

« Je pense que les rhums Plantation sont vraiment des produits phares pour les gens qui souhaitent consommer quelque chose de différent et de raffiné.. »

Plantation ramène le rhum dans les îles

La marque de rhum **Plantation**, créée par **Alexandre Gabriel** pour le compte de la **Maison Ferrand**, qui a comme but de commercialiser des lots de rhum achetés auprès de distilleries de différentes origines après les avoir fait vieillir en fût de cognac, fûts appartenant déjà à la **Maison Ferrand**. Aujourd'hui, un peu plus d'une dizaine de références (*hors singles casks*) sont disponibles sous cette marque en passant des rhums de la **Barbade**, à ceux de la **Jamaïque**, du **Nicaragua** ou encore de **Grenade**. Dans un souhait d'expansion commerciale, cette marque souhaite aujourd'hui s'établir dans le berceau du rhum, les caraïbes. Et quelle stratégie adopter pour vendre du rhum dans les pays des rhums? Nous avons posé la question à **Lisette Davis**, une grenadine devenue ambassadrice de la marque pour la région caraïbe.

Bail Benoît: Comment es-tu devenue ambassadrice de la marque de rhum Plantation pour la zone caraïbe?

Lisette Davis: Un choix des cieux... (*rires*), non je plaisante, mais je suppose que ça devait forcément tomber sur moi. Je suis une passionnée du rhum sous toutes ses formes. Après avoir eu l'occasion de goûter, déguster et juger une grande quantité de rhums à de nombreuses occasions, je suis tombée sur les rhums **Plantation**, que j'ai jugé de la même façon. Etant curieuse de nature, j'ai continué à m'intéresser à leurs produits et j'ai fait un certain nombre de recherches à leur sujet et sur ce que proposait cette marque. J'ai donc tout naturellement participé à plusieurs conférences données par **Alexandre Gabriel** et par la suite, j'ai eu l'occasion de lui rendre visite au domaine de la **Maison Ferrand** à Cognac. Sur place, je suis littéralement tombée amoureuse... de ce rhum, et non pas de lui (*rires*), même si je dois avouer qu'il a un certain charme. Par la suite, nous avons très vite compris que nous devons travailler ensemble et lancer les rhums **Plantation** dans les caraïbes.



B.B: Quel est ton travail quotidien en tant qu'ambassadrice de la marque?

L.D: Ca dépend des jours et c'est très varié. Il faut être très dynamique, car travailler pour **Plantation** amène avec soit qu'il y a toujours autre chose qui se passe ou qui va se passer, mais je pense que le travail au quotidien reste de faire comprendre aux gens à quel point **Plantation** est unique. Je dois leur montrer la magie qu'il y a à voir à travers des séminaires ou des dégustations, lors d'événements publics ou privés, contenir de bonnes relations avec les bars et certains hôtels qui servent nos produits et continuer à faire partie des projets qu'**Alexandre** met sur pied.

B.B: Est-ce que tu a d'autres activités en dehors de celle-ci?

L.D: Oui, je tiens une auberge à thème, qui tourne autour du rhum, et qui se situe dans une partie rurale de l'île de **Grenade** (*aussi appelée l'île aux épices*). L'auberge se nomme « **Rumboat Retreat** ».

B.B: Est-ce que ce n'est pas trop compliqué de promouvoir une marque de rhum bien spécifique, dans une région où chaque île a ses propres marques et distilleries locales?

L.D: Non, c'est même plutôt l'inverse. Le palais caribéen et capable de discernement (concernant le rhum) car le rhum est la boisson des îles. Les locaux identifient facilement un simple blend pauvre en goût ou un produit mal vieillit. Ici on a à faire à des gens « qualifiés par expérience » et le concept de **Plantation**, avec ce second vieillissement en fût de cognac, est plutôt intéressant pour ces locaux. Nous avons d'ailleurs reçu beaucoup de retours très positifs et commençons tout doucement à devenir une référence auprès des consommateurs locaux ayant déjà goûté nos produits.

B.B: Est-ce que **Plantation a mis en place une réelle stratégie pour se mettre en avant dans cette zone et pour se démarquer des autres marques?**

L.D: Certainement! Nous continuons tout simplement à faire ce que nous faisons de mieux! Faire d'excellent rhums que les gens aiment déguster. Travailler dur, avoir le souci du détail et travailler avec amour et passion au sein d'une équipe exceptionnelle. Voilà notre stratégie.

B.B: Qui sont finalement les consommateurs de rhums **Plantation dans les îles? Est-ce que les populations locales sont finalement très ouvertes d'esprit, quand il s'agit d'autres rhums que ceux qu'elles connaissent habituellement?**

L.D: Nous avons une clientèle très diversifiée pour le coup, allant des professionnels du secteur aux touristes, en passant par le simple pêcheur qui veut lui aussi, partager un moment privilégié avec un bon verre de rhum. Je pense que les rhums **Plantation** sont vraiment des produits phares pour les gens qui souhaitent consommer quelque chose de différent et de raffiné, et qui aiment simplement savourer les bonnes choses de la vie.

B.B: Est-ce que **Plantation compte également être présent lors des prochains Rhumfest organisés dans les îles? Si oui, lesquels?**

L.D: Nous sommes toujours heureux de pouvoir participer à ce genre d'événement, surtout quand des experts, juges ou grands amateurs font qu'à la fin nous décrochions des médailles pour nos produits. **Alexandre**, quant à lui, adore donner des conférences devant des audiences captivées de par sa passion du rhum. Cette année, nous avons d'ores et déjà participé au **Rhumfest dans les Bahamas**, où nous avons gagné une médaille d'or et une d'argent, puis à **Miami** où nous avons remporté pas moins de 8 médailles également, ainsi qu'un prix « Best in Class ». Sinon, pour la suite, nous serons présent à un événement nommé « **Tales of the Cocktails** » qui se tiendra à la Nouvelle Orléans au mois de juillet. Nous avons beaucoup de projets et tenons toujours notre public au courant via notre [page facebook](#).