE QUE CETTE TENDANCE PUISSE ÊTRE INVERSÉE.

Pourtant qui dit sécheresse dit facilité pour les engins qui peuvent mieux circuler ?

Quand il fait sec pendant la récolte, on est très content. Mais quand il fait sec, depuis le mois de septembre, on l'est moins. Or de septembre à janvier, il a fait trop sec et la canne qui est censée recevoir de l'eau pour pousser, a été en manque d'eau et n'a pas bien poussé. Quand la récolte commence en janvier, il faut qu'il fasse très sec pour deux raisons.

- D'abord, tout va mieux quand il fait sec : le sol est porteur, les tracteurs avancent, il n'y a pas d'accident, les rendements sont bons, ça marche très bien.

- La deuxième chose, c'est que la canne fait son sucre quand elle est en manque d'eau. Il faut donc qu'à partir du mois de décembre, qu'elle soit en manque. S'il pleut en janvier, février, mars, c'est catastrophique



car la canne est à peine sucrée et ne vaut pas grand-chose.

La qualité de la canne est vraiment très dépendante des caprices du temps, du changement climatique ?

Absolument. Même quand notre travail est bien fait, que tous les paramètres ont été mis pour que le produit soit bon, il faut que la nature nous aide : il faut avoir de l'eau à un moment, du soleil et du sec à un autre moment.

Quelles sont les principales difficultés rencontrées dans votre métier ?

Le grand problème de la canne aujourd'hui c'est le contrôle de l'enherbement. Au fur et à mesure des années, on nous a enlevé des désherbants. Nous essayons donc de nous adapter, mais nous avons du mal à lutter contre les mauvaises herbes dans les champs. Nous sommes obligés de revenir à l'arrachage d'herbe à la main avec des "houes" et des coutelas ; ça coûte cher, ce n'est

pas valorisant pour les salariés, ce n'est pas un métier intéressant et ça nous baisse nos rendements. On essaie avec de nouvelles techniques comme l'élargissement des rangs, on mécanise beaucoup, on fait rentrer de petits tracteurs, mais on n'y arrive pas très bien, pour le moment.

La deuxième chose qui nous manque de façon cruciale, depuis de nombreuses années, **c'est de l'eau**. Il nous faudrait trouver une solution pour avoir plus d'eau, soit en augmentant le barrage de la Manzo, soit en en faisant un autre dans le sud, soit en réalisant des forages. Nous avons commencé à le faire mais ça coûte cher et nous ne trouvons pas beaucoup d'eau. Peut-être qu'en multipliant les forages on pourrait y arriver. Il y a un problème réel d'eau dans le sud de la Martinique pour toutes les cultures, y compris pour la canne.

On dit pourtant qu'à la Martinique il y a de l'eau !

Il y a un peu d'eau. Certains mois de l'année, il y en a trop et elle part à la mer, on ne peut pas la stocker, et d'autres mois, il manque de l'eau ; c'est là le problème.

Vous êtes basé sur le Lamentin, il y a des rivières, il y a la Lézarde, pourquoi ne captez-vous pas l'eau de la Lézarde ?

En effet, nous captions l'eau de la Lézarde, mais à un moment elle est sèche. **Il faut savoir qu'on ne prend pas l'eau de rivière comme cela.** Il y a



des autorisations, des compteurs ont été mis en place, l'eau captée nous est facturée, et les prélèvements sont contrôlés.

A certains moments, des arrêtés préfectoraux nous précisent à quelle heure prélever, et nous n'avons pas le droit ni de l'assécher complètement, ni de modifier le cours de l'eau. C'est très contrôlé, ça nous va très bien, mais la ressource est de plus en plus rare.

Quelle est l'autre solution pour trouver de l'eau ? Les stations d'épuration sont une source d'eau.

Aujourd'hui, nous en avons une sur notre propriété du Lamentin mais qui malheureusement relâche l'eau en rivière ; nous sommes en train de nous organiser afin de pouvoir la récupérer, et espérons y arriver.

Nous la récupérerions dans un étang d'où on la repomperait pour la mettre dans les champs. Ce serait une des solutions.

Il faut que toutes les solutions avancent : les forages, peut-être l'augmentation de la Manzo, ou un autre petit bassin. Il n'y a pas que la station d'épuration de Gaigneron, il y en a d'autres dans le nord de la Martinique.

Comment font les autres planteurs qui ne sont pas raccordés à la Manzo ?

Dans la région sud, presque tous les planteurs sont raccordés à la Manzo. Dans le nord, ils ont moins de problème que nous, car il pleut plus. Le problème de l'eau est crucial dans la partie sud du département. A partir du François, il y a la Manzo, sauf dans l'extrême sud où elle arrive péniblement.

La Manzo a été un outil de développement extraordinaire dans les années 70/80.

Aujourd'hui, elle est un peu insuffisante parce qu'elle est victime de son succès. Il faudrait pouvoir augmenter sa capacité de façon à satisfaire aux besoins de l'agriculture et aux besoins du développement de l'agriculture.

Comment êtes-vous taxés ?

Comme toutes les entreprises. Cependant, depuis quelques mois, depuis la guerre en Ukraine, nous sommes très préoccupés par l'inflation dans les produits que nous utilisons, en particulier

> La rotation de culture, ici du Maïs

dans les engrais ; bien sûr aussi dans le carburant. Les tracteurs et les machines à couper la canne consomment beaucoup de gas-oil, mais les engrais ont augmenté de plus de 50% en moins d'un an, c'est une inflation considérable. Ne pas mettre d'en-

grais serait suicidaire !

Nous essayons de pallier un peu avec les systèmes de compost, mais c'est difficile car ils sont moins riches et leurs prix augmentent aussi. Nous sommes vraiment préoccupés par

LA DEUXIÈME CHOSE QUI NOUS MANQUE DE FAÇON CRUCIALE, DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES, C'EST DE L'EAU. IL NOUS FAUDRAIT TROUVER UNE SOLUTION POUR AVOIR PLUS D'EAU, SOIT EN AUGMENTANT LE BAR-RAGE DE LA MANZO, SOIT EN EN FAISANT UN AUTRE DANS LE SUD, SOIT EN RÉALISANT DES FORAGES.

l'inflation.

Comment vendez-vous vos cannes à vos différents clients ?

Nous vendons la canne par tonne, avec une pondération sucre. Sucrée, elle est vendue plus cher, dans le cas contraire elle est vendue moins cher, ce qui est normal

viàATV



FACE *à* FACE

CHAQUE SOIR 18H40

PHILIPPE DISER

puisqu'on vendons une matière sucrée. C'est à partir du sucre contenu dans le jus de la canne que le Galion fait son sucre et du rhum et aussi que les distilleries fabriquent leurs produits. Plus la canne est sucrée, meilleure elle est pour les distilleries et elles la paient plus cher.

Le prix de la canne est négocié tous les ans en début d'année. Chacun négocie avec son outil industriel et on harmonise cela entre nous. Ça se passe très correctement. Pour être honnête, ces dernières années, le prix de la canne a été bien revalorisé. Il faudra que cela perde parce que les distillateurs et l'usine manquent de cannes. Ils veulent qu'on augmente la production mais il va falloir aussi augmenter le prix.

Y a-t-il suffisamment de cannes en Martinique ?

NON. Nous manquons de cannes en Martinique, c'est valable pour tout le monde et en particulier pour le Galion. Le Galion a eu 30.000 tonnes de cannes cette année, c'est largement insuffisant, il faudrait qu'il remonte à 60.000 tonnes, tonnage d'il y a 15 ans.

C'est la seule usine de sucre à la Martinique, une très belle usine, très visitée. C'est un outil industriel magnifique, qui entretient les campagnes et les petits planteurs autour, elle est inscrite dans le tissu industriel de la Martinique, ce serait dommage qu'un jour elle rencontre des difficultés graves.

S'il manque de la canne au Galion pourquoi ne pas en produire plus ?

C'est parce qu'il n'y a pas beaucoup de terres libres, elles sont encore très

occupées. La banane s'est beaucoup développée depuis quelques années, nous cherchons des terres, et nous ne sommes pas les seuls, mais nous n'en trouvons pas. Il faut des terrains assez grands d'au moins 5 hectares, relativement plats avec un peu d'eau, mais pas trop.

Pouvez-vous nous parler de la rotation de culture ?

La rotation de culture est un outil très important dans l'agriculture. Une fois qu'on a fini une culture, on en met une autre, cela enrichit le sol, et fait que la plante ne consomme pas les mêmes éléments nutritifs, donc cela n'appauvrit pas le sol. Quand on revient quelques années après, on retrouve un sol rafraîchi, neuf et vierge ; à ce moment la culture repart bien et on retrouve un bon tonnage, c'est très important. Tout le monde n'a pas la chance de faire plusieurs cultures, on peut aussi faire une jachère mais il faut qu'elle dure un an ou un an et demi. Le problème c'est qu'avec la jachère c'est zéro revenu. C'est très important de ne pas faire la même culture, c'est vrai pour toutes les cultures, en banane aussi. On ne peut pas faire de la monoculture indéfiniment.

Chaque fois que nous le pouvons, ce qui n'est pas systématique, nous faisons une rotation de

culture avec du maïs, de l'herbe pour les bœufs que nous vendons. Nous en faisons aussi de temps en temps avec la banane, mais sur des cycles plus longs de 6 ou 7 ans, mais

l'avantage du maïs ou de l'herbe est que leurs cycles sont de moins d'un an, ça va beaucoup plus vite.

Le mot de la fin ?

D'une façon générale, l'agriculture est un très beau métier ; la canne est un métier très agréable, l'ambiance dans la filière est très bonne. Nous avons eu récemment notre assemblée générale à **Canne Union** (ndlr : voir article dans ce magazine), l'ambiance est très bonne entre planteurs et avec nos clients distillateurs et l'usine du Galion. **Nous faisons une très belle profession, ce serait dommage qu'on ne nous laisse pas nous développer, qu'on ne nous donne pas, même un tout petit peu de dés-herbant, un tout petit peu de produits chimiques pour nous permettre de lutter contre les mauvaises herbes. On ne pourra pas s'en passer.**

Je sais que ce n'est pas très bien, mais **il faut quand même réaliser que l'agriculture ne peut pas être bio à 100%, sinon on le ferait depuis longtemps.** Qu'on réduise les produits, certes c'est très bien, mais **il ne faudrait pas arrêter tous les produits chimiques.** Il faut quand même un minimum, bien utilisé : avec des protections pour les ouvriers, pour ne pas mettre leur santé en danger, que les produits ne se retrouvent pas dans les rivières, qu'il n'y ait pas d'écoulement. Mais **il faut un minimum de produits chimiques,** pour lutter efficacement contre les mauvaises herbes qui nous envahissent de plus en plus. ■

NOUS MANQUONS DE CANNES EN MARTINIQUE, C'EST VALABLE POUR TOUT LE MONDE ET EN PARTICULIER POUR LE GALION.

SAIN'T JAMES[®]

CARRÉMENT PURE CANNE



SIREN 392252953



LA DISTILLERIE SAINT JAMES ÉLABORE DEPUIS 1765 DES RHUMS AGRICOLES À PARTIR DU PUR JUS DE CANNE ISSU DE SES PLANTATIONS.
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

■ DISCOURS FONDATEUR DU SPIRITOURISME

Le rôle de la Distillerie agricole dans le cadre d'un **tourisme culturel à la Martinique**

Nous avons choisi ici de publier de très larges extraits d'un article paru dans Antilla il y a 20 ans ! Selon nous, ce que disait Monsieur Fayad est primordial afin de comprendre la place prépondérante de notre filière Canne - Sucre - Rhum à la Martinique. Important et tellement réel que ce discours prononcé lors d'un colloque au domaine de Fond Saint-Jacques le 11 janvier 2002, devant un public médusé, n'a pas pris une seule ride depuis 20 ans !

Philippe Pied



« Quand j'ai commencé à parler du tourisme culturel il y a de cela une dizaine d'années, il ne s'agissait pas pour moi d'anticiper sur une nouvelle mode ni sur une nouvelle tendance reconnue aujourd'hui partout dans le monde.

Il s'agissait pour moi de trouver une nouvelle démarche économique et commerciale pour le tourisme martiniquais qui jusqu'ici s'est contenté de vivre sur sa rente de situation climatique en un tourisme intégré et porteur d'avenir. Depuis un certain nombre d'années, la Martinique mène une politique touristique digne de ce nom, et pourtant malgré tous les efforts qui ont été entrepris pour nous équiper en infrastructures d'accueil c'est-à-dire en chambres d'hôtel, en port, en aéroport, en golf, en terminal de croisière, en palais des congrès, en casino, en formation de nos chauffeurs de taxis et de nos hôtesses, malgré notre situation climatique et géographique favorable, notre stabilité

sociale et politique, notre présence remarquée dans les grands rendez-vous du tourisme international, les résultats obtenus ne sont toujours pas à la hauteur de nos espérances et malheureusement bien en-dessous de ce que nous pourrions attendre.

