

Sous la direction de
Jean-Michel Monnier

Master
Gastronomie et Vin

—
ESTHUA D'ANGERS

PATRIMONIALISATION DU RHUM

Comparaison Guadeloupe et Martinique

MÉMOIRE DE RECHERCHE

François COUTANCEAU
Ethan POTTIER
Ilona DUBOIS

—
2023-2025



Avertissements

Ce mémoire a été rédigé dans le cadre d'un cursus universitaire et a pour objectif de répondre aux exigences pédagogiques du Master Gastronomie et Vin, de l'ESTHUA, à l'Université d'Angers.

Il est le fruit d'un travail personnel d'analyse, de recherche et de synthèse réalisé par les auteurs. Les informations, données et citations qu'il contient proviennent de sources considérées comme fiables et ont été utilisées à des fins exclusivement académiques.

Toute reproduction, diffusion ou utilisation de tout ou partie de ce mémoire, sous quelque forme que ce soit, est strictement interdite sans l'accord préalable et écrit des auteurs.

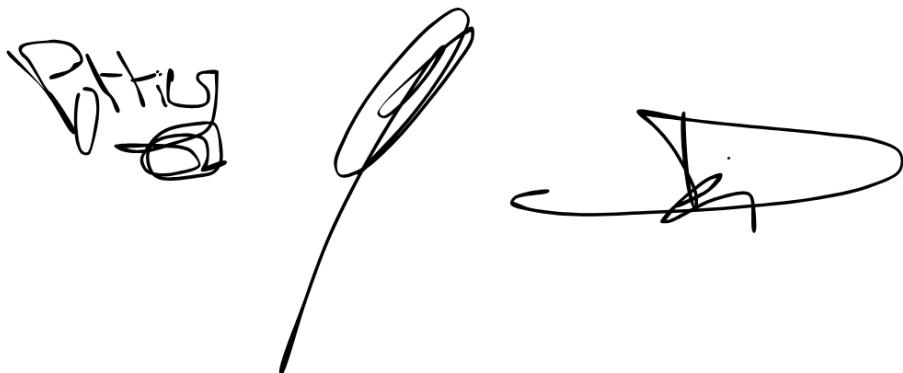
Les opinions exprimées dans ce document n'engagent que ses auteurs et ne sauraient en aucun cas représenter celles des organismes, entreprises ou personnes mentionnés, cités ou interrogés au cours de cette étude.

Les témoignages et entretiens réalisés dans le cadre de ce mémoire ont été recueillis avec le consentement des participants. Les données personnelles et les propos cités respectent la confidentialité des personnes interrogées, conformément aux principes de la protection de la vie privée et à la réglementation en vigueur.

ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Je, soussignés (e) Pottier Ethan, Dubois Ilona, Coutanceau François déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document publiés sur toutes formes de support, y compris l'internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée. En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées pour écrire ce rapport ou mémoire.

Signature :

Three handwritten signatures are shown. The first signature on the left appears to read "POTTIER". The second signature in the middle is a stylized "DUBOIS". The third signature on the right is a stylized "COUTANCEAU".

Cet engagement de non plagiat doit être inséré en première page de tous les rapports, dossiers, mémoires.

Remerciements

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à toutes les personnes qui ont accepté de partager avec nous leur temps, leur savoir, leurs souvenirs, et parfois même une partie de leur histoire.

Merci à Jean Louis de Lucy – propriétaire de la distillerie HBS, à Cécilia Laurendon – autrice d'un blog spécialisé sur le rhum, à Mathieu Lange – journaliste chez *Rumporter*, à Grégoire Hayot – propriétaire de la rhumerie Karukera, à Aurélien – apprenti maître de chai à la rhumerie Karukera, à Hervé Damoiseau – propriétaire de la distillerie Damoiseau, et à Sabine et Paul Combes – habitants de la Guadeloupe, pour leur accueil et leur générosité.

Merci à Manuella Birhou Nerville – membre du CTIG, à Delphine Termosiris – responsable communication et marketing de la distillerie Reimonenq, et un hommage tout particulier à Léopold Reimonenq, qui nous a quittés peu de temps après nous avoir transmis, avec une grande bienveillance, une partie de son savoir.

Merci également à Guylaine Roussel – responsable communication et marketing de la distillerie Montebello, à François Longueteau – propriétaire de la distillerie Longueteau, à Jean Rony Leriche – chef du restaurant Leriche et ambassadeur des rhums agricoles, à Grégory Vernant – propriétaire de la distillerie Neisson, à Maeva Flandrina – responsable communication et marketing de la distillerie Bologne, à Élodie Jean Louis – responsable des visites et des relations publiques de la distillerie Bologne, et à Valérie – responsable d'exploitation de la même distillerie et également membre d'un groupe carnavalesque.

Merci à Emmanuelle Parent – chargée de marketing à la distillerie La Favorite, à Vanessa Ferey – maîtresse de conférences en histoire et civilisation, à Nicolas Herbain – ancien habitant de la Martinique, à Malcolm Martinon – co-gérant de C'Rhum, à Jérôme Forget – président du Coderum de Martinique, à Moana Dogué – auteure d'un mémoire sur le rhum, à Michel Fayad – figure incontournable de la patrimonialisation du rhum, à Maud Rothmann – membre de l'INAO, et à Bruno Querin – père d'Ethan et ancien habitant de la Guadeloupe.

Nous remercions également l'ESTHUA, ainsi que sa bibliothèque universitaire, qui nous ont permis d'approfondir nos recherches et d'accéder à des lectures scientifiques essentielles.

Un grand merci à Jean-Michel Monnier, notre directeur de mémoire, pour sa disponibilité et ses conseils, ainsi qu'à Olivier Etcheverria, notre directeur de Master, sans qui ce mémoire de recherche n'aurait pas pu voir le jour.

Enfin, nous remercions chaleureusement nos familles respectives, pour leur soutien constant et leur présence précieuse tout au long de nos études.

En hommage à Léopold Reimonenq

Connu comme le “*papa du rhum guadeloupéen*”, M. Reimonenq nous a accordé un moment rare de transmission, peu de temps avant son départ.

Son savoir, sa passion, et sa gentillesse ont profondément marqué notre mémoire et notre travail.

Que son héritage continue de faire vivre le rhum de Guadeloupe à travers les générations.



Source : <https://www.rowspirits.fr/fr/marques/54-reimonenq.html>

Table des matières

Avertissement	2
Engagement de non plagiat	3
Remerciements	4 - 5
Introduction générale et méthodologie	11 - 13
Partie I : Cadre théorique – Le rhum, un patrimoine culturel	
Chapitre I. Définition des termes et contexte	14
A) La patrimonialisation et l'UNESCO	14 - 15
B) Les Antilles Française: Guadeloupe et Martinique.....	16 - 20
a) Présentation générale de la Guadeloupe	
b) Présentation générale de la Martinique	
C) Histoire et origines du rhum.....	21 - 22
D) Processus de fabrication, société et acteurs	23 - 30
a) Différents types et style de rhums	
b) Impact multidimensionnel sur les sociétés	
c) Les acteurs du tourisme et du patrimoine du rhum	
Partie II : Cadre méthodologique et problématique de recherche	
Chapitre II. Démarche scientifique, questionnements et hypothèses	31
A) Le choix du sujet de mémoire	31
B) La problématique de recherche	32
a) Formulation de la problématique principale	
C) Les hypothèses de recherche	32 - 34

a) Hypothèse 1 : Les interactions sociales et la valorisation différenciée	
b) Hypothèse 2 : Les représentations culturelles du rhum	
c) Hypothèse 3 : Les disparités administratives et leur impact	
Partie III : Analyse des hypothèses et réponses à la problématique.....	35
Chapitre III. Hypothèse 1 : Les interactions sociales entre les acteurs de l'industrie du rhum et les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise influent différemment sur la valorisation de la patrimonialisation.....	36 - 38
A) Évaluation de l'impact des producteurs de rhum sur les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise	38 - 46
a) Une filière génératrice d'emplois mais en déclin	
b) Une image sociale ambivalente : entre fierté locale et désintérêt croissant	
c) Le rhum dans les pratiques sociales quotidiennes : rites, famille, partage	
B) Relations entre les acteurs de l'industrie du rhum et les populations locales.....	46 - 53
a) Ouvrir les portes du rhum : initiatives de proximité et valorisation locale	
b) Transmettre, former, impliquer : entre savoir-faire et pédagogie sociale	
c) Perceptions croisées : entre fierté collective et sentiment d'exclusion	
C) Initiatives des institutions et des populations pour la patrimonialisation du rhum.....	53 - 59
a) Des événements populaires, espaces d'expression collective	
b) Les musées et distilleries comme lieux de médiation sociale	
c) Des initiatives territoriales pour impliquer les communautés	
D) Différences sociétales entre la Guadeloupe et la Martinique.....	59 - 66
a) Un rapport au foncier et à la terre contrasté	
b) Des dynamiques sociales différentes	
c) Engagement communautaire et ancrage local	

