



# CHACUN CHERCHE SON RHUM

*Una noche cubana.* Jusqu'à fin décembre, vous ne reconnaîtrez plus l'hôtel Monte Cristo. Ce célèbre établissement du 5<sup>e</sup> arrondissement parisien, bien connu pour son bar à rhums de compétition, a en effet été intégralement relooké « à la cubaine » pour célébrer la naissance d'une nouvelle marque de rhum : Eminente. Moustiquaires, plantes tropicales, piscine avec parfums de canne à sucre, décoration coloniale dans les chambres, etc., « l'hôtel Eminente », qui propose des expériences en immersion\*, est un sacré coup de pub pour ce label lancé par deux jeunes passionnés du groupe Moët Hennessy.

« Nous n'avions pas de marque de rhum, notre objectif était donc d'en créer une en surfant sur la montée en gamme de cet alcool dont la consommation concurrence aujourd'hui celle des grands whiskeys », détaille Bric Dessertenne. « Quatre-vingts pays produisent dorénavant du rhum, il y a une curiosité du consommateur pour tous types de styles », ajoute sa complice Camille de Dominicis. Ni une, ni deux, le duo s'arme d'études de marché (et d'une certaine appétence pour l'alcool de canne à sucre) afin de trouver la solution : direction Cuba, ses *roncs* de style hispanique (produits à partir de mélasse dans des alambics à colonne), et la volonté de faire découvrir un univers plus sauvage et authentique que l'habituelle île communiste aux voitures des années 1950.

Les Français embarquent le plus jeune *maestro ronero* (« maître rhumier ») local, César Martí, qui leur déniche une martingale : recréer un rhum de tradition XIX<sup>e</sup> siècle en insistant sur la proportion d'aguardiente (eau-de-vie de canne réalisée à partir de mélasse distillée). Martí a réinventé la recette pour créer Eminente, qui est un assemblage, pour les deux tiers, d'aguardiente (distillée à 75 % d'alcool et vieillie en fût de chêne blanc) et, pour un tiers, de rhum « léger » (distillé à 95 %). Résultat : un rhum brun de 7 ans d'âge qui se distingue à la fois par sa complexité aromatique (cacao, amandes grillées, café,

épices douces) et par sa vitalité (grande puissance et longueur).

De la belle ouvrage, car, comme le reconnaît le maître rhumier lui-même, le potentiel des rhums de dégustation est énorme. Dans le monde entier, l'ancien alcool des pirates, des étudiants ou des mixologues est devenu un breuvage élaboré, à déguster seul, du moins dans la catégorie « premium » (à partir de 25 euros la bouteille en Europe). Des labels comme le vénézuélien Diplomático ou le philippin Don Papa ont ouvert la voie voici une douzaine d'années. Eminente vise explicitement leur place, avec ce petit plus très chic qu'est cette bouteille dont le verre gravé imite la peau d'un crocodile, l'animal symbole du Cuba tropical. Et Moët Hennessy n'est pas seul sur le coup. Pernod Ricard (Havana Club) a annoncé l'acquisition de La Hechicera (« l'enchanteresse »), une marque de rhum colombien premium lancée en 2012.

« Il y a un vrai boom sur les rhums de dégustation, avec une grande diversité de produits qui n'existait pas voilà une quinzaine d'années », explique Benoist Saillour, grand manitou du rhum à la boutique Odéon (Paris 6<sup>e</sup>) de La Maison du whisky. Pour cet expert, pas de doute, la vague est irrépressible : « Il a fallu des dizaines d'années pour que les single malts s'installent, mais là, le phénomène a été beaucoup plus rapide. » Analyse similaire d'un président de groupe européen de distribution d'alcool sur l'état du marché : « Le cognac n'existe plus depuis longtemps dans la tête des consommateurs français ; la vodka, c'est terminé ; le whisky, c'est pour les seniors ; pour tous les autres, il n'y a que le rhum qui compte ! »

Benoist Saillour pose devant lui quelques exemples de ses best-sellers de rhums bruns si recherchés. D'abord le Plantation, un rhum de la Barbade, à la fois vieilli sous le climat des Caraïbes, puis rapatrié à Cognac pour être terminé comme un XO (10 ans d'âge minimum), mention qui figure d'ailleurs sur la bouteille. Ensuite, le Flor de Caña 14 ans d'âge, un rhum du Nicaragua (famille Pellas

depuis cinq générations) qui a fait sa révolution écolo et s'est converti au commerce équitable. Enfin deux Hampden, un label directement issu d'antiques rhumeries de Kingston (Jamaïque) mais relocalisé récemment pour réaliser ses fermentations sur l'île (qui peuvent aller jusqu'à trois semaines, record du monde), afin d'exhaler ses arômes, uniques, de mangue et de banane.

Terroirs, savoir-faire, conscience environnementale : les nouveaux rhums bruns n'ont plus rien à envier aux joyaux maltés d'Islay ou de Taiwan. Il existe même une tendance toute récente : les anciens méchants rhums blancs (sans élevage), explosifs en alcool (car destinés aux cocktails), se parent de nouveaux atours pour épater les amateurs. Prenons Mark Reynier, gourou bien connu des whiskeys irlandais de terroir : il vient de lancer Renegade, des rhums blancs ultra haut de gamme issus de la Grenade. « Il essaie d'identifier les meilleures parcelles de canne et de travailler sa distillation en fonction de ces qualités, ça donne des jus plus ou moins structurés, plus ou moins intenses », détaille Benoist Saillour. D'autres marques réputées (comme le martiniquais Neisson, qui vient de sortir son rhum bio) s'inscrivent dans la même mouvance. À déconseiller en traditionnel ti-punch, donc ! ●

BENOIST SIMMAT

\* Réservation sur [staycation.co/fr](http://staycation.co/fr)

## CINQ NOUVEAUTÉS ÉPATANTES

### ● Gino

(Vivant, France) : À base de canne à sucre bio du Pérou. Pur (bio), ambré, épicé. Idéal pour l'apéritif. 45 euros

### ● Tartuga

(Distillerie de Provence, France) : Un assemblage de jus des Caraïbes. Un style doux et intense. 40 euros.

### ● Clairin Sajous

(M. Sajous, Haïti) : issu de canne endémique cristalline, un rhum blanc légèrement gras et puissant. 45 euros

• **Zacapa 23**

(Zacapa, Guatemala) : des jus d'âge et d'origine variés élevés en « solera » en fûts américains et espagnols. 60 euros

• **Île Maurice Batch #4**

(Chamarel, Maurice) : breuvage exotique vieilli trois fois (chêne français, ex-fût de Cognac, ex-fût d'Islay). 65 euros

**« Il y a un vrai boom et une grande diversité »**

**Benoist Saillour, expert en rhum**

**SPIRITUEUX** Le tord-boyaux des pirates, longtemps base de cocktails, est devenu un vrai alcool de dégustation



De gauche à droite :  
Clairin Sajous, Gino Vivant,  
Zacapa 23 et Eminente  
Reserva. LUDOVIC BALAY/EMINENTE