Force est de constater que mettre en place des infrastructures d'accueil et faire venir des touristes à grands frais n'est pas une fin en soi.

Peut-être faudrait-il aujourd'hui se poser un certain nombre de questions élémentaires certes mais fondamentales quand même.

Pourquoi faisons-nous du tourisme à la Martinique ?

Pourquoi faisons-nous venir des touristes à la Martinique ?

Pour répondre à ces questions, je vous dirais, souvenez-vous, nous avons tous été touristes nous-mêmes et nous connaissons l'agréable sentiment de trouver au cours de notre voyage un produit authentique du pays visité, haut de gamme, non

► **MICHEL FAYAD**, professionnel du tourisme et directeur du Musée du Rhum Saint-James depuis 30 ans.

périssable, capable d'être offert à un ami cher ou d'être ramené comme un souvenir de voyage.

Il faut donc replacer le tourisme dans sa vraie dimension, à savoir que la finalité d'une politique touristique est d'accompagner une économie, de soutenir une production locale, et à terme de vendre les produits du terroir.

Et le produit ce n'est pas la Martinique comme on le dit souvent par abus de langage, le produit c'est le Rhum de la Martinique, car lui et lui seul représente le symbole de l'histoire de notre île.

LES 19 INTÉRÊTS DE LA FILIÈRE...

Le Rhum de la Martinique possède tous les avantages possibles et imaginables d'un produit touristique phare, et la distillerie agricole souvent oubliée comme un produit touristique et considéré naguère comme en voie de disparition répond depuis déjà de nombreuses années à cette attente chez le visiteur avec en plus un certain nombre d'atouts considérables de choses magnifiques à voir et à apprendre.

L'intérêt premier de cet instrument touristique est qu'il se confond totalement avec notre histoire, je veux dire celle des plantations et des habitations. L'histoire de la Martinique a commencé par trois siècles de monoculture de la canne, de fabrication du sucre, et de la distillation de Rhum.

Le deuxième intérêt de la distillerie est que sa vocation première n'est justement pas touristique, mais simplement industrielle d'où son authenticité et par conséquent son attrait.

Le troisième intérêt est que c'est une industrie de fabrication presque spécifique à la Martinique et de qualité reconnue.

Le quatrième intérêt est qu'elle met en avant et en scène un facteur

important, à savoir la dimension humaine.

Le cinquième intérêt est l'arrivée de ce Rhum en 1996 en Appellation d'Origine Contrôlée a accru de façon considérable le succès de la visite de la distillerie par des visiteurs de toutes provenances. L'AOC étant une garantie de qualité indiscutable et reconnue au niveau international. Nous produisons le seul Rhum AOC du monde.

Le sixième intérêt est que la distillerie est une industrie du siècle des machines à vapeur sans grande modification depuis, et que sa visite représente un voyage à travers le temps non reconstitué et donc très impressionnant.

Le septième intérêt est que la bagasse utilisée comme combustible pour alimenter les chaudières représente une avancée considérable en matière de recyclage de déchets, d'économie d'énergie et d'autonomie énergétique, tout cela apparaît comme un exemple de progrès écologique particulièrement moderne et très prisé en ce moment.

Le huitième intérêt est qu'il s'agit d'un produit sans concurrence au niveau international. La Martinique est dépositaire de son Rhum Agricole AOC. Son prix ne pouvant être comparé aux autres rhums industriels fabriqués par nos voisins caribéens et internationaux.

Le neuvième intérêt est que l'achat de ce Rhum sur place sur le lieu de fabrication représente une exportation pour nos entreprises et donc accompagne et soutient une production locale et génère de nouveaux emplois de service liés à ce secteur.

Le dixième intérêt est que la visite de nos distilleries reste un support publicitaire particulièrement efficace pour l'exportation de nos produits. Le touriste de retour chez lui pourra continuer à développer nos industries par l'achat de ce rhum dont il a vu la fabrication et dont on lui a expliqué le processus. De récentes enquêtes ont montré qu'il reste fidèle au produit pendant plusieurs années et qu'il le présente même à son entourage.

Le onzième intérêt est que le Rhum de la Martinique a déjà sa renommée propre. Le Rhum martiniquais est aussi connu que la destination Martinique.

Le douzième intérêt est qu'aujourd'hui la standardisation des modes de vie et de consommation, ajoutée au fléau de ce qu'on appelle la mal-bouffe en Europe ouvre un marché nouveau pour les produits régionaux authentiques et de qualité reconnue.

Le treizième intérêt est que les distilleries agricoles de la Martinique sont particulièrement bien réparties sur le territoire martiniquais, il y en a partout, au Nord, au Sud, à l'Ouest, à l'Est, sur le littoral et à l'intérieur des terres, elles ont vocation en dehors de leur activité première à savoir la fabrication de Rhum à devenir de vrais centres culturels et à terme de véritables centres touristiques et dans ce cas de figure aucune région ne serait laissée pour compte.

Le quatorzième intérêt est que sans que nous nous en rendions compte ces distilleries sont en Martinique des régulateurs démographiques c'est-à-dire qu'elles maintiennent sur place



Suite page 34...

C'ÉTAIT EN 1939 !

CARTE DES DISTILLERIES DE LA MARTINIQUE

CANAL DE LA DOMINIQUE



Saint-Pierre

Victor d'Arce
Goussier
Ferdinand
Aristide
Alfred
Benoit
Désiré
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

Grand-Martin

Antoine
Bernard
Charles
Désiré
Émile
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

Robert

Antoine
Bernard
Charles
Désiré
Émile
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

Carriel

Antoine
Bernard
Charles
Désiré
Émile
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

Saint-Pierre

Antoine
Bernard
Charles
Désiré
Émile
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

Case-Blanche

Antoine
Bernard
Charles
Désiré
Émile
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

Pré-l'Éclair

Antoine
Bernard
Charles
Désiré
Émile
Gustave
Henri
Joseph
Louis
Marius
Paul
Théophile
Yves

MER DES ANTILLES



Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

Grand Joseph
Yves Charbon
Yves Charbon
Yves Charbon

CANAL DE SAINTE LUCIE



ECHELLE 1/100 000

Projet de construction du Canal de Sainte Lucie en Mer 1919. D. Mouton, Chef de Service

Carte fournie par le CODERUM

une agriculture et un monde rural garant de nos valeurs, de nos traditions et de notre culture.

Le quinzième intérêt est qu'autour de ces distilleries existe un arrière-pays particulièrement riche culturellement avec des petits métiers traditionnels, potiers, tonneliers, vanniers, temples indiens, pitts, petits moulins, tout cela méritant bien évidemment d'être mis en valeur.

Le seizième intérêt que nous constatons est la revalorisation et la réhabilitation des métiers de la canne, du sucre et du rhum au travers du regard curieux et intéressé du tourisme. L'ouvrier explique son travail, son produit, son savoir-faire, une vraie discussion va s'engager, une vraie communication va naître. L'explication entre Rhum Agricole et Rhum industriel est très bien comprise par nos visiteurs qui nous encouragent même à nous battre pour la sauvegarde de notre produit ayant eux-mêmes chez eux ce type de confusion avec les cognacs et les champagnes issus du marc ou les huiles d'olive de deuxième et troisième pressions.

Le dix-septième intérêt est qu'à l'intérieur de la distillerie nos rapports avec le touriste seront différents : la confusion souvent faite entre servir et accueillir va nous apparaître plus claire. Servir signifie qu'on s'exécute de façon passive. Accueillir implique qu'on a une culture à montrer, qu'on a une histoire à raconter et qu'on a un produit à vendre. Le Martiniquais devient dans ce cas acteur de son propre tourisme et le paradoxe souvent décrié entre notre hospitalité légendaire et notre mauvais service à la clientèle trouve là une piste de réflexion.

Le dix-huitième intérêt est qu'en



« C'EST DONC POUR TOUTES CES RAISONS QUE NOUS POUVONS DIRE QUE LE RHUM DE LA MARTINIQUE POSSÈDE TOUS LES AVANTAGES POSSIBLES ET IMAGINABLES D'UN PRODUIT TOURISTIQUE PHARE. IL L'EST ! »

plus d'être dépositaire de notre rhum agricole AOC issu de notre propre savoir-faire, nous nous sentons donc comptable et responsable du produit que nous avons élaboré et que nous vendons. Nous qui sommes souvent considérés comme une île de consommation, cet élément est très important pour un peuple qui cherche à affirmer sa propre identité.

Le dix-neuvième intérêt est d'ordre sanitaire à savoir que plus nos distilleries écoulent leur production au million de visiteurs qui vient chez nous chaque année et par l'exportation que cela implique moins elles seront enclines à se recentrer sur le marché local avec tous les risques d'alcoolisme que cela pourrait engendrer.

C'est un produit agricole, un produit industriel, un produit culturel et traditionnel, un produit non périssable, haut de gamme, à forte valeur ajoutée, un produit en Appellation d'Origine Contrôlée. C'est un produit dont la fabrication reste pittoresque et ancestrale avec des méthodes modernes d'économie d'énergie, c'est un produit qui porte le nom de notre destination Rhum de la

Martinique, c'est aussi un produit fédérateur dont les Martiniquais sont tous fiers, c'est un produit d'exportation, c'est donc le produit phare de notre économie touristique.

Vendre une bouteille de Rhum à un touriste c'est faire vivre des milliers de petits planteurs, c'est donner du travail à des milliers d'ouvriers agricoles, c'est maintenir en activité des centaines d'ouvriers des différentes distilleries de l'île, c'est faire de l'exportation sans payer des frais de transport, c'est soutenir toute la filière canne, sucre, rhum, et par là même maintenir une agriculture ancestrale et un monde rural garants de nos valeurs de nos traditions et de notre culture.

Le touriste doit être ce que nous voulons qu'il soit. C'est un voyageur pour les grandes compagnies aériennes et elles ont raison. Le touriste est un résident temporaire pour les groupes hôteliers et ils ont raison. Le touriste est un promeneur pour les chauffeurs de taxi et ils ont raison mais le touriste doit être aussi un client pour l'économie martiniquaise et nous aussi nous avons raison.

... Alors soutenons tous la filière canne, sucre, rhum, continuons à aider cette magnifique filière de Martinique. »

Usine, Musée, Habitations et bien plus !

«...Vous faire prendre pleinement conscience de la chance, patrimoniale, culturelle, touristique, économique, sociale...humaine, que nous avons d'avoir le seul Rhum Agricole au Monde d'appellation AOC MARTINIQUE. »

La distillerie Saint-James est le plus important producteur de rhum de Martinique avec plus de 4 millions de litres de rhums chaque année.

Avec Michel Fayad, directeur du Musée Saint-James à l'usine du même nom à Sainte-Marie, nous évoquons sa perception de l'AOC Martinique, du spiritourisme et de la plus récente "attraction" touristique du lieu : l'Habitation La Salle.

Quel est votre regard sur l'AOC Martinique ?

L'AOC a été demandée depuis 1972, et obtenue en 1996, l'AOC était simplement le fait qu'on voulait valoriser le produit lui-même, en lui donnant une reconnaissance extérieure et internationale... Cela a entraîné le changement de packaging.

On a changé l'image et on a changé la reconnaissance avec l'AOC, même s'il a fallu attendre plus de 15 ans pour que la fierté du rhum par la population soit effective. Mais il faut dire que dans un marché à rude concurrence, on n'existe qu'en tant que produit reconnu.

Dans les années 80, le martiniquais achetait sa bouteille de rhum un



➤ Un des bâtiments de l'Habitation La Salle

peu honteux, la cachait dans son sac pour aller la boire chez lui.

Aujourd'hui, avec le packaging de luxe et l'obtention de l'AOC, il achète du rhum pour l'offrir à ses amis. Ce même martiniquais qui achetait une bouteille de rhum par mois pour sa consommation personnelle, en achète aujourd'hui 10 pour offrir. C'est en ce sens qu'on peut parler d'une révolution culturelle au niveau du rhum martiniquais.

Maintenant que le rhum est perçu comme alcool haut de gamme, c'est le combat de la filière qui s'est organisé. Vous recevez des touristes et des locaux sur le site de Sainte-Marie. Comment le touriste perçoit-il la visite du site ?

Le touriste est émerveillé parce que dans un premier temps, le rhum fait partie de son imaginaire de vacances. Le rhum c'est la Caraïbe, les flibustiers, les boucaniers, le

grand large, les mojitos, les planteurs... En plus, la visite de l'usine à vapeur du XIX^{ème} siècle, véritable voyage à travers le temps, avec la bagasse comme combustible, le recyclage de déchets et l'économie d'énergie, nous met en pointe de la nouvelle tendance écologique et en avance sur notre époque. Donc au travers du regard de l'autre, il y a une revalorisation des métiers de la canne, du sucre et du rhum, si souvent considérés comme des sous métiers. Cela aussi c'est une vraie révolution pour la filière. Aujourd'hui, travailler dans une distillerie est une fierté, et le rhum est devenu un alcool de fête.