E) Conclusion de l'hypothèse.....	66 - 67
Chapitre IV . Hypothèse 2 – Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, influençant leur impact sur la valorisation du patrimoine.....	68 - 71
A) Les pratiques culturelles quotidiennes autour du rhum.....	71 - 78
a) Rites et usages domestiques du rhum (médecine traditionnelle, gestes symboliques)	
b) Le rhum comme lien social : famille, voisinage, transmission	
c) Le rhum dans la construction de l'identité locale (masculinité, mémoire, fierté)	
B) Fêtes, rituels et célébrations : le rhum comme acteur culturel.....	78 - 85
a) Le rhum dans les fêtes populaires (carnaval, fêtes patronales, Chanté Nwel)	
b) Symbolique du rhum dans les événements de la vie (baptêmes, mariages, veillées)	
C) Représentations modernes et enjeux patrimoniaux.....	85 - 95
a) Le rhum comme source d'inspiration artistique contemporaine (arts visuels, musique)	
b) Image et valorisation culturelle du rhum : entre tradition artisanale et produit de prestige	
c) Enjeux et modalités de patrimonialisation : musées, routes du rhum, labellisation	
D) Différences culturelles entre la Guadeloupe et la Martinique.....	96 - 101
a) Diversité des pratiques culturelles autour du rhum : gestes, symboles, et usages	
b) Patrimonialisation différenciée : regards et stratégies culturelles spécifiques	
E) Conclusion de l'hypothèse.....	101 - 103

Chapitre V : Hypothèses 3: Les disparités dans les administrations territoriales et leurs gouvernances entre la Guadeloupe et la Martinique influent sur l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine

A) La reconnaissance administrative du rhum : entre protection juridique et valorisation patrimoniale.....	104 - 122
a) L'AOC martiniquaise : fonctionnement, portée et limites patrimoniales	
b) Les dispositifs administratifs mis en place par la Guadeloupe	
B) Des politiques départementales contrastées entre soutien, tourisme et développement économique.....	122 - 139
a) En Martinique : une politique intégrée et cohérente	
b) En Guadeloupe : un appui plus dispersé et ponctuel	
c) La dimension sociale et économique de ces politiques	
C) Les relations entre institutions et producteurs : vers une co-construction du patrimoine ?.....	139 - 153
a) La cogestion État-profession en Martinique : un modèle de gouvernance structuré	
b) Les tensions et manques de coordination en Guadeloupe : un frein à la patrimonialisation collective	
c) Le rôle des collectivités locales dans la construction patrimoniale du rhum	
D) Patrimoine vivant : initiatives concrètes de valorisation autour du rhum.....	153 - 159
a) Les distilleries comme lieux de mémoire	
b) Rhum et tourisme culturel : vers une muséographie en action	
c) Le rôle des collectivités locales dans la construction patrimoniale du rhum	
E) Conclusion de l'hypothèse.....	160 - 163

Chapitre VI : Validation, réponse et conclusion général

A) Validations des hypothèses.....	163 - 166
------------------------------------	-----------

a) Hypothèses sociales	
b) Hypothèses culturelles	
c) Hypothèses économiques	
B) Réponses à la problématiques.....	166 - 167
C) Conclusion générale.....	167 - 169
Bibliographie	170 - 171
Sitographie	172
Table des annexes.....	173
Fiches de lecture.....	174 - 230
Grille d'entretiens.....	231 - 233
Bibliographie des sources orales.....	234 - 235
Annexes (cartographie, images)	236 - 249
Entretiens	250 - 313

Introduction

Le rhum occupe une place à part dans le paysage culturel, économique et historique des Antilles françaises. Plus qu'un spiritueux, il est l'héritier d'un long passé colonial, le reflet d'un savoir-faire transmis de génération en génération, et un marqueur fort de l'identité caribéenne. En Guadeloupe comme en Martinique, cette tradition rhumière s'est construite au fil des siècles et continue aujourd'hui de structurer les territoires, tant sur le plan social que patrimonial.

Ce mémoire a pour objectif de mettre en lumière la richesse du patrimoine lié au rhum dans ces deux îles, en interrogeant plus particulièrement les dynamiques de valorisation mises en place pour préserver et transmettre cet héritage. Dans un contexte de modernisation, de diversification agricole et de transformations économiques profondes, il est essentiel de s'interroger sur la manière dont le rhum parvient à conserver sa place dans l'ADN local et à s'adapter aux enjeux contemporains.

Plusieurs initiatives participent aujourd'hui à cette mise en valeur du rhum : musées, parcours touristiques, festivals, circuits de dégustation ou encore campagnes de communication. Ces actions, portées par des distilleries, des institutions publiques ou des collectifs citoyens, participent à la patrimonialisation d'un produit longtemps perçu comme ordinaire mais désormais reconstruit comme porteur de mémoire, de savoir-faire et de fierté identitaire. L'inscription du rhum léger cubain au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, en 2022, est venue illustrer à l'échelle internationale cette tendance à la reconnaissance culturelle du rhum.

Sur les conseils de notre directeur de mémoire, nous avons choisi d'enrichir notre étude d'une analyse comparative entre la Guadeloupe et la Martinique. Bien qu'elles partagent une histoire commune et des traditions similaires, ces deux îles ont développé des approches distinctes en matière de production, de valorisation et de transmission du patrimoine rhumier. La Martinique bénéficie, depuis 1996, d'une AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) pour son rhum agricole, lui offrant une reconnaissance institutionnelle forte. À l'inverse, la Guadeloupe, malgré une production dynamique et innovante, reste encore en retrait sur certains aspects de la reconnaissance patrimoniale.

Cette étude comparative vise ainsi à mieux comprendre comment les acteurs locaux – producteurs, institutions, guides touristiques, chercheurs ou habitants – contribuent à faire vivre, évoluer et transmettre le patrimoine du rhum sur chacun de ces deux territoires.

Notre problématique est la suivante :

- Comment les acteurs du rhum contribuent-ils à la valorisation du patrimoine culturel et historique de leur territoire ? Entre la Guadeloupe et la Martinique.

Pour y répondre, trois hypothèses structurent notre travail :

1. Les interactions sociales entre les acteurs de l'industrie du rhum et les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise influent différemment sur la valorisation de la patrimonialisation.
2. Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, influençant leur impact sur la valorisation du patrimoine.
3. Les disparités dans les administrations territoriales et leurs gouvernances entre la Guadeloupe et la Martinique influent sur l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine.

Méthodologie

Le terrain de cette recherche s'inscrit dans les Antilles françaises, plus précisément en Guadeloupe et en Martinique. Si notre réflexion puise ses racines dans l'histoire longue du rhum depuis sa période coloniale, la majeure partie de notre analyse porte sur les XXe et XXIe siècles, car c'est dans cette période récente que la patrimonialisation du rhum prend une nouvelle ampleur.

