

LES TENDANCES MONDIALES PASSEES AU CRIBLE

Le cabinet XTC décrypte pour Rayons Boissons les nouveautés observées sur le rhum hors d'Europe. Une illustration du bouillonnement d'innovations bien au-delà de nos frontières...

➤ AFRIQUE

L'offre de rhum du continent africain se sophistique avec une recherche de modernité combinée à un savoir-faire traditionnel. Des éléments de packaging apportent par ailleurs une plus-value. À l'instar de Dzama de la distillerie Vidzar de Madagascar présenté dans une bouteille parée d'un sac en toile. Une tendance encore minoritaire mais très novatrice est observée à travers la marque Starr de l'île Maurice. Laquelle se veut solidaire et écologique. Produit dans une distillerie « durable », indépendante énergétiquement, Starr reverse une partie de ses bénéfices pour aider au développement du continent.

➤ ASIE

Historiquement non consommateurs de rhum si l'on excepte l'Inde avec son héritage britannique, les pays asiatiques s'ouvrent à cette boisson. L'offre apparaît encore éclatée avec des produits ancrés localement et possédant un caractère spécifique. Le rhum Phraya de Thaïlande est ainsi produit avec l'eau de la rivière Ta Chin et vieilli à l'aide d'une technique de maturation lente pour convenir au climat tropical. Toujours en Thaïlande, Chalong Bay est distillé selon une méthode française dans un alambic en cuivre. Au Japon, la marque Nine Leaves utilise l'eau des montagnes Otowa. Le rhum de la marque Cor Cor est, lui, fabriqué artisanalement sur l'île de Minamidaito au large d'Okinawa. Le marketing se développe également en Asie. Aux Philippines, la compagnie Bleeding Heart Rum utilise l'image du héros national Don Papa pour incarner son rhum.

➤ AMÉRIQUE DU SUD

L'offre de rhum d'Amérique du Sud monte en gamme depuis plusieurs années et propose des produits plus complexes aux packagings raffinés à l'instar de la marque Dictador de Colombie. Le « ron » Diplomatico issu du Venezuela arbore, lui, une étiquette élégante dotée d'une forte authenticité. Quant à la signature Zacapa produite du Guatemala et appartenant à Diageo, elle utilise pour son vieillissement la méthode complexe de la solera.

UN MARCHÉ MATURE COMME CELUI DES ÉTATS-UNIS EST ENCORE CAPABLE D'INNOVER

➤ AMÉRIQUE DU NORD

Ce marché mature est capable d'étonner, notamment sur le segment des aromatisés. Les versions épicées se développent toujours comme Cruzan 9 aux neuf épices ou Blackheart de Heaven Hill Distilleries. La séduction du consommateur se fait aussi grâce aux fruits, allant de la noix de coco chez Jolly Roger de Three-D Spirits, jusqu'aux agrumes et à la framboise pour Seagram's Rum de Pernod Ricard. Le fruit du dragon (ou pitaya) est utilisé par Bacardi Dragon Berry.

J.L.L. AVEC XAVIER PILLOY

QUATRE EXEMPLES D'AXES DE DÉVELOPPEMENT

XTC
world innovation



1

L'ÉCOLOGIE ET LA SOLIDARITÉ

➤ Produit sur l'île Maurice, Starr provient d'une distillerie indépendante énergétiquement. Il reverse une partie de ses bénéfices pour contribuer au développement économique de l'Afrique.



2

LE 100 % ARTISANAL

➤ Les Japonais se positionnent sur la naturalité avec Cor Cor issu de l'île de Minamidaito. Sans additifs ni colorants, ce rhum revendique une élaboration artisanale jusqu'à sa mise en bouteille.



2

LE HÉROS RÉVOLUTIONNAIRE EXPLOITÉ

➤ Originaire des Philippines, la nouvelle marque Don Papa sait faire le lien entre histoire et marketing. Elle utilise le nom et l'image du héros Don Papa qui a obtenu l'indépendance du pays.



4

UNE SAVEUR FRUIT DU DRAGON

➤ Aux États-Unis, Bacardi déploie une large gamme de rhums blancs aromatisés avec des parfums tels que pomme, pêche ou framboise. La saveur fruit du dragon (ou pitaya) apporte une note vraiment exotique.