Cela veut dire que la prise de conscience de nous-mêmes au travers du regard de l'autre a été le début du développement ? Quel est le rapport entre rhum, spiritourisme et économie de la Martinique ?

Il y a un élément fondamental et que tout le monde oublie au niveau du marché martiniquais, c'est qu'elle n'a pas comme population 385.000 habitants, mais bien 1.385.000 habitants parce qu'il y a 385.000 martiniquais et 1.000.000 de touristes. Ce million de touristes, ce sont des gens qui achètent, qui consomment, qui vivent, qui dépensent à la Martinique et qui accompagnent l'économie du pays. Cela veut surtout dire qu'on a sur une année trois fois plus de touristes que d'habitants, et que pratiquement chaque touriste repart avec deux ou trois bouteilles de rhum dans ses valises.

Quand Saint-James a ouvert son musée en 1980, et commencé à vendre du rhum - ce qui ne se faisait pas avant, parce qu'on n'imaginait pas cela possible - la destination Martinique vendait du soleil du sable et de l'eau de mer. On nous avait appris qu'il ne fallait rien imposer aux

touristes, on ne devait lui donner que ce qu'il demandait.

Et au niveau de l'accueil, si souvent décrié comment cela se passe t'il ?

Avec le Spiritourisme, nous ne sommes plus dans l'accueil mais dans l'hospitalité. Accueillir c'est recevoir; l'hospitalité c'est partager; c'est échanger, c'est qu'on a une culture à montrer, qu'on a une histoire à raconter et qu'on a un produit à vendre. Et du coup on a un projet de vie, car vendre une bouteille de rhum à un touriste, c'est faire vivre des milliers de petits planteurs, c'est donner du travail à des milliers d'ouvriers agricoles, c'est maintenir en activité des milliers d'employés des différentes distilleries et rhumeries de ce département, c'est faire de l'exportation sans payer des frais de transport; c'est donc soutenir toute la filière canne et par la même maintenir une agriculture et un monde rural, garants de nos valeurs de notre tradition et de notre culture.

Pouvez-vous nous parler de votre dernier « produit », L'Habitation Lassalle ?

L'Habitation Lassalle est le prolongement du développement du Spiritourisme à Saint-James.

Le spiritourisme permet, non seulement de développer une production locale, et de l'exporter, mais aussi de restaurer un patrimoine bâti grâce au revenu du tourisme, mais aussi grâce à l'Europe, qui nous encourage en ce sens. Le Spiritourisme aujourd'hui crée des emplois de proximité.

L'Habitation Lassalle fait partie de ces sucreries du XVIII^e siècle, elle date de 1690. A cette époque, c'étaient les toutes petites unités avec des moulins à aubes, qui faisaient d'abord du sucre et ensuite du rhum avec la mélasse.

Nous nous sommes dit que puisque notre train des plantations traverse les champs de cannes et de bananes, nous allions faire une déviation vers l'Habitation La Salle et nous avons créé du coup un nouveau produit touristique qui est une petite merveille.

Nous avons construit un petit pont d'époque pour traverser la rivière afin d'y arriver. Il y a des chais un peu partout, des anciennes maisons en pierres. C'est toute une sucrerie avec la multiplication des chaudières, des roues à aubes qui tournent en permanence, des pains de sucre, une guildiverie (les alambics charentais avec lesquels on faisait à l'époque une eau de vie de canne) et aussi des anciens chais. Nous avons même confectionné par la même occasion, La **Cuvée La Salle VSOP & XO** que vous pouvez déguster et acheter sur place.

Pour conclure ?

Saint-James est d'abord et avant tout une entreprise citoyenne qui participe non seulement au développement économique de la région, mais aussi à son rayonnement culturel, ce qui fait que la population Samari-taine est particulièrement attachée à son usine. D'ailleurs les samaritains sont nos premiers ambassadeurs...

« De L'Habitation Saint-James, en prenant le train des plantations pour arriver à L'Habitation La Salle, en traversant les champs de cannes » ■

SAINT JAMES®

**DÉCOUVREZ LE PLUS ANCIEN SITE CULTUREL
ET DE SPIRITOURISME DE LA MARTINIQUE**



Musée du Rhum



Maison de la Distillation



Habitation LA SALLE

À Sainte-Marie au nord-est de l'île, SAINT JAMES vous accueille pour vous dévoiler tout le caractère patrimonial et culturel du Rhum Agricole A.O.C de la Martinique.

NOUVEAU, l'Habitation LA SALLE ouvre ses portes et vous immerge dans l'épopée de la canne à sucre et du rhum.



Préparez votre visite sur www.rhums-saintjames.com
Ouvert toute l'année de 9h à 17h. Contact : 05 96 69 50 37
RHUMS MARTINICAISS SAINT JAMES - Le Bourg - 97 230 Sainte-Marie

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

■ LE GALION

Le Galion, producteur du sucre de la Martinique et de rhums uniques au monde

La sucrerie du Galion à Trinité, gérée depuis 1984 par la SAEM (Société Anonyme d'Economie Mixte de Production Sucrière et Rhumière de la Martinique), est un acteur majeur du développement de la filière canne puisqu'il assure un tiers des emplois liés au secteur et achète 40% de la production de cannes de l'île. L'usine du Galion est en outre, un élément précieux sur le plan patrimonial puisqu'elle est la seule unité de production sucrière de la Martinique et produit des rhums dits de sucrerie très spécifiques, les « Grand Fond Galion » dont le fameux « Rhum Grand Arôme ». Comme le reste de la filière, le Galion mise sur l'excellence de ses productions et le développement du spiritourisme. Et en plus participe au mix énergétique local en livrant sa bagasse à la centrale thermique implantée sur le site.

La première campagne de la sucrerie du Galion s'est déroulée en 1863. Située à l'embouchure de la rivière du Galion qui lui donna son nom, l'usine du Galion fut implantée entre 1862 et 1863, sur l'Habitation Grand Fond, s'attachant au fil du temps, toutes les terres et plantations alentours, elle devint le plus grand producteur de cannes de l'île. La sucrerie du Galion a traversé depuis le 19^{ème} siècle toutes les crises sucrières et toutes les guerres qui ont eu raison des vingt et unes autres sucreries que comptait l'île au début du 20^{ème} siècle. Probablement aidée par son offre diverse puisque aussi bien producteur de sucre que producteur de rhums.

LA CANNE ET LE GALION

La SAEM le Galion milite, en tant qu'acteur majeur et solidaire de la filière, pour la sauvegarde et le développement de la culture cannière. En effet,



➤ Vue aérienne Usine Le Galion-Crédit Photo Le Galion

la baisse des rendements généralisée de ces dernières années menace directement la production de sucre. Il faudrait augmenter la sole cannière de 300 à 500 hectares sur trois ans et assurer un approvisionnement de 60 000 tonnes par campagne pour pérenniser l'activité sucrière du Galion et

aller, peut-être, vers une autonomie alimentaire dans ce domaine, pour la Martinique. Dans cette perspective, elle préconise d'améliorer les revenus des planteurs et d'augmenter les surfaces, de moderniser les exploitations pour réduire les coûts de production et notamment celui du désherbage,



LE GALION MILITE, EN TANT QU'ACTEUR MAJEUR ET SOLIDAIRE DE LA FILIÈRE, POUR LA SAUVEGARDE ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA CULTURE CANNIÈRE.

pour ainsi augmenter la productivité et la rentabilité. Un réseau d'irrigation propre à pallier les déficits pluviométriques et des investissements dans la sélection variétale pour obtenir des cannes plus résistantes au stress hydrique et à la croissance plus rapide pour remédier à la concurrence des adventices sont aussi des priorités. Dans ce sens, elle sollicite l'accroissement des aides publiques de l'Europe, de l'État et de la Collectivité pour la filière, en s'inscrivant dans une démarche de développement durable voulue par l'ensemble de la filière. Le projet de dévelop-

pement du Galion s'appuie également sur le spiritourisme sur son site dans une dimension historique, culturelle et patrimoniale de la canne et sur l'autonomie énergétique. « Ce projet s'appuie sur une culture dont les impacts positifs sur l'environnement et le développement durable sont reconnus. La canne est en effet, une culture multifonctionnelle... Elle a un bilan environnemental positif ; elle est une culture éco responsable ; elle constitue une source d'énergie renouvelable ; elle constitue un élément structurant du paysage » (Conférence des RUP mai 2022)

LE TOURISME

La mémoire de la culture sucrière est une des valeurs de la marque Le Galion. Cette culture technique est un savoir complexe vécu comme un secret, celui du sucre... mais également une culture sociétale où les racines de l'esclavage se sont renforcées. Notre société sort à peine, et à grandes peines, de ce qui est désormais qualifié de crime contre l'humanité. Nous en portons encore les stigmates et Le Galion souhaite que certains aspects autour de cette mémoire sucrière restent comme jalons de notre personnalité martiniquaise, pour les générations futures. Aussi, je vous invite à entreprendre cette visite de la sucrerie ; et du fait de la mise en entretien de la machinerie de l'usine, elle se fait seulement en période de campagne sucrière soit de février à juin de chaque année.



› Entrée Usine Le Galion-Crédit Photo Le Galion

SUCRE ET RHUMS DU GALION, MÉMOIRE D'UNE CULTURE

La Martinique a compté jusqu'à 450 habitations sucrières, la sucrerie du Galion est donc la seule qui perpétue la tradition et le savoir-faire sucrier. Aujourd'hui, on y produit un sucre roux cristallisé, fort en arôme de canne, destiné à la consommation alimentaire ou agro-alimentaire locale. L'unité travaille aussi à la production de sucres aromatisés (cannelle, vanille, citron) et à l'élaboration de sucres spéciaux.

Les rhums du Galion, dits « rhums traditionnels de sucrerie » ou industriels, sont fabriqués après fermentation des mélasses de la canne (sirop

très visqueux constituant le résidu de la fabrication du sucre). Le célèbre rhum « Grand Arôme » du Galion, détient une spécificité aromatique qui tient à son mode de fabrication ancestral unique, dont le secret a été bien gardé ! Il s'agit d'une fermentation naturelle très longue, à partir de ferments locaux anciens, entretenus depuis plus d'un siècle. Il se distingue des autres rhums de mélasse, par sa forte teneur en esters (Composé organique résultant de la condensation d'une molécule d'alcool et d'une molécule d'acide, au fort potentiel aromatique). Il en résulte une concentration en arômes cinq à six fois plus élevée qu'un rhum de mélasse courant. On parle du Grand Arôme comme d'un rhum gastronomique alimentaire ! Il est recherché pour bonifier des alcools neutres dans l'industrie des vins et spiritueux ou dans l'industrie agroalimentaire (fruits confits, glaces) et même en parfumerie.

On ne connaît que deux autres rhums Grand Arôme dans le monde, celui de la Jamaïque et celui de la Réunion mais le Galion est réputé pour tenir le mieux ses arômes à la cuisson. Depuis 2021, les rhums du Galion bénéficient de l'indication géographique « Baie du Galion », pour rappeler plus que jamais son identité Trinitéenne.

Albioma est un producteur d'énergie renouvelable indépendant. Il **est** actif principalement dans les secteurs de valorisation de la biomasse et du solaire photovoltaïque, essentiellement en France métropolitaine et en Outre-mer. Il **est** coté à la bourse de Paris.

En Martinique, Albioma a construit, mis en service et exploite aujourd'hui la turbine à combustion du Galion et la première centrale thermique 100 % biomasse d'Outre-mer. Cette nouvelle installation, appelée Galion 2, permet de couvrir environ 15 % des besoins électriques de l'île et rend aussi possible, dans un contexte de transition énergétique, l'accroissement de la part d'énergies intermittentes comme le solaire.



UN PATRIMOINE À HAUT POTENTIEL TOURISTIQUE

Développer la dimension culturelle, patrimoniale et historique du site du Galion est devenu un des axes forts de l'unité sucrière et rhumière, qui comme le reste de la filière, voit dans le spiritourisme, un moyen de devenir un pôle touristique attractif.

L'idée est de « développer une activité culturelle et touristique, génératrice d'emplois et de recettes, en synergie avec une activité pérenne de production industrielle (sucre et rhums) ».

Et effectivement, le site du Galion recèle un fort potentiel dans ce domaine puisqu'il est le seul à pouvoir proposer la découverte de la fabrication et de l'histoire du sucre à la Martinique...Il est de plus, un site historique dont certaines bâtisses anciennes devraient être restaurées peu à peu.