Après avoir mené un état de l'art thématique autour de la notion de patrimoine et de la construction identitaire à travers des produits agricoles, nous avons constaté que peu d'études académiques abordent directement la question de la patrimonialisation du rhum, en particulier en Guadeloupe. Les travaux sont plus nombreux pour la Martinique, en lien notamment avec son AOC.

Nous avons mobilisé à la fois une approche bibliographique (ouvrages spécialisés, articles scientifiques, travaux de mémoire) et une approche de terrain. Cette dernière repose sur des enquêtes qualitatives.

Pour répondre à la problématique de ce travail, une grille d’entretien semi-directive a été construite par rapport aux différents aspects sociales liés au rhum, les représentations culturelles, et les politiques de patrimonialisation en Guadeloupe et en Martinique. Chaque hypothèse a donné lieu à une série de questions sous ces trois aspects (*cf. Grille d’entretien*). Cette grille a servi de ligne directrice et de support lors de nos entretiens, permettant à la fois une comparaison des réponses et une liberté d’expression des personnes interrogées .

Notre méthodologie s’articule ainsi autour d’observation directe, de collecte de récits, et analyse des mécanismes de transmission et de reconnaissance du rhum comme bien culturel.

Partie I : Cadre théorique – Le rhum, un patrimoine culturel

Chapitre 1 – Définition des termes et contexte

A) La patrimonialisation et l'UNESCO

Nous avons choisi de nous pencher sur la patrimonialisation du rhum de Guadeloupe et de Martinique dans le cadre de notre projet de mémoire.

La notion de patrimonialisation émerge au début du XIX^e siècle, sous des termes tels que "*Patrimoine de Saint Pierre*" ou "*Patrimonium sancti petri*", revêtant une connotation sacrée à la fois mythologique, religieuse ou idéologique.

D'après Olivier Lazzarotti "Le patrimoine est un ensemble d'attribut, de représentation et de pratiques fixés sur un objet non contemporain (chose, œuvre, idée, témoignage, bâtiment, site, paysage, pratique) dont est décrété collectivement l'importance présente intrinsèque (ce en quoi cet objet est représentatif d'une histoire légitime des objets de la société) et extrinsèque (ce en quoi cet objet recèle des valeurs supports d'une mémoire collective), qui exige qu'on le conserve et le transmette".¹

On peut voir d'après sa définition qu'un objet patrimonialisé doit mériter d'être transmis du passé afin d'avoir une valeur dans le présent. Il souligne que le patrimoine englobe un ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques.

L'objet patrimonialisé est significatif en lui-même en tant que témoin ou produit d'une époque passée, et sa conservation est jugée importante pour préserver son histoire et son identité culturelle.

La patrimonialisation est un processus qui peut impliquer des actions législatives, des initiatives communautaires, des politiques de conservation et des efforts de sensibilisation du public. Lorsqu'un bien culturel est patrimonialisé, il acquiert souvent une valeur symbolique et identitaire importante pour une communauté, une région ou un pays. Cela peut conduire à sa protection légale, à son intégration dans des politiques de développement durable, à sa promotion touristique, ou encore à sa transmission aux générations futures.

¹ Lazzarotti Olivier est un géographe français renommé, spécialisé dans la géographie culturelle et le rapport des sociétés à leurs territoires. Ses travaux portent principalement sur les notions de patrimoine, de paysage, et sur la manière dont les individus et les communautés construisent et habitent leurs espaces.

En 2001, l'UNESCO² marque une étape importante dans la reconnaissance de la mémoire patrimoniale en introduisant une nouvelle catégorie de patrimoine, les PCI (Patrimoine Culturel Immatériel), entraînant ainsi une accélération de cette dynamique. En 2003, l'UNESCO promulgue une déclaration universelle sur la diversité culturelle, affirmant que celle-ci constitue un patrimoine commun de l'humanité. Cette déclaration vise à rétablir un équilibre entre les pays du Nord et du Sud, le Nord étant souvent doté d'un grand nombre d'objets reconnus comme patrimoine culturel matériel.

Pour la reconnaissance patrimoniale des objets, deux listes sont disponibles : la Liste de Sauvegarde Urgente, qui vise à préserver des objets ou des savoir-faire menacés de disparition, et la Liste Représentative, qui renforce le sentiment d'identité et de continuité au sein des communautés entourant ces objets.

La patrimonialisation est gérée par des acteurs officiels ou opérationnels chargés de ce processus. En France, ces acteurs incluent le ministère de la Culture, la Mission Française pour les Cultures Alimentaires, ou encore l'Office du Patrimoine Culturel Immatériel. Au niveau international, l'UNESCO est l'organisation principale chargée de la patrimonialisation.

Fondée en 1945, l'UNESCO est célèbre pour son rôle dans la préservation des sites du patrimoine mondial. C'est l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture. Elle contribue à la paix et à la sécurité dans le monde.

L'UNESCO a par exemple inscrit le savoir-faire des maîtres du rhum léger de Cuba sur la Liste Représentative du Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité.

En examinant la patrimonialisation du rhum et ses aspects, une autre forme émerge : la patrimonialisation "*tacite*". Il s'agit d'une reconnaissance non officielle, basée sur des pratiques, des discours et des imaginaires, où certains objets ou coutumes sont considérés comme faisant partie intégrante du patrimoine. C'est le cas du rhum dans les Antilles, où il est devenu un véritable élément du patrimoine local.

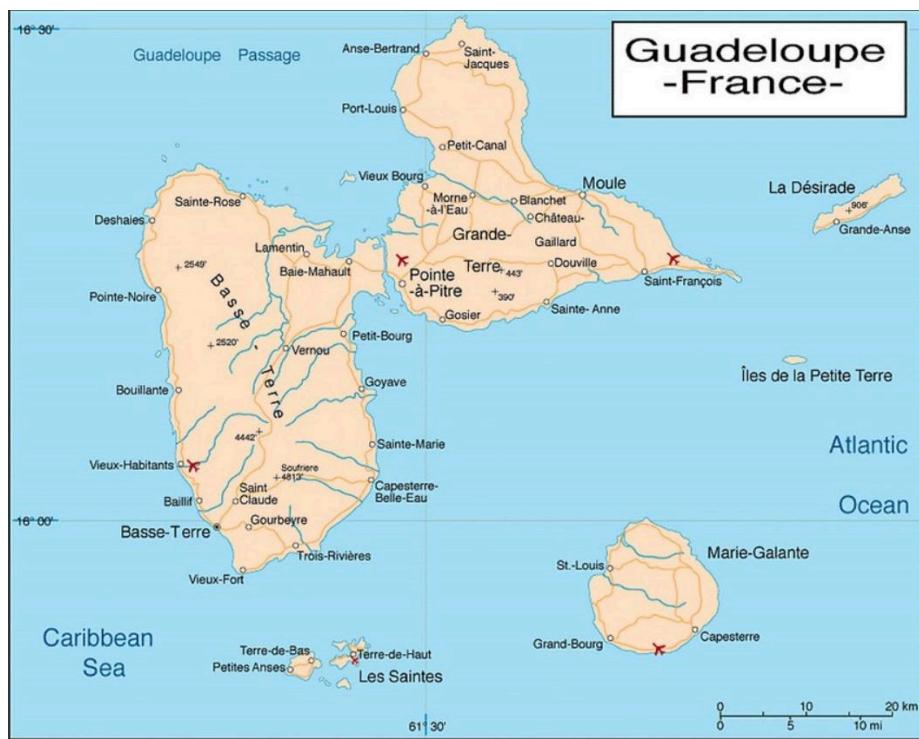
² L'UNESCO, ou Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, est une agence spécialisée de l'ONU créée en 1945. Elle a pour mission de promouvoir la paix, le développement durable et la coopération internationale à travers l'éducation, la science, la culture et la communication. L'UNESCO est surtout connue pour son rôle dans la préservation du patrimoine mondial, matériel et immatériel, en identifiant, protégeant et valorisant des sites et des traditions qui revêtent une importance exceptionnelle pour l'humanité

B) Les Antilles Française: Guadeloupe et Martinique

Pour notre projet de mémoire, nous avons dû faire des choix et diminuer l'étendue de nos recherches afin de se concentrer sur le rhum originaire de la Guadeloupe et de la Martinique.

a) Présentation générale de la Guadeloupe

La Guadeloupe, située dans la mer des Caraïbes, est un archipel qui s'étend sur environ 1 628 km² et est composé de sept îles principales. Les deux plus grandes, Basse-Terre et Grande-Terre, sont séparées par un étroit bras de mer appelé la "Rivière Salée", et ensemble, elles forment une silhouette évoquant un papillon, symbole emblématique de l'île. Ce détail géographique revêt une grande importance pour l'identité des Guadeloupéens, à tel point que la forme du "papillon" est souvent reprise dans les arts locaux, et certains habitants choisissent même de la tatouer sur leur peau, affirmant ainsi leur attachement à leur île natale.