L'objectif étant de proposer un produit touristique complet baptisé, le « Village du Galion » avec la découverte des processus industriels sucriers et rhumiers, assortie d'un centre d'interprétation et d'un espace dédié au sucre, (espaces muséographiques), avec la découverte in situ de l'Histoire de la Martinique, de l'Habitation su-



« DÉVELOPPER LA DIMENSION CULTURELLE, PATRIMONIALE ET HISTORIQUE DU SITE DU GALION EST DEvenu UN DES AXES FORTS DE L'UNITÉ SUCRIÈRE ET RHUMIÈRE, QUI COMME LE RESTE DE LA FILIÈRE, VOIT DANS LE SPIRITOURISME, UN MOYEN DE DEVENIR UN PÔLE TOURISTIQUE ATTRACTIF.

crierie, et des hommes, avec la mise en place d'espaces de dégustation, de ventes et d'expositions. Le projet est conçu comme un espace agro touristique à caractère culturel exceptionnel, « en complément de l'offre touristique de la Martinique ». Car au-delà des activités industrielles patrimoniales, le village du Galion exploitera aussi son potentiel naturel, avec des parcours de santé et des activités de randonnées en kayak sur les canaux fluviaux. Un espace dédié à la culture sous forme de théâtre ou auditorium est aussi prévu. Ce nouveau produit s'adresse autant à la population locale, en particulier aux scolaires, qu'aux visiteurs et entend compléter l'offre de spiritourisme déjà bien implantée sur le territoire autour des distilleries notamment. La situation géographique centrale du site et sa facilité d'accès concourent déjà au succès de ce nouveau challenge.

➤ *Camion dans un champ Le Galion*
Crédit Photo Le Galion

LE GALION, ACTEUR DU MIX ÉNERGÉTIQUE DE LA MARTINIQUE

Depuis 2018, Albioma (1) a installé sur le site du Galion, une centrale 100% biomasse (2), Le Galion 2, qui fournit aujourd'hui 15% des besoins en électricité de la Martinique, notamment à partir de la valorisation des bagasses (résidus de canne), issues de l'industrie rhumière et sucrière. L'unité du Galion travaille en synergie avec la centrale thermique, en fournissant sa bagasse comme matière première. Le couplage de la sucrerie avec cette centrale thermique, a permis de réduire ses coûts d'exploitation et d'ob-

tenir une prime bagasse « venant abonder le revenu des planteurs livrant à la sucrerie ». Techniquement la bagasse est acheminée par des tapis convoyeurs jusqu'à la chaudière de la centrale, « qui permet grâce à la chaleur générée par la combustion, de transformer de l'eau en vapeur. Une partie de cette vapeur est envoyée vers une turbine pour produire de l'électricité injectée sur le réseau. L'autre partie est renvoyée à la sucrerie pour faire fonctionner ses équipements. ». Le site du Galion devient ainsi autonome en énergie et participe au mix énergétique de la Martinique.

Le projet de développement de la SAEM le Galion, pour les années à venir, associe donc, dans son ensemble, la modernité et la tradition, au service de l'économie de l'île et de son patrimoine, dans une vision de développement durable de la filière canne. ■



L'AIDE AUX PLANTEURS

Les réglementations phytosanitaires actuelles contraignent à l'entretien manuel des plantations de canne. Mais les planteurs font le constat que les rendements à l'hectare baissent du fait des mauvaises « mauvaises herbes » concurrentes de la canne. La SAEM PSRM LE GALION continue encore d'accompagner les nouveaux planteurs qui s'engagent avec la marque au moment de la préparation des sols afin de recevoir les nouvelles plantations qui arriveront à maturité en 2023.

Des machines et des techniciens spécialisés de la SAEM LE GALION vont ainsi sur les plantations des planteurs partenaires et réalisent à leur côté les travaux nécessaires...

L'objectif est très clair : apporter son soutien opérationnel à la filière canne de notre Martinique !

Un soutien qui s'opère également durant la période de récolte, pour suppléer la disparition de la CUMA, et permettre aux planteurs de récolter la canne à sucre dans les meilleures conditions. ■

■ RHUMS CLÉMENT

Chantre du patrimoine rumier de la Martinique

La prestigieuse marque franciscaine a bâti sa renommée internationale sur un savoir-faire ancestral et une recherche d'innovation incessante, depuis son rachat en 1986, par le Groupe Bernard Hayot. Née dans le berceau historique du Domaine de l'Acajou, l'Habitation Clément, elle y puise son inspiration et les valeurs traditionnelles de la culture créole. Ce site, précurseur et leader du spiritourisme à la Martinique, avec près de 200 000 visiteurs par an, est aussi devenu, sous l'impulsion de Bernard Hayot, un haut lieu de l'Art Contemporain avec la création de la Fondation Clément qui œuvre par ailleurs à la préservation du patrimoine. Nous avons rencontré son directeur, Charles Larcher, ardent défenseur du rhum AOC Martinique.

C'est en 1887, que le docteur Homère Clément achète le domaine de l'Acajou, alors en faillite, qui produisait de la canne pour l'usine sucrière du François. Il construit une distillerie sur les ruines de l'ancienne sucrerie du domaine et commence la production de rhum. Son fils Charles et ses petits-fils continueront son œuvre sous la marque des rhums Clément, ils la commercialiseront

bien au-delà de la Martinique. L'habitation demeure aujourd'hui un site industriel au cœur de ses plantations de cannes à sucre, avec l'embouteillage, la préparation et le vieillissement des rhums. La distillation s'opère, non loin de là, à l'usine du Simon où a été transférée sa colonne à distiller. Le siège historique des rhums Clément, est devenu une vitrine de la culture traditionnelle créole avec sa production de rhums, ses bâtiments historiques, notamment la maison d'habitation et ses dépendances, classée au titre des monuments historiques depuis 1996, son magnifique jardin botanique peuplé de sculptures d'artistes contemporains et ses chais de vieillissement. L'habitation est également le siège de la Fondation Clément qui œuvre à la promotion des arts caribéens avec sa superbe galerie d'exposition et la préservation du patrimoine architectural traditionnel, faisant de ce lieu un site culturel et patrimonial majeur de la Martinique.

Chez Clément, l'humain est au cœur de l'entreprise, son directeur Charles Larcher met au premier plan la valeur du travail de ses équipes.

Vous vous apprêtez à



➤ Charles Larcher, directeur des Rhums Clément



➤ Façade arrière de la maison



« **NOTRE MAÎTRE DE CHAI, ROBERT PERONET PART À LA RETRAITE EN AYANT TRANSMIS DEPUIS DES ANNÉES SON SAVOIR-FAIRE À SON SECOND JULIEN THIMON, QUI VA À PRÉSENT PRENDRE LE RELAIS.** »

commercialiser une cuvée toute particulière, en hommage à votre maître de chai historique, Robert Peronet qui a façonné le rhum Clément pendant trente ans. Une cuvée intime qu'il a composée lui-même pour son départ. Quelles sont les caractéristiques de cette cuvée ?

Charles Larcher : Nous avons conscience que notre rhum est fait par des hommes d'exception. Notre maître de chai, **Robert Peronet** part à la retraite en ayant transmis depuis des années son savoir-faire à son second **Julien Thimon**, qui va à présent prendre le relais. La transmission, la passation du savoir, le travail et le savoir-faire des hommes sont tellement importants pour nous que nous l'avons concrétisé par une cuvée qu'il a élaborée lui-même avec des assemblages exceptionnels. Nous lui avons donné carte blanche pour qu'il puisse élaborer une cuvée à son image, il en a été très fier. Il s'agit d'un produit d'exception, qu'on va proposer aux amateurs, aux collectionneurs, sous forme de carafes numérotées dans un coffret. La cuvée Robert Peronet est éditée à 1330 exemplaires, elle est vendue à 990€ et en trois mois il y a eu plus de quatre cents réservations dans le monde entier. Cette cuvée est la consécration du savoir-faire ex-





ceptionnel de ce maître de chai unique. Cela illustre pour nous, la volonté de mettre l'humain au cœur de l'entreprise, c'est très important. Ce n'est pas une démarche commerciale, c'est vraiment une façon de consacrer et de sublimer son départ qui pour nous est une véritable perte. Personne n'avait jamais fait une cuvée dédiée au maître de chai, faite par lui-même. Cette cuvée est comme l'aboutissement de notre démarche et

notre volonté de mettre l'homme au cœur de l'entreprise.

D'ailleurs, nous avons un projet d'entreprise « An nou ay » qui valorise le travail des équipes, il nous a permis d'obtenir deux certifications, ISO 9001, pour la relation client et ISO 22000 pour la sécurité alimentaire.

Vous êtes les premiers à avoir vraiment travaillé la

canne bleue avec votre cuvée de rhum monovariétal, dès 2001. Existe-t-il à présent, un rhum vieux en canne bleue ?

Charles Larcher : Oui, sur le rhum vieux, nous avons développé une gamme de single cask, avec Robert (le maître de chai NDLR), qui se veut plus typée. Il s'agit d'un « single cask 100% canne bleue », un très vieux rhum non filtré, issu de la canne bleue. C'est vrai que nous sommes de ceux qui avons valorisé la canne bleue et nous avons voulu répondre aux attentes des consommateurs qui désiraient déguster la canne bleue en vieux. Nous avons un autre single cask « chauffe extrême », c'est un produit qui se différencie sur le plan gustatif par son goût de fruit flambé plus prononcé. Il est très épicé, parfumé par le vieillissement du fût. Il s'agit de deux produits inédits que l'on va trouver en grande distribution et que nous proposons à la dégustation.

Quelles autres innovations caractérisent cette saison ?

Charles Larcher : Nous avons beaucoup d'innovations en rhums vieux. On a mis en place le Barrel programme qui vise à proposer des fûts particuliers, avec des finitions particulières. Le rhum a commencé à vieillir dans un fût de bourbon classique, puis dans un autre fût marqué au nom du distributeur qui va l'acheter. Ce programme va permettre à nos distributeurs d'acheter des fûts conditionnés en bouteille à leur nom !



► Yoona. Catherine IKAM et Louis Fleri. Photo NL

C'est une approche très innovante, une façon de valoriser le distributeur et de proposer le produit d'une façon différente par cette finition.

Nous proposons différents produits vieillis en fûts particuliers, en fûts de Grappa, de Brandy, de Pedro Gimenez, type porto, de Tequila, de saké, d'Oloroso, un vin andalou très puissant. Il y a des techniques de finish différentes. Ils sont ensuite proposés aux distributeurs. Ce programme existe à l'international et on va le faire aussi en Martinique. Les fûts seront mis à la disposition d'un client ou d'un groupe de collectionneurs par exemple.

Et concernant les rhums blancs ?

Charles Larcher : La canne bleue demeure pour la cuvée 2021, le produit innovant de la marque. On en tire plusieurs cuves et on choisit la meilleure pour l'embouteiller. Nous mettons beaucoup de soin dans le broyage. Cette cuvée 2021 est toujours un blanc d'exception, avec sa tonalité de canne fraîche, florale et fruitée. On a voulu que son décor évoque un côté pétillant et festif pour tenter d'oublier la sombre période du covid qui a été, on le sait une période très difficile pour beaucoup de martiniquais... On a eu envie d'être plus festif, de mettre des paillettes dans la vie des gens. Par ailleurs, nous avons de très bonnes performances sur la récolte 2022, le rhum est en préparation pendant six mois, il sortira en novembre avec une qualité exceptionnelle.

Il y a des travaux en cours sur l'habitation,

une boutique éphémère a été installée dans l'ancienne distillerie, que préparez-vous ?

Charles Larcher : Oui c'est vrai, il y a quatre chantiers en cours sur le site ! La réfection du petit pont à l'entrée, il était fragilisé, on le refait à l'identique. Nous souhaitons toujours améliorer notre qualité et nous construisons un nouveau chai de préparation. Et puis, il y a l'agrandissement de notre boutique qui était devenu nécessaire. Nous y présentons de nouveaux produits de bouche haut de gamme. Enfin, il y a la construction d'un nouveau bâtiment pour la Fondation. Celui-là accueillera la collection d'Art Contemporain de la Fondation en exposition permanente.

Nous modernisons le site pour

aller toujours vers plus d'excellence dans la production et dans le service que nous apportons au client, et bien sûr pour la valorisation de nos artistes dans un lieu d'exposition exceptionnel. Nous avons de la chance, nous sommes le premier site visité par les touristes avec le jardin de Balata. Nous avons vraiment vocation à valoriser notre produit, notre culture, notre patrimoine, vocation à valoriser le patrimoine matériel et immatériel. ■



➤ Arc x 4. Bernard Venet. Photo NL.

■ RHUMS JM

Le rhum volcanique

JM, Le rhum volcanique s'engage pour la Nature. Nichée sur les flancs de la Montagne Pelée dans un environnement naturel luxuriant, la distillerie séculaire de Fonds Préville à Macouba a fait peau neuve il y a quelques années, en modernisant son outil de production, et en élaborant une véritable expérience sensorielle pour le visiteur, dans une démarche de spiritourisme exemplaire. De son terroir volcanique, JM a su tirer un caractère unique dans l'élaboration de ses rhums, en recherche incessante d'innovation. La marque avec ses équipes, dirigées par Emmanuel Bécheau, s'est engagée dans une démarche de développement durable globale sur son site.

C'est l'une des plus anciennes et

l'une des dernières distilleries fumantes de la Martinique. La marque J.M, est créée par Jean-Marie Martin en 1845. Il achète l'habitation-sucrerie Fonds-Préville, y fonde une distillerie et commercialise son rhum « d'Habitation », sous la marque J.M. Elle produit du rhum agricole depuis le 19^{ème} siècle, sous l'impulsion de la famille Crassous de Médeuil, restée aux commandes jusque dans les années 2002. Elle intègre à ce moment-là le groupe GBH, qui lui apporte les moyens de poursuivre son aventure et de se moderniser.