©1992 Magellan GeographixSMSanta Barbara, CA (800) 929-4627

Source: Cartograf <https://www.cartograf.fr/guadeloupe.php>

Depuis 1946, la Guadeloupe est un département d'outre-mer français, ce qui signifie qu'elle fait pleinement partie de la République française, bien qu'elle soit située à plus de 6 700 kilomètres de la métropole. Ce statut lui confère des droits et des devoirs similaires à ceux des départements de France continentale, tout en lui permettant de conserver une identité et

une culture propres, marquées par des influences africaines, amérindiennes, européennes et indiennes, qui se reflètent dans sa langue créole, sa musique, sa cuisine, et ses traditions.

Avant l'arrivée des Européens, la Guadeloupe était couverte d'une dense forêt tropicale, abritant une biodiversité remarquable. Les premiers habitants de l'archipel étaient les Arawaks, un peuple amérindien qui s'y était installé vers 300 avant J.-C.

Cependant, ce sont les Caraïbes, un peuple autochtone originaire du Venezuela, qui occupaient l'île lorsque Christophe Colomb la découvrit lors de son deuxième voyage, en novembre 1493. Colomb baptisa l'île "Santa María de Guadalupe de Extremadura", en hommage à un monastère situé dans la région de l'Estrémadure, en Espagne. Ce moment marque le début d'une ère de bouleversements pour l'archipel, notamment avec l'arrivée des colons européens qui allaient radicalement transformer son paysage, sa faune et sa flore.

La colonisation espagnole, bien que peu durable, entraîna des changements importants. Les Espagnols, principalement intéressés par d'autres territoires plus riches en ressources comme Cuba ou le Mexique, n'ont pas établi de présence solide en Guadeloupe. Ce sont les Français qui, à partir de 1635, établirent une colonie permanente. Ce processus de colonisation s'accompagna d'une exploitation intensive des ressources naturelles de l'île, notamment le défrichement de larges pans de forêts pour permettre la culture de la canne à sucre, une activité qui deviendra le moteur économique de l'île pendant des siècles.

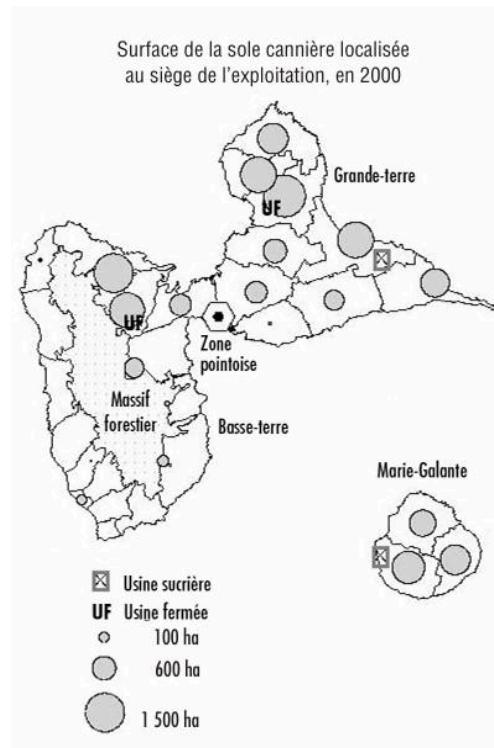
Cette déforestation massive eut un impact dévastateur sur la biodiversité de la Guadeloupe. De nombreuses espèces de plantes et d'animaux endémiques disparurent, et les écosystèmes furent profondément modifiés. L'introduction de nouvelles espèces par les colons, volontairement ou involontairement, accentua encore davantage ce phénomène, conduisant à un déséquilibre écologique dont les répercussions se font sentir jusqu'à aujourd'hui.

Les Français instaurèrent également un système de plantation basé sur l'esclavage, qui a marqué profondément l'histoire et l'identité de l'archipel. En effet, des milliers d'Africains furent déportés pour travailler dans les plantations de canne à sucre, une réalité qui persista jusqu'à l'abolition de l'esclavage en 1848.

La Guadeloupe s'est forgée une identité forte, enrichie par la diversité de ses influences culturelles. Son paysage est à l'image de cette richesse, mêlant plages, forêts, rivières et

cascades. Le volcan de la Soufrière, situé sur l'île de Basse-Terre, est un symbole naturel majeur, culminant à 1 467 mètres d'altitude, il rappelle l'origine volcanique de l'archipel.

Aujourd'hui, l'économie de la Guadeloupe repose principalement sur le tourisme et l'agriculture, notamment la production de bananes, de canne à sucre et de rhum.



Source : Agreste, Recensement agricole DOM, 2000 Article lu à consulter à l'adresse suivante : <http://sgproxy02.maaaf.ate.info/IMG/pdf/canne041007-2.pdf>

b) Présentation générale de la Martinique

La Martinique, également située au cœur de la mer des Caraïbes, fait partie de l'archipel des Petites Antilles. Elle a été découverte par Christophe Colomb en 1502 lors de son quatrième voyage, et comme de nombreuses îles caribéennes, elle a été marquée par des siècles de colonisation européenne, de mouvements migratoires, et de brassages culturels. Aujourd'hui, la Martinique est une région française d'outre-mer, fière de son patrimoine culturel, de sa richesse historique, et de son identité singulière, forgée au fil des siècles par des influences africaines, européennes, amérindiennes et caribéennes.

Française depuis 1635, à l'instar de la Guadeloupe, la Martinique possède une histoire riche et complexe qui témoigne de son passé colonial et des multiples influences qui se sont succédé sur son territoire. Dès l'arrivée des premiers colons, l'île a été le théâtre de nombreux

affrontements entre puissances européennes, principalement la France et la Grande-Bretagne, qui cherchaient à contrôler cette région stratégique des Caraïbes. Ces conflits territoriaux ont façonné le développement de la Martinique, marquant durablement son évolution politique, économique et sociale.

La Martinique, également située au cœur de la mer des Caraïbes, fait partie de l'archipel des Petites Antilles. Elle a été découverte par Christophe Colomb en 1502 lors de son quatrième voyage, et comme de nombreuses îles caribéennes, elle a été marquée par des siècles de colonisation européenne, de mouvements migratoires, et de brassages culturels. Aujourd'hui, la Martinique est une région française d'outre-mer, fière de son patrimoine culturel, de sa richesse historique, et de son identité singulière, forgée au fil des siècles par des influences africaines, européennes, amérindiennes et caribéennes.

Française depuis 1635, à l'instar de la Guadeloupe, la Martinique possède une histoire riche et complexe qui témoigne de son passé colonial et des multiples influences qui se sont succédé sur son territoire. Dès l'arrivée des premiers colons, l'île a été le théâtre de nombreux affrontements entre puissances européennes, principalement la France et la Grande-Bretagne, qui cherchaient à contrôler cette région stratégique des Caraïbes. Ces conflits territoriaux ont façonné le développement de la Martinique, marquant durablement son évolution politique, économique et sociale.

La colonisation de l'île s'est accompagnée de l'implantation de la culture de la canne à sucre, une activité agricole qui allait devenir l'une des principales sources de richesse de la Martinique pendant des siècles. Cependant, cette prospérité reposait sur un système d'esclavage qui a profondément marqué l'histoire de l'île. Des milliers d'Africains ont été arrachés à leur terre natale pour travailler dans les plantations, et ce n'est qu'en 1848 que l'esclavage a été aboli en Martinique, laissant derrière lui des blessures encore perceptibles aujourd'hui.

Comme l'a souligné l'article “La Guadeloupe et la Martinique dans l'histoire française des migrations en régions de 1848 à nos jours”³, l'histoire de la Martinique, tout comme celle de la Guadeloupe, a été largement façonnée par les mouvements migratoires. Après l'abolition de l'esclavage, la Martinique a connu l'arrivée de travailleurs venus d'Inde, de Chine, et

³ Rédigé par Laurent Jalabert et Pascal Blanchard en 2013, l'article analyse comment les migrations, depuis l'abolition de l'esclavage en 1848, ont façonné la démographie et la culture de la Guadeloupe et de la Martinique, donnant naissance à des sociétés diverses et marquées par une histoire complexe.

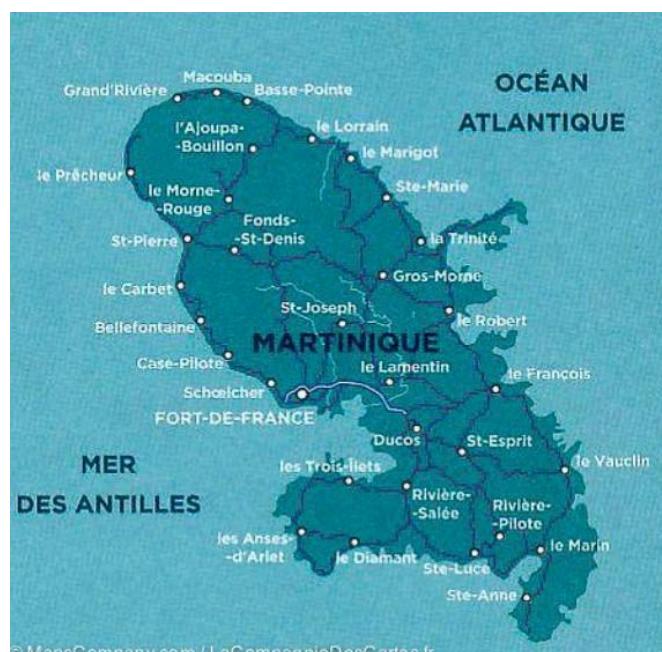
d'autres régions, bien que dans une moindre mesure par rapport à la Guadeloupe. Ces vagues migratoires ont contribué à enrichir la société martiniquaise, mais elles n'ont pas eu la même ampleur que dans d'autres îles des Caraïbes, ce qui explique certaines différences dans la construction identitaire des deux territoires.

Bien que la Martinique et la Guadeloupe partagent de nombreux points communs, notamment leur statut de départements d'outre-mer français, leurs histoires respectives les ont conduites à développer des identités distinctes.

Contrairement à la Guadeloupe, qui a été davantage marquée par les vagues d'immigration, la Martinique a connu une influence plus importante des colons français, ce qui a influencé son développement économique, social et culturel.

Cette différence se reflète aujourd'hui dans les pratiques culturelles, la musique, la danse, et même la langue créole, qui varie légèrement d'une île à l'autre.

L'économie martiniquaise s'est diversifiée au fil du temps, bien qu'elle repose encore sur quelques piliers traditionnels, tels que l'agriculture de la canne à sucre, de la banane, et des cultures maraîchères, le rhum, et plus récemment, le tourisme. La Martinique a su valoriser ses atouts naturels, culturels et historiques pour attirer les touristes, qui viennent découvrir ses paysages, sa gastronomie, et ses traditions.



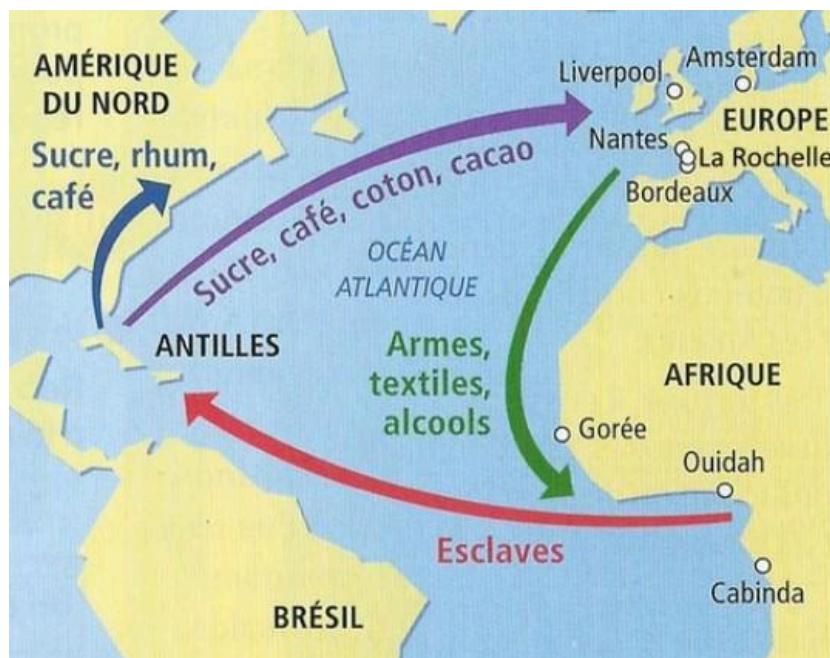
Source: Compagnie des cartes <https://lacompagniedescartes.fr/products/carte-martinique-ign>

C) Histoire et origines du rhum

La fabrication de rhum agricole est l'une des caractéristiques les plus emblématiques de la Guadeloupe et de la Martinique. Ces îles sont célèbres pour leurs distilleries et leur histoire est étroitement liée à cette boisson.

La culture de la canne à sucre, première culture introduite aux Antilles, a joué un rôle central dans le développement de cette industrie. Les Espagnols, lors de la colonisation, ont introduit des plants de canne provenant des Canaries. La production de sucre nécessitait une main-d'œuvre importante pour la coupe des cannes, l'extraction du jus et la fabrication des pains de sucre exportés vers l'Europe.

En 1642, Louis XIII, roi de France autorise la traite négrière afin de répondre à la demande croissante de main-d'œuvre. La France, suivant ainsi l'exemple de l'Espagne et du Portugal, commence à importer des hommes et des femmes d'Afrique pour les vendre comme esclaves aux propriétaires de plantations des Antilles. Ce système commercial, connu sous le nom de "*commerce triangulaire*", voit l'intensification de l'esclavage au fil du temps. En 1685, les esclaves représentent 50 % de la population des Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique et Saint-Domingue), chiffre qui grimpe à 86 % en 1788. (*cf. annexe 6*)



Source: Académie de Nantes

<https://www.pedagogie.ac-nantes.fr/histoire-geographie-citoyennete/analyse-critique-d-un-document-iconique-le-commerce-triangulaire-1202510.kjsp>