DE L'EAU, DE LA CANNE ET DES HOMMES

Sur son terroir du Nord-Atlantique, la distillerie JM bénéficie des dons d'une nature exceptionnellement généreuse, un sol de ponce pour ses cannes et pour ses caves, une eau de source directement descendue



► Emmanuel Bécheau, directeur des Rhums JM (DR)

du volcan pour l'élaboration de ses rhums, un frais climat alizéen...JM est assurément blottie dans un jardin d'Eden tropical. C'est ce qui a sans doute inspiré à la marque sa démarche en faveur de l'environnement, en développant ces dernières années un programme qui traduit son engagement pour la Nature et pour les Hommes. Le programme EDDEN, « Engagé pour le Développement Durable de nos Ecosystèmes et de notre Nature », vise à valoriser le travail fait à la distillerie de Fonds Préville par ses équipes, pour diminuer les impacts industriels sur l'environnement. Protéger la terre nourricière en appliquant les rotations de culture et la jachère ; produire en économie circulaire en re-



Rhum J.M

l'incroyable palette aromatique

h
havas
direct



Fruit du distillat des cuves de fermentation longue, le rhum blanc premium **JARDIN MACOUBA** associe tout le savoir-faire et le terroir de la distillerie J.M. Cette édition limitée révèle un parfait équilibre entre ses précieux arômes de poivre blanc et ses onctueuses notes miellées et florales.

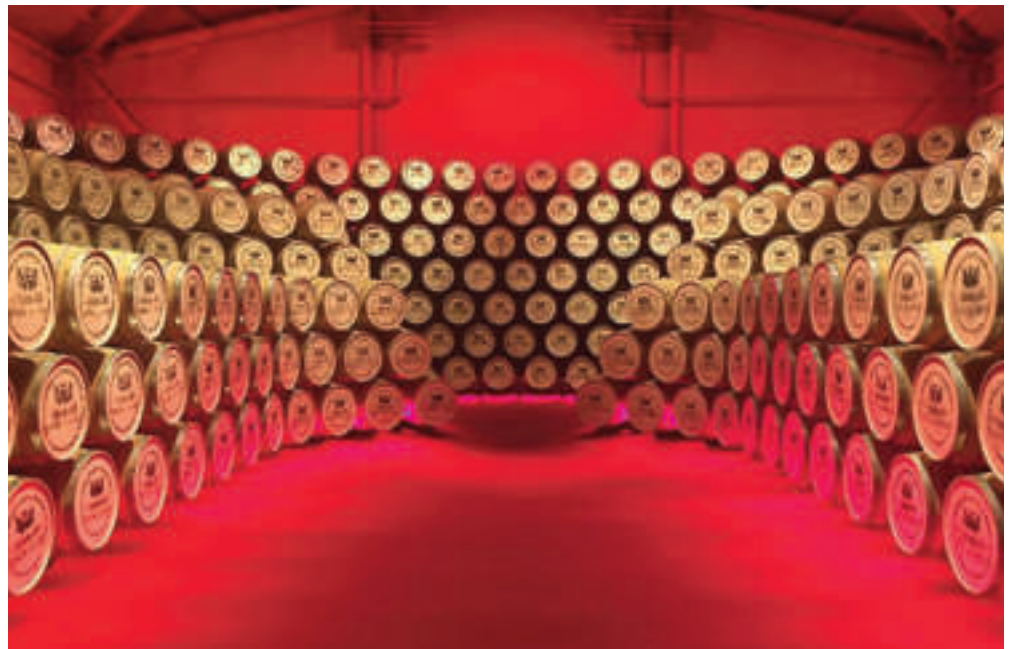
[f](#) [t](#) [@](#) #JMJardinMacouba

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

cyclant la bagasse et la vinasse, soit la totalité des déchets de la production, dans le processus industriel; associer les femmes et les hommes, ainsi que la jeunesse locale à la transmission de l'authenticité et de l'excellence; telles sont les valeurs portées par ce programme, membre du « Global Compact France » et de « Péyiver, rendre la Martinique à sa Nature ».

DES INNOVATIONS AU SERVICE DE LA PRÉMIUMISATION

La prémiumisation des rhums de Martinique est très forte, ils se distinguent des autres rhums agricoles en offrant des produits différents, qui surprennent. JM travaille beaucoup sur l'innovation de ses produits. La 25^{ème} récolte des cannes AOC s'est bien déroulée à Fonds Préville, qui a pour tradition de commencer tôt sa récolte à la mi-janvier. C'est la première récolte à démarrer. Ici, pas de déficit de canne comme ailleurs sur l'île. Ses cannes sont très proches de la distillerie, fraîchement ramassées et fraîchement broyées. Car la fraîcheur des cannes a toute son importance dans l'élaboration de son rhum. C'est ce qui fait, avec son sol de ponce et son eau de source issue du volcan, le goût très typé de son rhum blanc. JM, en effet, se différencie par des goûts particuliers liés à sa fabrication et à son implantation géographique. En début d'année, la cuvée « Jardins Macouba » a fait une entrée très remarquée dans les rayons. Une très belle bouteille et un traitement inhabituel fait de ce rhum un produit d'exception et



une réelle innovation. En effet, il s'agit d'une nouvelle trouvaille de l'équipe JM. L'idée est venue du directeur de Fonds Préville, Emmanuel Bécheau et de son maître de chai, Karine Lassalle. Chez JM, la canne est broyée et son jus fermenté tous les jours, aussitôt ramassée, pour suivre ensuite le procédé habituel de distillation. Sauf la canne du vendredi matin, car les équipes arrêtent de travailler pour le week end. C'est avec cette canne-là qu'a été élaborée cette nouvelle cuvée. Sa fermentation a été plus longue que les autres. Ses cuves de 2021 ont été mises de côté au lieu de les assembler avec d'autres. C'est ce qui donne ce goût particulier à cette cuvée. Le packaging de sa bouteille élaboré en marketing fait aussi son succès. Son décor provient d'une technique de sublimation qui ne se fait qu'au nord de l'Italie, un procédé unique au monde. Il s'agit de placer le décor sur la

LA 25^{ÈME} RÉCOLTE DES CANNES AOC S'EST BIEN DÉROULÉE À FONDS PRÉVILLE, QUI A POUR TRADITION DE COMMENCER TÔT SA RÉCOLTE À LA MI-JANVIER

bouteille par un transfert comme un décalcomanie. Quinze milles bouteilles ont été vendues en trois mois, c'est exceptionnel ! Une nouvelle sortie est prévue en août, et le lot sera terminé. Il y aura eu deux embouteillages et ensuite il n'y en aura plus. Il s'agit vraiment d'une série limitée.

LA VALORISATION DU TERROIR

Parmi les innovations de ce premier semestre 2022, il y a aussi en vieux, le « terroir volcanique ». Ici, on a travaillé sur des fûts de chêne américains, avec une technique dite de double chauffe. Une première chauffe intense qui permet au chêne de libérer des notes de miel, de vanille et de douceur boisée et toastée. Puis, une seconde chauffe extrême, qui apporte volume et rondeur en bouche sur des sa-

veurs de fruits exotiques flambés avec une pointe de muscade. Cela a permis d'obtenir un produit particulier qui correspond au terroir volcanique de JM. L'idée était de faire ressortir des parfums originels liés à ce terroir. La bouteille de cette cuvée a été dépolie et givrée, l'étiquette représente la distillerie au pied du volcan.

En juillet prochain, une première édition de mini dames Jeanne, sera distribuée et dédiée en particulier aux collectionneurs. Il s'agit d'un produit particulier, un assemblage de millésimes JM. Deux mille cinq cents bouteilles numérotées vont partir dans le monde. Il faudra compter autour de 500€ pour acquérir l'une de ces bouteilles d'exception.

Pendant la crise sanitaire, une nouvelle gamme est sortie « les ateliers des rhums », avec trois produits dont deux rhums élevés sous-bois, élevés au minimum douze mois en fût de chêne, et un rhum vieux. Cette gamme a été élaborée en collaboration entre le maître de chai et les barmen. Il s'agissait de créer un produit de dégustation et un rhum pour relever les cocktails d'exception. Le travail pour répondre aux attentes de ces barmen a été compliqué par le covid, cependant la gamme est née et a pu être présentée pendant les rares périodes d'ouverture. Il s'agit d'un produit artisanal différent, dont la bouteille a été traitée comme une bouteille de cidre. Le rhum vieux baptisé « Epices créoles » a de multiples saveurs épicées. Est-il nécessaire de préciser que c'est en travaillant le vieillissement du rhum que sont obtenues ces saveurs ? Ici, bien sûr, nul ajout d'épices. C'est l'alchimie du



rhum agricole qui opère... L'un des élevés sous-bois a pris le nom de « Jardin fruité » en hommage aux jardins luxuriants qui entourent la distillerie, on y trouve des parfums de fruits tropicaux. Enfin, la « Cuvée volcanique » fait ressortir la force du caractère volcanique avec un goût fumé. Chacun de ces produits a sa typicité. On peut trouver cette gamme dans la grande distribution et c'est une série suivie.

SPIRITOURISME, L'UNIVERS SENSORIEL DE JM

La distillerie de Fonds Préville, comme toute la filière, a beaucoup souffert des contraintes sanitaires et a perdu beaucoup de visiteurs, pendant les heures sombres de la pandémie Covid. Cependant, aujourd'hui, la fréquentation de 2019 a pratiquement été retrouvée durant ce premier semestre 2022. Les visiteurs portent un intérêt tout particulier aux produits premium. La distillerie a été entièrement restaurée et relookée en 2018, dans un concept vert et rouge qui rappelle son environnement. La visite suit un fil rouge en partant de la source d'eau

pure qui bénie ce rhum JM. On s'attarde dans le jardin des cannes, où l'on découvre les variétés cultivées par la marque, dont les champs sont très proches. Puis, on rentre dans l'appareil industriel et alchimique qui transforme le pur jus des cannes en rhum agricole, les moulins, la chauffeerie, où l'on brûle la bagasse, pour produire la vapeur nécessaire à la distillation, tout se transforme...Les cuves de fermentation où le jus se transforme en vin de canne...Et puis le Saint des Saints, la colonne à distiller où le vin se métamorphose en rhum, sous la baguette magique du distillateur, le maître de chai, véritable chef d'orchestre des arômes. Longtemps ce fut Nazaire Canatous qui tenait déjà cet art de son père, à présent la magicienne est une femme, Karine Lassalle, et ce n'est pas si courant...On découvre les chais, le laboratoire avant d'arriver au fameux atelier olfactif, « Avant de se déguster, le rhum J.M doit s'apprécier par son nez. Grâce à une expérience sensorielle inédite, découvrez le bouquet de chacun des 7 rhums J.M, ainsi que 7 notes olfactives caractéristiques qu'il vous reviendra de découvrir. ».

La distillerie de Fonds Préville, les rhums JM, les femmes et les hommes qui font cet élixir du bonheur, une expérience enchantée qui donne l'amour du rhum ! ■

■ HSE

HSE, Rhums, Arts et Patrimoine

C'est sur le terroir du Gros Morne que les rhums HSE ont développé un concept original et esthétique autour du patrimoine rhumier. Ses propriétaires esthètes, Florette et José Hayot, ont su insuffler une âme à cette marque ancienne et à son berceau, les rhums et le site historique de l'Habitation Saint-Etienne. Nous avons rencontré Cyril Lawson directeur du développement depuis 25 ans au sein de cette maison.

Parlons de l'histoire du rhum HSE...

Cyril Lawson : L'établissement des rhums Saint Etienne date de 1882, cela en fait une des marques les plus anciennes, les plus ancrées à la Martinique. HSE c'est une très belle maison historique de production de rhum. Elle a été l'un des leaders du rhum dans les années 1970-80. La marque a été ensuite rachetée par Florette et José Hayot en 1994-1995, ce qui a ouvert une nouvelle page pour HSE, avec l'arrivée de l'AOC Martinique ensuite en 1996. Le côté très innovant des rhums HSE tout en ayant des racines très profondes dans la production de rhum, est l'utilisation de nombreuses qualités de fûts, ce qui a donné une gamme assez large. Ce sont d'abord des rhums blancs maturés deux ans avant leur

mise en bouteille et une approche parcellaire en rhum blanc. Nous avons été les premiers à maturer pendant deux ans les rhums blancs en cuve inerte, ce n'est pas du vieillissement, c'est de la maturation de rhum blanc avec la fameuse cuvée 2000 qui a eu beaucoup de succès, il y a eu ensuite la 2007, la 2011, la 2016 et la 2018. Ce procédé affine le profil aromatique, cela apporte de la complexité au produit et le fait de le poser en cuve inerte permet l'évaporation d'alcools volatiles qui sont les plus brûlants en bouche. On arrondit donc l'attaque du rhum avec une approche tout en douceur et en rondeur, avec une superbe persistance aromatique. « Quand on boit ce rhum on n'a pas l'attaque franche qu'on a sur le rhum blanc en général ». HSE, c'est aussi l'univers des finitions du monde, pour notre gamme de rhums vieux. Ils ont eu une double maturation et une fin de maturation dans des fûts qui ont contenu du vin, du porto et du whisky.