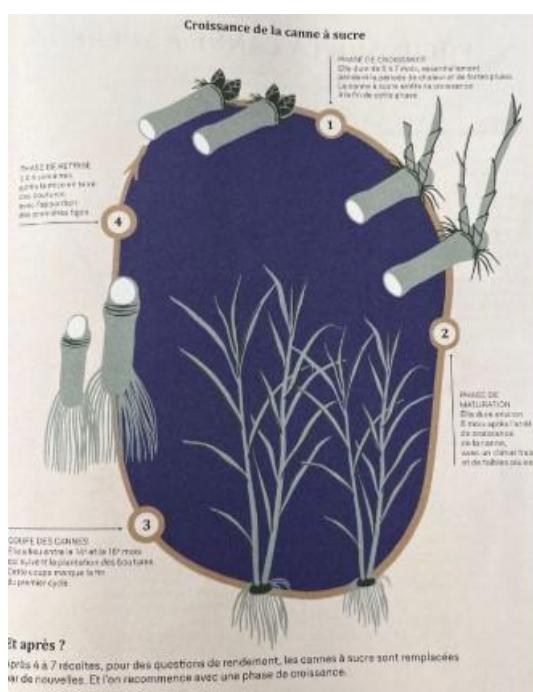
L'histoire du rhum est étroitement liée aux récits coloniaux en Europe et au système de l'esclavage. En effet, le rhum a longtemps été un sous produit de la canne à sucre, puisqu'il a été découvert par les esclaves, lorsqu'ils ont bu le jus non utilisé du sucre: "la mélasse". Ils se sont rendu compte que cette boisson fermentée était enivrante.

Les Hollandais ont développé au cours du 16ème siècle, la distillation industrielle, et l'importe dans le Nouveau Monde au début du 17ème siècle. Étant un sous produit, le rhum était réservé aux esclaves, aux pirates et aux marins.

Le mot "rum" apparaît officiellement dans un ordre du Gouverneur et du Conseil de la Jamaïque en date du 3 juillet 1661.

Au 18ème siècle, la canne à sucre régnait en tant que principale source de sucre et continue encore aujourd'hui à représenter entre 70 et 80% de la production sucrière mondiale.

Certaines variétés de canne à sucre sont spécialement adaptées à la distillation du rhum. Pour garantir des variétés résistantes aux maladies endémiques et aux herbicides, la Martinique, ainsi que d'autres régions du monde, a lancé un programme de sélection variétale de la canne à sucre. La canne est récoltée entre janvier et août pour l'élaboration du rhum de la Martinique, de la Guadeloupe et de la Guyane et entre juillet et décembre pour l'Ile de La Réunion. (*cf. annexe 7*)



Source: Guidot, M. (2020). Le rhum c'est pas sorcier. Hachette livre, département Marabout

D) Processus de fabrication, société et acteurs



1. BRULAGE ET COUPE DE LA CANNE

La technique du brûlage des champs de canne à sucre est utilisée pour préparer les champs avant la récolte, car le feu supprime les feuilles des tiges, ce qui évite aux ouvriers d'éplucher manuellement la canne à sucre. La canne est coupée à la main ou à la machine.



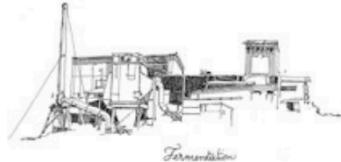
3. DISTILLATION

À partir du XVe siècle, la distillation devient principalement associée à la production d'alcool. Ce processus implique de chauffer le mélange fermenté dans un alambic, puis de collecter et refroidir les vapeurs d'alcool pour les transformer à nouveau en liquide.



5. MISE EN BOUTEILLES

Sauf indication contraire sur l'étiquette, un rhum est le résultat d'un assemblage de différents rhums, mélangés par le maître de chai pour obtenir le profil gustatif désiré. Ce mélange est ensuite réduit et filtré pour atteindre le degré d'alcool approprié, puis embouteillé.



2. FERMENTATION

Processus découvert en 1857 par Pasteur, la fermentation est la transformation du sucre en alcool grâce aux levures. Cette étape dure entre 24 et 48 heures. Il existe 3 types de fermentation: la fermentation contrôlée (en batch), la fermentation contrôlée (en continu), la fermentation spontanée.



4. VIEILLISSEMENT

Le rhum peut subir un processus de maturation dans des cuves en inox (rum blanc) ou des fûts en chêne (rum vieux). La période de vieillissement et les variations climatiques jouent un rôle crucial dans le développement de sa teinte et de ses arômes.



6. DÉGUSTATION

Aux Antilles, le rhum est savouré tout au long de la journée, en petites quantités, particulièrement après le travail ou lors d'évènements. Traditionnellement, un verre d'eau est toujours consommé après le rhum pour atténuer "le feu" que celui-ci peut procurer.

a) Différents types et style de rhums

Les différents types de rhums reposent sur des procédés de fabrication spécifiques, chacun apportant une identité propre au produit final et des caractéristiques sensorielles distinctives.

1. Le rhum agricole

Produit exclusivement à partir de la fermentation puis de la distillation du jus frais de canne à sucre (le vesou), ce rhum développe des arômes herbacés, floraux et vifs qui reflètent le terroir de la canne. Il peut être consommé jeune, notamment dans les cocktails, ou vieilli en fûts de chêne pour acquérir des notes boisées et complexes.

Le rhum agricole est principalement élaboré aux Antilles françaises, en particulier en Guadeloupe et en Martinique. À noter que seule la Martinique bénéficie d'une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)⁴ pour ses rhums agricoles depuis 1996, tandis que la Guadeloupe dispose d'une Indication Géographique Protégée (IGP)⁵.

2. Le rhum traditionnel

Issu de la fermentation et de la distillation de la mélasse, un sous-produit de la fabrication du sucre, ce rhum est le plus répandu dans le monde. Il présente généralement des arômes plus ronds et sucrés que le rhum agricole. Il est souvent commercialisé jeune ou coloré au caramel pour uniformiser sa teinte, et largement utilisé en cuisine ou dans les mélanges. Toutefois, certains rhums traditionnels peuvent être longuement vieillis, développant alors des profils aromatiques complexes.

3. Le rhum Grand Arôme

Ce rhum appartient à une catégorie spécifique du rhum industriel, caractérisée par une fermentation prolongée de la mélasse, de la vinasse⁶ et de l'eau. Cette méthode permet d'obtenir une forte concentration en arômes dits « lourds » (esters, composés organiques intenses). Le rhum Grand Arôme n'est pas destiné à la consommation directe : il est

⁴ AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) : Signe officiel français d'identification de la qualité et de l'origine, garantissant qu'un produit est élaboré selon un savoir-faire reconnu et dans une aire géographique précise.

⁵ IGP (Indication Géographique Protégée) : Label européen qui identifie un produit agricole ou alimentaire dont la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques sont liées à son origine géographique, avec un cahier des charges moins strict que l'AOC.

⁶ Vinasse : Résidu liquide issu de la distillation de la canne à sucre ou de la mélasse, composé principalement d'eau, de matières organiques et minérales, utilisé dans certaines fermentations pour accentuer les arômes.

principalement utilisé pour enrichir les assemblages et apporter puissance et complexité aux rhums de coupe ou aux préparations industrielles.

4. Le rhum léger

Produit également à partir de mélasse, le rhum léger est distillé à un degré très élevé, atteignant souvent entre 85 % et 96 % d'alcool. Cela lui confère une neutralité aromatique proche de celle de l'alcool pur, avec peu d'arômes résiduels autres que l'éthanol. Ce type de rhum est principalement destiné à l'industrie des spiritueux et sert de base pour des cocktails ou des préparations aromatisées.

Différents styles de rhums :

Les styles de rhums varient selon les traditions des différentes régions productrices, héritées des influences coloniales et adaptées aux conditions locales. Ces styles se distinguent par leurs caractéristiques gustatives, leurs méthodes de fabrication et leurs usages.

1. Le rhum de style français

Basé sur la production à partir de jus de canne à sucre frais, ce style est typique des Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique), de la Guyane et de La Réunion. Ce savoir-faire s'est également développé dans d'autres pays comme Haïti, l'île Maurice ou Madagascar. Les rhums agricoles, élaborés dans des alambics à colonne⁷, sont réputés pour leur pureté et leurs arômes herbacés et floraux. Des marques emblématiques comme Clément, Saint James ou Damoiseau incarnent cette tradition de qualité.