Antilla : Produisez-vous aussi des rhums ambrés ?

Cyril Lawson : Le Rhum ambré est un rhum dit, élevé sous-bois. La mention « rhum Paille » a été déposée par l'un de nos confrères, on l'utilisait tous historiquement et du coup maintenant on l'appelle rhum élevé sous-bois. Il s'agit d'un rhum élevé en foudre de chêne pendant minimum 12 mois. Nous avons aussi une gamme



› Cyril Lawson
directeur du
développement

innovante sur ce segment avec le rhum élevé sous-bois classique, la cuvée Federica Matta et un rhum parcellaire élevé sous-bois.

Antilla : Où est vendu HSE ?

Cyril Lawson : Nous exportons nos rhums en France hexagonale, on vend également en Europe, nos plus gros marchés sont l'Espagne, l'Allemagne, la Belgique et l'Italie. On vend aussi nos produits en Angleterre, et en Asie, Hong Kong, Shanghai, Singapour,



De cannes et d'Or.

2 GRANDES
MÉDAILLES D'OR
BRUXELLES 2022

RHUM EXTRA VIEUX
AGRICOLE

CHÂTEAU
LA TOUR BLANCHE
SAUTERNES
CASK FINISH

RHUM EXTRA VIEUX
AGRICOLE

SINGLE CASK
2006



www.rhum-hse.com

au Japon et aux États-Unis. 40% est vendu à l'export et 60% sur le marché local, on est assez proche du 50-50. C'est une belle part d'ancrage local.

Antilla : L'Habitation est située au Gros-Morne, en plein cœur de la forêt, peut-on dire que le caractère patrimonial du site est au cœur de l'activité rhumière ?

Cyril Lawson : C'est très important, en effet, une partie de l'enjeu du projet HSE, était aussi de réhabiliter le patrimoine de l'Habitation Saint-Etienne qui a un potentiel historique absolument énorme mais qui était totalement abandonné avant le rachat. Nous avons beaucoup travaillé pour reconstruire le bâti, les bâtiments avec les contraintes architecturales induites par le classement à la liste d'inventaire des Monuments de France. Nous avons reconstruit les enceintes à l'arrivée dans l'Habitation avec les arcades, les fenêtres en pierre, nous avons obtenu d'être sur la liste d'inventaire des monuments de France. Nous avons également énormément travaillé sur le jardin. Il y a un superbe parc à visiter avec des œuvres monumentales de Philippe Perrin entre autres. Là aussi, nous avons suivi tout un programme de mise en valeur des espèces et des variétés qui étaient sur place et nous avons obtenu le label « jardin remarquable » en 2015.

Antilla : L'Habitation Saint Etienne est également devenue un lieu culturel incontournable et un haut lieu du spiritourisme sur l'île.

Cyril Lawson : Oui, nous

accueillons notamment des expositions à l'intérieur des foudres qui ont été inaugurés par Edouard Glissant en 2011. C'est également le lieu où nous recevons le public, l'amateur de rhum - on y fait des présentations élégantes- et l'amateur d'art.

Sur l'Habitation, les visites sont ouvertes et gratuites. On peut y visiter les jardins, s'adonner à la dégustation des rhums et éventuellement on peut organiser des visites guidées qui permettent de parler de l'histoire, des œuvres, d'aborder la production de rhum pour finir aux foudres sur notre lieu d'exposition et de vente où sont présents nos produits et toutes nos références.

Antilla : Vous êtes aussi un des ambassadeurs du tourisme à la Martinique : quand on achète une bouteille de rhum HSE on voit aussi AOC Martinique.

Cyril Lawson : Oui il n'y a qu'à voir l'augmentation, voire l'explosion du chiffre d'affaires réalisé à la boutique, très plébiscitée par les visiteurs et qui constitue une petite ambassade de la Martinique. On y parle du rhum de la Martinique, de son histoire, de ses produits. On y échange avec les consommateurs, on les conseille sur les bons plans à faire à la Martinique auxquels ils n'auraient pas pensé. Aujourd'hui, la boutique est notre première force de vente, on a noté une très sérieuse augmentation ces dix dernières années grâce à une politique volontaire de spiritourisme pour laquelle l'ensemble des producteurs de rhum de la Martinique ont beaucoup



> HSE en chiffres :

- Nombre de salariés : 35 à 40
- Nombre de litres vendus à l'année : 1.600.000 à 1.800.000 litres par an.
- Autour de 30% de rhum vieux et 70% de rhum blanc.

> Médailles :

- HSE a tout récemment obtenu une pluie de médailles au concours international de Bruxelles avec :
 - 2 Grandes Médailles D'or pour le rhum extra vieux single Cask 2006 et le rhum extra vieux Finition en fut de Château La Tour Blanche en Sauternes
 - 4 Médailles d'Or avec :
 - Le rhum Vieux Black Sheriff
 - Rhum extra Vieux Small Cask 2014
 - Rhum extra Vieux XO
 - Et le rhum élevé sous-bois Parcelaire 2016

HSE a également obtenu de nombreuses médailles sur différents salons, dont, le très prisé grand prix de l'excellence au concours général agricole de Paris en 2015. Les rhums HSE ont été élu « Meilleur rhum de la Caraïbe » à l'ISS Awards 2021 et 2022 (rhum très vieux VSOP et rhum Extra vieux.

œuvré.

Beaucoup de touristes nous visitent et également beaucoup de clientèle locale.

Antilla : Revenons au rhum. À votre avis comment sera la prochaine cuvée ? La récolte a-t-elle été bonne ? Avez-vous comme les autres producteurs des problèmes de rendement de canne ?

Cyril Lawson : Cette année la récolte a été extrêmement compliquée au niveau agricole, beaucoup de cannes sont arrivées dans un état de sécheresse avancée et du coup nos rendements n'ont pas été bons. On a eu une production de 30% inférieure à celle de l'année dernière, « historique » dans le mauvais sens du terme. Cette récolte qui vient de se terminer n'a pas été bonne du tout. En général le tonnage à l'hectare est assez disparate à la Martinique mais cette année c'est extrêmement compliqué partout. Nos cannes proviennent de l'Habitation Saint-Etienne, nous avons également des cannes au François et sur la



« **NOUS ACCUEILLONS NOTAMMENT DES EXPOSITIONS À L'INTÉRIEUR DES FOUDES QUI ONT ÉTÉ INAUGURÉS PAR EDOUARD GLISSANT EN 2011.** »

plaine de Génipa.

Nous avons la chance d'avoir la distillerie du Simon au François qui nous permet d'assumer totalement notre production de qualité et un maître de chai (Lionnel LAMPIN) et une équipe dédiée au vieillissement de très grand talent.

Antilla : Avez-vous des craintes aujourd'hui ?

Cyril Lawson : On a, comme tout le monde, des questionnements assez importants sur l'augmentation des prix des matières sèches, c'est-à-dire tous les intrants importés, bouteilles, bouchons, capsules, étiquettes... Les bouteilles ont augmenté de près de 30% en quelques mois ! Tout ce qu'on utilise subit une augmentation de 20% en moyenne. C'est assez inquiétant parce que quand on rajoute à ça le prix du transport qui a augmenté également, on est frappé en tant que production ultramarine, d'une double

peine. Le coût d'approche des matières premières, avec double effet dans l'autre sens, puisqu'il faut bien faire repartir notre marchandise en bouteille pour la vendre à l'export...

Une autre inquiétude majeure est la baisse importante des rendements agricoles.

Nous avons eu en effet une campagne rhumerie catastrophique en 2022 qui s'explique par une sécheresse et probablement le réchauffement climatique.

Ces tendances lourdes impactent très fortement nos coûts de production.

Antilla : L'Europe et les politiques locales tiennent-ils

compte de ces augmentations ?

Cyril Lawson : Ce sont des choses relativement récentes, le temps de réaction de nos politiques est forcément plus long que l'actualité qui nous surprend de jour en jour. On a quand même une énorme inquiétude à la fois sur l'explosion du prix des matières sèches, sur la perte de production qui entraîne un surcoût, sur l'augmentation du fret dans les deux sens, et dans un contexte de marché où il est difficile de faire comprendre qu'on n'a pas d'autre choix que d'augmenter nous-aussi nos prix. C'est une véritable inquiétude à moyen terme parce que nous n'avons pas de vision sur le futur à date. On sait que la situation géopolitique est compliquée, que notre environnement économique est très concurrentiel et en tant qu'ultramarins on peut être très lésés par la situation.

Antilla : Pensez-vous que le prix du rhum sur le marché local risque d'augmenter ?

Cyril Lawson : Les prix c'est actuellement un sujet sensible. Il ne faut pas oublier qu'il y a eu cette décision politique d'augmenter la fiscalité sur les rhums des Dom pour qu'elle rattrape la fiscalité notamment sur la vignette Sécurité Sociale hexagonale.... Cette augmentation de la vignette Sécurité Sociale, c'est une taxe sur les bouteilles d'alcool qui a été décidée il y a près de 3 ans sur un programme de 6 ans et chaque année on est tenu d'appliquer une fiscalité qui est en augmentation. Cette année, elle a augmenté et l'année prochaine elle augmentera encore. Cela concerne tous les rhums de Martinique et cette problématique ajoutée au contexte actuel, génère forcément une augmentation sur le prix public. C'est la maîtrise de tout cela en ce moment qui captive notre temps et notre attention.. ■



■ LES RHUMS DU SUD

La Maison La Mauny

La distillerie de Rivière Pilote est l'une des plus anciennes mais aussi la dernière distillerie fumante du Sud, ancrée dans un terroir aux cannes puissantes et riches en sucre. Beaucoup de choses dans la filière rhum sont parties d'ici. Son ancien propriétaire, Jean-Pierre BOURDILLON compte parmi les fondateurs de l'AOC. Sa société, BELLONNIE & BOURDILLON Successeurs, propriétaire de la marque Maison LA MAUNY, a acheté en 1994 les DISTILLERIES AGRICOLES de SAINTE LUCE, et ses marques TROIS RIVIERES et DUQUESNE. Après des années de travail pour aller toujours plus loin dans la recherche de l'excellence, TROIS RIVIERES et MAISON LA MAUNY ont remporté des centaines de médailles dans les plus grands concours internationaux.

C'est durant ces occasions que les marques se sont vues attribuer de nombreux titres prestigieux comme en 2018, avec le trophée du meilleur rhum de l'année pour le rhum VSOP de Trois Rivières au concours réputé de Londres, International Wine & Spirit Competition, ou en 2019, celui de meilleur maître de chai rhum du monde à Daniel Baudin décerné par l'International Rum Conference de Madrid. Cette reconnaissance a permis aux marques TROIS RIVIERES et MAISON LA MAUNY de rayonner dans le monde et d'être identifiées comme de

véritables bijoux par le groupe italien CAMPARI, 6^{ème} producteur de spiritueux mondial, qui en fait l'acquisition fin 2019.

Sur le plan industriel, la distillation des trois marques de rhum a été regroupée au sein de la distillerie de Rivière Pilote. Chaque rhum y possède sa propre colonne à distiller et ses propres procédés de fabrication.

BBS compte parmi les premiers exportateurs de rhum de la Martinique et produit trois millions de litres de 55° par an dont 70% partent à l'export. On trouve ces marques sur de nombreux marchés extérieurs, principalement la France, l'Espagne, l'Italie, la Belgique, la Suisse pour le marché des rhums vieux premium.

LE DÉVELOPPEMENT DU SPIRITOURISME

MAISON LA MAUNY met l'accent sur la tradition et l'art de vivre créole. Toutes les activités sont regroupées sur le site de Rivière Pilote dans un environnement naturel luxuriant. Le visiteur se trouve ici immergé dans le monde du rhum avec tous les spécialistes sur place pour vivre une expérience rhum hors du commun. Le domaine se visite à bord d'un petit train rouge qui sillonne les installations, les jardins et les sous-bois. La boutique et lieu de dégustation, où prédomine aussi la couleur rouge, offre de grands volumes de découverte et



› Daniel Baudin, une carrière de 30 ans d'âge.

Daniel Baudin est né en 1962, dans la maison familiale, à Fort-de-France au quartier de Redoute.

Issu d'une famille nombreuse de 6 enfants, son père travaillait dans une société de matériaux de construction et sa mère était employée en tant que secrétaire médicale. En 1992, la vie de Daniel est comblée par un fils.

Toute sa jeunesse, il a été bercé par le rythme de ses voisins musiciens. Il se lance d'ailleurs lui-même dans la musique en jouant du tambour et des percussions. Apprécier chaque note avec justesse, un premier pas dans le monde du rhum ?