2. Le rhum de style anglais

Héritage des colonies britanniques telles que la Jamaïque ou la Barbade, ce style repose sur l'utilisation de la mélasse et des méthodes traditionnelles de distillation en alambics à repasse⁸. Il en résulte des rhums riches, souvent corsés et intenses en saveurs. Parmi les marques phares figurent Hampden, El Dorado ou Black Tot, qui perpétuent cet héritage.

⁷ Alambic à colonne: Alambic de distillation continue, permettant de produire de grandes quantités d'alcool de façon plus régulière, souvent utilisé pour obtenir des rhums plus légers.

⁸ Alambic à repasse : Alambic utilisé en distillation discontinue, dans lequel la chauffe s'effectue par lots successifs, permettant d'obtenir des eaux-de-vie plus aromatiques et concentrées.

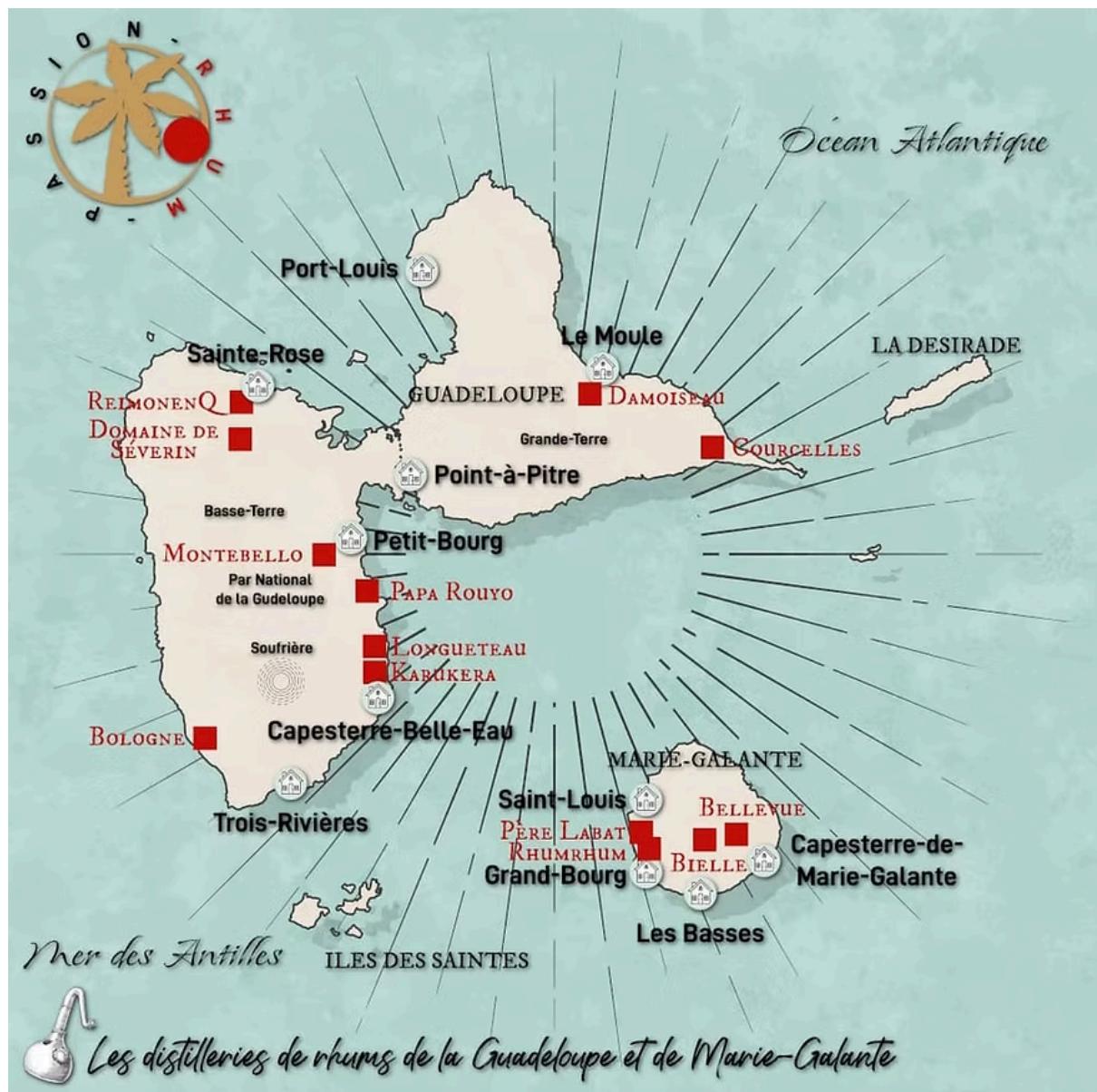
3. Le rhum de style hispanique

Popularisé par les anciennes colonies espagnoles comme Cuba, la République dominicaine ou le Venezuela, ce style, souvent appelé “ron”⁹, se caractérise par des rhums plus doux ou légèrement sucrés, faciles à boire et distillés en alambics à colonne. Ils sont particulièrement appréciés pour les cocktails. Des marques comme Havana Club, Diplomático ou Don Papa en sont des exemples représentatifs.



Source: Passion Rhum : <https://www.passion-rhum.com/les-distilleries-de-martinique>

⁹ Ron : Terme espagnol désignant le rhum produit dans les anciennes colonies espagnoles.



Source: Passion Rhum : <https://www.passion-rhum.com/les-distilleries-de-martinique>

b) Impact multidimensionnel sur les sociétés

Après plusieurs recherches, nous avons identifié trois dimensions clés qui mettent en lumière l'impact du rhum sur les sociétés et sur leur identité : la dimension sociale, la dimension politique et la dimension culturelle.

La dimension sociale regroupe tous les éléments liés aux interactions entre les personnes vivant dans une même société. Concernant le rhum, cela inclut les relations que les individus entretiennent avec ce produit au sein de leur communauté : il peut s'agir des liens créés à travers la consommation, la transmission du savoir-faire ou encore le rôle économique que

joue le rhum en offrant des emplois locaux. Comme le souligne un mémoire sur la production de rhum artisanal à Madagascar : “La fabrication de rhum artisanal offre du travail aux habitants du lieu, mais apporte aussi des revenus pour leur survie. C'est un savoir-faire local transmis de génération en génération depuis des années.”¹⁰

La dimension politique, quant à elle, englobe l'ensemble des actions et des relations de pouvoir qu'un gouvernement peut exercer au sein d'une société, en lien avec le rhum. Elle se traduit par des réglementations, comme les appellations (AOC, IGP), ou par des initiatives publiques visant à valoriser et protéger le patrimoine lié au rhum. Par exemple, le gouvernement cubain organise des cours sur la fabrication du rhum dans des écoles et collèges, dans le but de valoriser ce patrimoine et de pérenniser ce savoir-faire auprès des jeunes générations.

Enfin, la dimension culturelle se réfère aux croyances, valeurs, traditions et pratiques qui façonnent l'identité d'un groupe social et influencent la façon dont le rhum est intégré dans la vie quotidienne. Selon Geert Hofstede, la dimension culturelle permet d'évaluer la culture d'un groupe à travers ses modes de vie et ses systèmes de valeurs. Dans le cas du rhum, elle englobe la manière dont les habitants s'identifient à ce produit, les rituels qui l'accompagnent, ainsi que sa place dans les événements sociaux comme les mariages, les veillées ou les célébrations. Cette dimension est illustrée par des citations tirées du patrimoine culturel immatériel (PCI) du rhum léger cubain, telles que :

1. “À Santiago de Cuba et à La Havane, des musées dédiés à la culture du rhum cubain contribuent à promouvoir le savoir-faire des maîtres du rhum léger et à le faire découvrir au grand public.”¹¹
2. “Le maître du rhum est le gardien d'une culture, d'un savoir-faire. Il doit perpétuer cet héritage historique, comprendre l'importance du rhum cubain, et faire partie d'une expression culturelle.”¹²

¹⁰ Andrianaivomampionona, J. M. (2020). Étude du savoir-faire et de la technique de fabrication de rhum artisanal dans le corridor forestier Fandriana-Marolambo [Mémoire de master].