La vie, le hasard et les rencontres offriront à Daniel la passion pour le milieu qui lui offrira en 2019 le prix de "Meilleur Maître de Chais Rhum du monde".

d'initiation. Le maître de chai, Daniel BAUDIN, parle d'une approche holistique du produit

«Aujourd'hui on vous ouvre les portes de la maison et on vous livre ses secrets », dit-il.

En effet, outre les visites touristiques, MAISON LA MAUNY organise également des master classes autour de la dégustation de rhum et reçoit des étudiants, des néophytes comme des experts internationaux. Elle organise pour tous des ateliers de tradition culinaire dans les cuisines de la maison. Ici, l'esprit est au partage et à la découverte.

LE RHUM DU TERROIR DU SUD DE LA MARTINIQUE

Du côté de TROIS RIVIERES, à Sainte Luce, dont les terres sont plus proches de la mer, la couleur bleue règne sur le domaine. Sur les 700 hectares du domaine, les cannes s'étendent à perte de vue. De jolies boutiques bâties dans de grands foudres en bois, accueillent le visiteur à l'entrée. Il peut y découvrir nombre de savoir-faire de l'artisanat local, la maison du coco, la maison du bambou, de la confection en madras, de la peinture suralebasse... Et bien sûr, on découvre, dominant le domaine, le célèbre moulin qui est devenu le logo de la marque. Le vaste espace boutique et dégustation se décline en bleu turquoise TROIS RIVIERES, on y découvre et on y déguste les gammes de ce rhum devenu célèbre. ■

DEPUIS MAISON 1749
LA MAUNY

DEPUIS MAISON 1749
LA MAUNY

*Il s'agit d'un assemblage de rhums vieillies en fûts de
chêne français et américains, et VSOP, enrichi de
essences de notes florales et épicées.*

VSOP


RHUM VIEUX AGRICOLE

RHUM DE LA MARTINIQUE
APPELLATION D'ORIGINE CONTRÔLÉE

**RHUM
AUTHENTIQUE
MARTINIQUE**

**100% PUR JUS DE
CANNE À SUCRE**

■ MAISON LA MAUNY ET TROIS-RIVIÈRES



› **Nathalie Guillier-Tual**, directrice générale du groupe BBS

Un encadrement majoritairement féminin et antillais pour les rhums du Sud, partageant la passion d'un produit exceptionnel



› **Camille COROSINE**, cheffe de marque Maison La Mauny, Trois Rivières et Duquesne, et responsable communication

Nous avons rencontré Nathalie GUILLIER-TUAL, directrice générale du groupe BBS et Camille COROSINE, cheffe de marque Maison La Mauny, Trois Rivières et Duquesne, et responsable communication, qui ont beaucoup œuvré pour la montée en gamme de ces marques. Deux femmes de caractère et de goût, déterminées dans la poursuite de l'excellence pour les rhums iconiques du Sud.

Antilla : Quelle est l'actualité pour vos marques ?

Nathalie Guillier-Tual : Nous sommes constamment dans une recherche d'innovation, de premiumisation, d'excellence qui sied à notre rhum AOC, unique au monde. C'est ce qu'a voulu Jean-Pierre BOURDILLON : sanctuariser le rhum AOC, le faire reconnaître et rayonner dans le monde. Cela se traduit par une reconnaissance internationale, nos marques TROIS RIVIÈRES et MAISON LA MAUNY sont de plus en plus visibles, notamment sur tous les concours internationaux.

Antilla : Qu'en est-il de vos préoccupations environnementales ?

Nathalie Guillier-Tual :

Notre filière est vertueuse en elle-même puisque sa matière première est une plante bonne et douce pour la nature. Elle fixe et régénère les sols ; classifiée C4, elle absorbe le CO₂, il n'y a pas beaucoup de plantes comme cela, elles représentent moins de 5% dans le monde. A son arrivée en distillerie, la canne est broyée pour en extraire le jus appelé vesou qui, après être fermenté et distillé, produira ce beau produit qu'est le rhum agricole. Les effluents de la distillation, appelés vinasse, sont traités, filtrés dans des processus écologiques pour être utilisés en ferti-irrigation. La partie fibreuse de la canne issue du broyage, la bagasse, est utilisée en biocombustible par la distillerie pour produire la vapeur nécessaire à la distillation, et cela représente une grande partie de l'énergie nécessaire au fonctionnement de la distillerie ; la bagasse est également utilisée comme

intrant pour faire du compost, ou comme biocombustible pour l'usine Albioma. Les petits fermiers des environs viennent en prendre pour leur bétail. C'est un cercle vertueux. La distillerie n'utilise pas beaucoup d'électricité et a réduit par deux sa consommation d'eau en moins de 5 ans avec des processus de recyclage. Minimiser l'impact environnemental est une priorité.

« **BBS A TOUJOURS TRAVAILLÉ AVEC DE NOMBREUX PETITS PLANTEURS DU SUD QUI CE SONT ÉTÉ RÉUNIS DANS L'ASSOCIATION DES PLANTEURS LA MAUNY, L'UNE DE NOS FIERTÉS.** »

Antilla : Qu'a donné chez vous cette 25^{ème} récolte de canne AOC ?

Nathalie Guillier-Tual : Il s'agit d'un sujet d'importance locale en raison de la sécheresse. 2022 est l'une de nos plus mauvaises récoltes. On avait dit cela en 2019 qui a été qualifiée sécheresse du siècle ; nous avons broyé moins de 21.000 tonnes pour 33.000 tonnes en 2018 soit une baisse de 40% ! En 2022, la récolte est à peine supérieure On est entré dans un changement climatique de sécheresse

récurrente qui impacte la repousse et les replantations.

Le phénomène touche l'ensemble de la Martinique mais est plus marqué chez nous dans le Sud. Sur certaines parcelles, par rapport aux années antérieures à 2019, on a perdu 50% de cannes. Notre bassin cannier est situé entièrement au Sud, ce qui fait notre terroir unique. Le domaine de Trois Rivières représente la moitié des cannes exploitées en propre.

Nos autres bassins sont situés à Rivière Pilote, à Sainte Anne le plus au Sud de la Martinique et qui produit un rhum parcellaire, minéral, iodé et salin, la Cuvée de l'Océan, primé dans tous les concours. Nous avons encore des cannes à Vatable et sur Petit Bourg-Saint Esprit. On est très clairement dans les zones sèches. Nous avons des projets d'irrigation mais sommes pour le moment dans les procédures de soumission à autorisation qui sont longues et complexes.

C'est préoccupant, pas seulement pour nous. Nos petits planteurs sont touchés également. BBS a toujours travaillé avec de nombreux petits planteurs du Sud. En 2014, ils ont été réunis dans l'Association des Planteurs La Mauny, l'une de nos fiertés.. Soixante-dix petits planteurs y sont regroupés. On leur apporte une assistance technique, financière et administrative. Ils représentent 40% de notre approvisionnement, et rencontrent les mêmes problèmes que nous.



Antilla : Le spiritourisme occupe désormais une grande place dans le monde du rhum, quels dispositifs avez-vous mis en place pour optimiser ce créneau ?

Nathalie Guillier-Tual : Ces dix dernières années, nous avons tous fait beaucoup de progrès en matière de spiritourisme. Les distilleries ont toujours été novatrices et avaient leurs propres boutiques depuis longtemps car les rhumiers avaient compris qu'il fallait mettre en valeur leur patrimoine. Mais depuis quelques années, tous ont fait d'importants investissements pour attirer une clientèle de plus en plus curieuse de nos rhums. Sur le domaine de Maison La Mauny, le visiteur apprécie l'authenticité du site et plus récemment, le rappel de l'Histoire, avec le mémorial

de l'Insurrection du Sud et le rôle qu'a joué le site dans l'Histoire. Avec le Ti Train, les visiteurs peuvent découvrir le site à son bord. Il passera aussi prochainement au milieu des cannes, pour être au plus près de la matière première, pour ensuite se laisser conduire aux travers des différentes étapes de la production et finir par la dégustation à la boutique. Nous avons des visites guidées sur les deux sites de La MAUNY et de TROIS RIVIERES, au cours desquelles on explique le processus du rhum, on répond aux questions ... nous recevons près 150 000 visiteurs par an..

Nous reprenons actuellement un projet commencé avant la crise sanitaire Covid, développer des master classes pour les visiteurs locaux et de passage et proposer une initiation au rhum. C'est plus qu'une dégustation.

Ce projet s'adresse autant aux curieux, aux néophytes qu'aux connaisseurs qui voudraient déguster les grandes cuvées.





Camille Corosine : Sur le site de Trois Rivières nous avons complètement rénové l'ancienne distillerie qui se visite et récemment, nous avons développé une **animation immersive** avec un dispositif de haute technologie, pour que le visiteur se sente imprégné par nos cannes, nos procédés de fabrication, et son secret de vieillissement. L'animation débute par une démonstration de toute la richesse et toutes les spécificités du terroir de Trois Rivières, puis décrit les étapes de la fabrication et du vieillissement ; un hommage au travail de Daniel BAUDIN, maître de chai, est rendu. L'animation se clôture par une invitation à la dégustation. Ici il est question d'amener un niveau de haute qualité dans le parcours du visiteur-consommateur pour montrer l'excellence du produit.

Nathalie Guillier-Tual : Nous avons travaillé sur la premiumisation de nos produits. Pour Trois Rivières par exemple, nous avons créé des carafes

prestigieuses en cristal Baccarat, des objets de collection ultra premium que l'on retrouve dans les plus grands palaces du monde. Bien sûr cela ne concerne pas les éditions limitées. C'est magique d'avoir atteint ces niveaux de premiumisation et de notoriété avec un produit naturel, la canne à sucre, qui subit une transformation totalement naturelle, une mise en fût naturelle qui nous donne une palette de profils organoleptiques complexes, nous avons fait tout cela avec de la canne et du bois. Tout cela est le fruit du travail d'une équipe. Et être premium, cela ne veut pas dire pour autant que nos produits sont inaccessibles. On les trouve en grande distribution à des prix abordables, et pour les grandes cuvées à des prix encore bien loin de ceux des cognacs.

Antilla : Justement comment est constituée votre équipe ?

Nathalie Guillier-Tual : Dans notre société, les anciens collaborent avec de nouveaux profils correspondant à de nouveaux métiers. Les anciens apportent la richesse de tout leur savoir-faire et leur expérience, parce que beaucoup de choses dans la fabrication du rhum ne s'apprennent pas sur les bancs de l'école. Notre maître de chai a plus de trente ans d'expérience, nos conducteurs de moulin ou de chaudière quarante ans, nos distillateurs sont là de père en fils. Il est rare d'avoir une si grande longévité dans des postes dans les sociétés contemporaines.

De nouveaux profils nous ont rejoints, correspondant à l'évolution des sociétés, contrôleurs de gestion, chefs de produits, responsables logistiques, informaticiens, ingénieurs de production, Plusieurs d'entre eux sont des jeunes Martiniquais ayant fait leurs études et ayant commencé leur carrière hors de la Martinique et que nous avons convaincus de rentrer au pays en leur proposant des postes intéressants. Certains comme Camille ont refusé des propositions de grandes sociétés renommées en Europe pour venir chez nous ! Et c'est la collaboration de ces différents profils qui donne beaucoup de richesse à notre société et qui fait que cette profession ancienne, aujourd'hui regroupe des profils traditionnels et contemporains. C'est le parcours d'une vieille dame qui est passée au 21ème siècle !

C'est très important qu'une entreprise fasse cette transition. Une autre particularité de notre société est de privilégier un encadrement local et la promotion interne grâce à la formation. 60% de notre encadrement (cadres et agents de maîtrise) sont des femmes et il y a 80% de femmes au comité exécutif !

Antilla : On entend beaucoup parler des maîtres de chai qui donnent leur personnalité aux

rhums. Qui est-il dans votre maison ?

Nathalie Guillier-Tual : Daniel BAUDIN, notre maître de chai a un parcours très intéressant. Il voulait être médecin, a fait des études dans l'électronique et il est finalement tombé dans le rhum ! Il a contribué à faire déménager la production de TROIS RIVIERES à la distillerie de Rivière Pilote en 2004 et de maître de chai de TROIS RIVIERES et DUQUESNE à l'origine, il s'est retrouvé avec une troisième marque au profil différent, MAISON LA MAUNY. Il a été identifié pour recevoir la distinction de **meilleur maître de chai de rhum au monde en 2019**, parce que nos

marques recevaient chaque année beaucoup de médailles prestigieuses dans les plus grands concours. Ainsi en 2018, notre TROIS RIVIERES VSOP Réserve spéciale a été élu meilleur rhum du monde à Londres. A l'International Rum Conference de Madrid, TROIS RIVIERES 12 ans a remporté trois années de suite la médaille d'or, ce qui n'était jamais arrivé. Tous ces concours se déroulent à l'aveugle, avec des jurys composés d'experts internationaux en spiritueux, qui notent des rhums de toutes origines, blanc, vieux, mélasses, agricole, et recevoir des médailles, ce n'est pas un hasard, c'est le résultat d'années de travail à la recherche de l'excellence. Aux côtés de notre maître de chai, nous avons recruté Lionel BARREL, un jeune martiniquais qui a un master en fermentation et en distillation et un autre master en études sensorielles. Je voulais commencer à mettre un jeune dans l'histoire car ce métier ne s'acquiert pas en deux ans.



Antilla : Et vous comment êtes-vous arrivée dans ce monde du rhum agricole de la Martinique ? Êtes-vous satisfaite du travail accompli ?

Nathalie Guillier-Tual: Lorsque j'ai pris les fonctions de direction de BBS, je ne venais pas du monde des spiritueux, je venais du monde dans l'agro-alimentaire. J'ai beaucoup écouté, beaucoup appris des anciens, des salariés de la société. Jean-Pierre BOURDILLON a été une inspiration pour moi. Il y avait un challenge à relever, je voulais redonner à BBS ses lettres de noblesse... Et nous avons travaillé, tous ensemble à cet objectif. J'ai été personnellement récompensée par un prix prestigieux, le Talent du Management, décerné par le Sommet du Luxe et de la Création en 2017, une distinction reçue par des grandes maisons du Luxe comme Hermès ou Pétrossian. Et c'est une grande fierté ! Quand on reçoit toutes ces médailles, tous ces prix, on souhaite les partager avec les

salariés, car c'est le fruit d'un travail collectif.

Oui, je suis fière du travail accompli et de la reconnaissance que nous recevons du monde entier grâce aux réseaux. Nous contribuons ainsi à hisser le rhum agricole au niveau des plus grands spiritueux, à porter la Martinique à un niveau de reconnaissance mondiale.

Camille COROSINE souligne que l'appartenance de BBS au groupe CAMPARI représente une formidable opportunité pour nos marques MAISON LA MAUNY et TROIS RIVIERES et de façon plus large pour le rhum AOC et pour la Martinique, car grâce à leur diffusion internationale, le rhum agricole de Martinique rayonnera dans le monde. C'est un actionnaire à l'écoute, qui considère chacune de ses filiales. Par exemple, nous avons eu l'opportunité, de pouvoir partager nos best practices à l'international, notamment concernant l'animation immersive.

Nathalie Guillier-Tual : Nous sommes effectivement très fiers de faire partie du groupe CAMPARI. C'est un groupe qui vise l'excellence. On observe une volonté de sublimer l'essence même des richesses du patrimoine martiniquais, de son terroir à son art de vivre, et d'exposer cela à travers le monde ! Il est également très respectueux des valeurs humaines. Cela ne présage que des bonnes choses pour l'avenir de nos marques. ■

■ NEISSON

« Le rhum agricole AOC Martinique se distingue par sa qualité et son lien au terroir »

L'EARL Domaine Thieubert - Distillerie Neisson au Carbet est une des sept distilleries agricoles AOC restantes de Martinique (il y en avait plus de 160 dans les années cinquante). Créée en 1931 par un des oncles d'origine mulâtre de l'actuelle gérante, Claudine Neisson Vernant, elle est la plus récente et la plus petite distilleries AOC, avec moins de 2% de la production AOC martiniquaise, soit environ 400.000 litres pour 45 hectares plantés. Une autre particularité est que le rhum Neisson est fabriqué de façon artisanale, à partir de cannes cultivées sur leurs propres champs, exclusivement du Carbet et de Saint-Pierre. Une indépendance (à l'heure où la plupart des rhums de la Martinique sont « absorbés » par de grands groupes) à laquelle tiennent les héritiers Neisson

qui dirigent aujourd'hui la production, comme un gage d'authenticité. La distillerie, ancrée dans les terres volcaniques du Carbet produit un rhum de connaisseur ; de la culture des cannes à la distillation jusqu'à l'élevage des rhums vieux et l'embouteillage. Ici les termes de rhumier et de terroir prennent tout leur sens dans la maîtrise et la transmission des savoir-faire et des métiers liés à l'élaboration de ce rhum d'exception, dont la maison Neisson et la Martinique tirent tant de fierté. Sa gérante, Claudine Neisson Vernant (présidente de l'AOC Martinique durant douze ans), passionnée et fervente travailleuse, en tandem étroit avec son fils Grégory nous parle de leur rhum et de leur exploitation agricole...

Quelle est l'histoire de

vosre distillerie ?

C'est une histoire assez récente puisque la distillerie est créée ex-abrupto en 1931-1932 ! Mon oncle Adrien Neisson avait acheté cette propriété agricole, non cannière à l'époque, et avait envoyé mon père, **Hildevert Pamphile** dit « Jean », surnommé « **Vevent** » faire des études à l'école supérieure de chimie de Paris pour apprendre à bien distiller. Vevent est devenu ingénieur chimiste et a amené de très nombreuses améliorations dans la totalité du process en particulier au niveau de la colonne à distiller Savalle entièrement en cuivre, qui fait encore au-



➤ **Claudine Neisson Vernant**,
Gérante de
la distillerie Neisson
© Eric Leroy

jourd'hui la fierté de Neisson. Il dessina et déposa aussi le modèle de notre bouteille, appelée familièrement « **Zépol Karé** » ! Il a voulu transmettre ce savoir-faire à mon fils Grégory alors que celui-ci n'avait que 15 ans ! J'ai dû alors assurer la transition qui dure un peu (sourires), mais c'est mon fils, actuellement directeur de l'usine, qui distille aujourd'hui ! Pour ma part, je ne me destinais

« **LE RHUM : NOTRE EAU DE VIE PATRIMONIALE !** »



IL NOUS FAUDRAIT PLUS DE TERRES PLANTÉES EN CANNES AOC ET FAIRE DE L'IRRIGATION AFIN D'AUGMENTER NOTRE RENDEMENT AGRONOMIQUE.

pas au métier de rhumier... J'ai fait des études de médecine et je faisais ma carrière hospitalière à Paris. Je suis rentrée en 1974 au service de parasitologie du centre hospitalier de Fort de France puis j'ai travaillé à l'hôpital de jour du CHU de la Meynard sur le VIH et les recherches sur le SIDA. C'était passionnant, j'aimais beaucoup mon métier et j'ai eu la chance, en poursuivant l'activité familiale de connaître deux expériences professionnelles différentes et complètement passionnantes ...mais ce fut un grand virage !

Comment se porte la distillerie Neisson ?

La distillerie Neisson ne se porte pas si mal. **Nous manquons de rhum, ou plutôt de ma-**

tière première, la canne.

Il nous faudrait plus de terres plantées en cannes AOC et faire de l'irrigation afin d'augmenter notre rendement agronomique. Malheureusement il n'y a plus de terre disponible dans cette région très très sèche du Nord Caraïbe, ce qui est excellent pour les cannes, nous avons d'ailleurs les cannes plus sucrées de l'île, mais le manque de pluie nous pose un énorme problème.

Pourquoi n'irriguez-vous pas alors ?

Au niveau de l'INAO (Institut national des appellations d'origine, organisme qui gère toutes les AOC), il y a une position de prin-

cipe : l'irrigation n'est autorisée que durant 6 mois après la coupe, ce qui actuellement, étant donné les périodes

récurrentes et prolongées de sécheresse nous pose problème. De plus l'accès à la ressource en eau n'est malheureusement toujours pas résolu.

Quels types de rhums produisez-vous ?

Notre notoriété porte surtout sur les rhums blancs qui représentent 90% de notre production. Mon père estimait que la noblesse du rhum Martinique c'était le blanc. Il disait qu'on déguste les rhums blancs agricoles de Martinique, pas les rhums de mélasse qui représentent plus de 90% de la production mondiale.

Grégory s'est attaché au vieillissement qualitatif et a développé des rhums vieux d'exception.

Nous proposons donc des rhums blancs, des rhums élevés sous bois et des rhums vieux. Dans chaque catégorie il y a des rhums dits conventionnels et des rhums bio. Toutes nos terres sont agréées AOC et les parcelles autour de la distillerie sont agréées en Bio. Tous nos rhums sont AOC Martinique. En 2016 Neisson a proposé le premier rhum blanc bio AOC du monde.



› Neisson blancs recyclés



Que proposez-vous aujourd'hui au visiteur qui passe sur le site ?

Notre situation au bord de la Nationale, fait qu'on ne peut pas nous rater. Ce que les gens aiment chez nous, c'est que nous sommes une distillerie à taille humaine. S'ils viennent visiter en période de campagne cannière et rhumière, ils voient tout : depuis la coupe de la canne jusqu'à la fermentation, la distillation, la mise en vieillissement, l'embouteillage, l'étiquetage, la mise en carton et la livraison. Ils peuvent parler avec les gens qui y travaillent. Il y a bien sûr une boutique pour les touristes, et la vente en gros pour les professionnels.

Quelle actualité sur les rhums Neisson ?

Cette année marque les 90 ans de la distillerie et nous prévoyons en fin de l'année quelques cuvées et objets particuliers pour cet anniversaire. C'est quand même un miracle pour une petite entreprise comme la nôtre d'arriver à 90 ans en restant indépendant et

dans la même famille.

Nous produisons des cuvées spéciales sur nos rhums. Comme on a une petite production nos séries limitées se vendent vite.

Nous essayons de revenir à ce que faisait mon père, c'est-à-dire les consignes des bouteilles, avec des bouteilles spécifiques sérigraphiées. Nous sommes également dans une diversification fruitière avec la plantation dans nos champs de manguiers, rambutans, citrons caviar, corossols, etc. tout bio...même si en milieu tropical c'est très compliqué, il faut trouver de la main-d'œuvre et la fidéliser, ce qui n'est pas évident.

Si vous projetez votre distillerie dans vingt ans qu'espéreriez-vous qu'elle soit ?

J'aurais voulu qu'on puisse augmenter notre production rhumière d'environ 20%, donc il nous faut plus de cannes avec une irrigation autorisée ; ce serait l'idéal. J'aurais aimé qu'on garde notre âme, le lien au terroir, c'est ainsi qu'au

> Une partie de la gamme

plan de la fermentation nous avons nos propres levures avec lesquelles nous pratiquons la fermentation la plus lente autorisée par l'AOC (maximum 120 heures).

A l'époque avant l'AOC Neisson fermentait durant 8 jours.

Il faut savoir qu'avec une fermentation lente les arômes sont plus complexes, plus subtils et mieux équilibrés.

Nous sommes actuellement la seule distillerie de Martinique labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV). ■

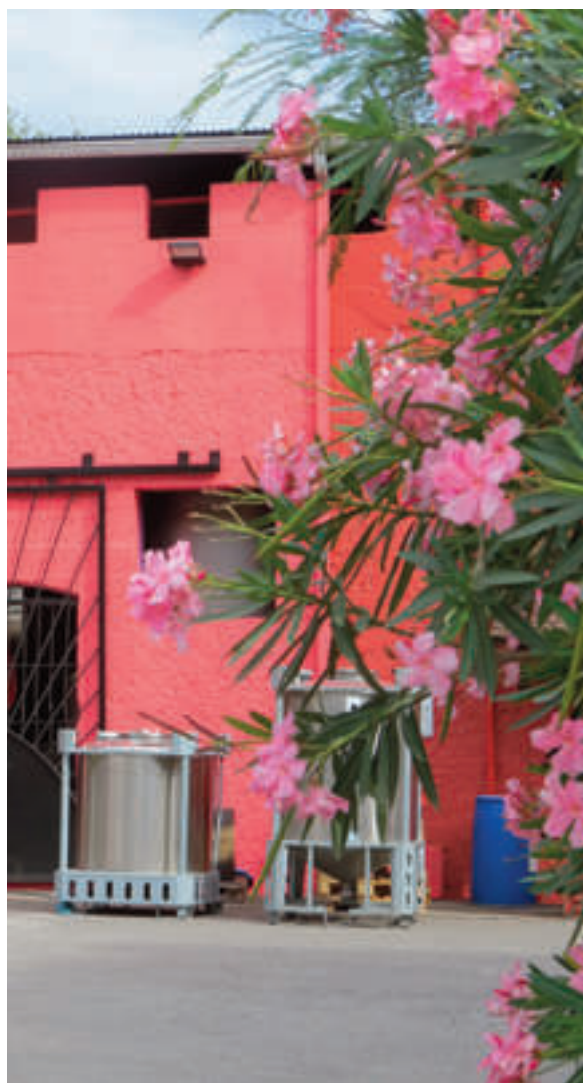




Photo © E. Leroy



Les couleurs de la canne

Depuis 90 ans nous cultivons la canne avec infinis patience et respect pour que s'élabore, année après année, l'inimitable typicité de nos rhums agricoles blancs comme vieux



NEISSON

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. SACHEZ APPRÉCIER AVEC MODÉRATION

BÊTE À FEU

RHUM AGRICOLE ET ARTISAN
50.9%



DISTILLERIE A1710 - HABITATION DU SIMON, 97240 LE FRANÇOIS FWI / WWW.RHUM-A1710.COM
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ À CONSOMMER AVEC MODÉRATION