¹¹ Conseil National du Patrimoine Culturel, *Inventaire des éléments du patrimoine culturel immatériel : Maîtres du rhum*, UNESCO, 2017, [en ligne] : <https://ich.unesco.org/fr/00001>

¹² Conseil National du Patrimoine Culturel, *Inventaire des éléments du patrimoine culturel immatériel : Maîtres du rhum*, UNESCO, 2017, [en ligne] : <https://ich.unesco.org/fr/00001>

Ces trois dimensions serviront de cadre analytique à notre mémoire pour comparer la manière dont la Guadeloupe et la Martinique valorisent et préservent leur patrimoine rhumier. Cette approche nous permettra de saisir les spécificités sociales, politiques et culturelles de chaque territoire, et de mieux comprendre comment le rhum participe à la construction de leur identité.

c) Les acteurs du tourisme et du patrimoine du rhum

Définition du tourisme

Le tourisme peut être défini comme un système regroupant des acteurs, des pratiques et des espaces, qui contribue à la recréation des individus à travers des déplacements temporaires hors de leur cadre quotidien. Le terme “système” souligne l’importance d’une relation structurée entre les différents éléments, tandis que le concept de “re-création” indique la recherche volontaire d’expériences nouvelles. La nécessité de quitter son environnement habituel marque enfin la rupture avec la routine, transformant l’ordinaire en extraordinaire. Selon la littérature, les cinq principaux motifs du déplacement touristique sont le repos, la découverte, le jeu, le shopping et le renforcement des liens de sociabilité.¹³

Dans ce cadre, le tourisme gourmand se caractérise par un déplacement motivé par la découverte de produits alimentaires ou de boissons spécifiques, afin de vivre une expérience gastronomique unique.

Acteurs du tourisme gourmand

Un acteur du tourisme gourmand peut être un professionnel, une entreprise ou un particulier qui conçoit et propose des expériences autour d’un produit gastronomique. L’objectif est de le partager, le valoriser et le promouvoir, afin de préserver une culture ou une tradition. Ces acteurs jouent un rôle clé dans la diffusion de la culture du rhum au-delà de son territoire d’origine.

- Exemples pour le rhum : distilleries organisant des visites et dégustations, restaurants mettant le rhum à l’honneur, musées spécialisés, ou agences proposant des circuits thématiques.

¹³ Les cinq motifs du tourisme (repos, découverte, jeu, shopping, sociabilité) s’inspirent de la classification de Pierre Defert (1971), reprise dans plusieurs études en sociologie du tourisme.

Acteurs du patrimoine gourmand

Les acteurs du patrimoine gourmand ont des missions similaires, mais avec un accent plus fort sur la préservation et la transmission des savoir-faire liés à une tradition culinaire ou à un produit spécifique. Ils peuvent être des individus, des associations, ou des institutions qui œuvrent à la conservation et à la mise en valeur des patrimoines gastronomiques régionaux ou nationaux.

- Exemples pour le rhum : distilleries familiales préservant des méthodes ancestrales, festivals comme le “Caribbean Rum and Food Festival” célébrant la culture rhumière, musées dédiés au rhum, ou encore confréries valorisant les traditions liées à sa consommation.

Ainsi, ces acteurs – qu’ils relèvent du tourisme ou du patrimoine – sont essentiels pour ancrer le rhum dans l’imaginaire collectif et le transmettre aux générations futures, participant activement à sa patrimonialisation en Guadeloupe et en Martinique.

Partie II : Cadre méthodologique et problématique de recherche

Chapitre 2. Démarche scientifique, questionnements et hypothèses

A) Le choix du sujet de mémoire

Notre projet de mémoire est né d'un intérêt commun pour les produits issus des terroirs et les savoir-faire artisanaux qui façonnent l'identité culturelle des régions. Après plusieurs échanges sur les différentes filières agroalimentaires et spiritueuses françaises, notre attention s'est rapidement portée sur le rhum des Antilles françaises. Nous avons en effet pris conscience que le rhum, au-delà de son statut de produit emblématique, représente un véritable marqueur culturel et social en Guadeloupe et en Martinique.

Au cours de nos premiers séminaires de recherche, nous avons choisi d'orienter notre réflexion sur la patrimonialisation du rhum, un thème qui nous permet de croiser des enjeux économiques, culturels et identitaires. Le rhum se trouve aujourd'hui à un carrefour : d'un côté, il subit les transformations liées à l'industrialisation et à la concurrence internationale ; de l'autre, il conserve un savoir-faire artisanal et une symbolique forte pour les populations locales.

Nous souhaitons comprendre comment ce patrimoine vivant peut continuer à prospérer et être valorisé, notamment face à l'émergence d'autres cultures comme le melon ou la banane, qui modifient les paysages agricoles et les priorités économiques aux Antilles.

En explorant ce sujet, nous avons pour objectif d'analyser les moyens de préserver ce savoir-faire – qu'il s'agisse de dispositifs comme les musées, les routes du rhum, les visites de distilleries, ou encore les démarches de reconnaissance internationale, à l'image de l'inscription du rhum léger de Cuba au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO.

Enfin, la comparaison entre la Guadeloupe et la Martinique nous permettra de mieux comprendre les dynamiques spécifiques à chaque territoire et d'identifier les points communs et les divergences dans la valorisation patrimoniale du rhum. Le grand nombre d'acteurs impliqués dans la filière (producteurs, planteurs, institutions, populations locales) offre un champ d'étude riche et propice à une analyse comparative approfondie.

B) La problématique de recherche

a) Formulation de la problématique principale

Dans le cadre de notre étude, nous avons consulté de nombreux ouvrages et articles scientifiques portant sur le rhum, en particulier sur la production et la valorisation du rhum martiniquais. Nous avons également étudié les processus de patrimonialisation en général. Cependant, nous avons constaté un manque notable de travaux portant spécifiquement sur la patrimonialisation du rhum, et encore davantage sur le rhum de Guadeloupe. En effet, si le rhum martiniquais bénéficie d'une reconnaissance formelle grâce à son Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), le rhum guadeloupéen reste moins documenté, tant sur le plan académique que patrimonial.

Ces constats nous ont amenés à formuler la problématique suivante :

- Comment les acteurs de la filière rhumière contribuent-ils à la valorisation du patrimoine culturel et historique de leur territoire ? Entre la Guadeloupe et la Martinique.

Pour y répondre, nous avons choisi de comparer ces deux territoires, qui, bien qu'étant proches géographiquement, présentent des démarches et des approches distinctes quant à la fabrication, la valorisation et la patrimonialisation du rhum.

Afin d'apporter une réponse structurée à cette problématique, nous avons défini trois hypothèses de travail, qui constitueront le fil conducteur de notre mémoire.

C) Les hypothèses de recherche

a) Hypothèse 1 : Les interactions sociales et la valorisation différenciée

La première hypothèse avancée dans ce mémoire considère que les interactions sociales entre les acteurs de l'industrie du rhum et les sociétés locales en Guadeloupe et en Martinique influencent de manière significative la valorisation patrimoniale de ce produit. Nous faisons l'hypothèse que la nature et l'intensité des relations tissées entre producteurs, institutions et populations conditionnent la reconnaissance du rhum comme élément du patrimoine culturel immatériel.

En effet, au-delà de son rôle économique, le rhum est profondément enraciné dans les traditions et les pratiques culturelles de ces territoires. Nous supposons que lorsque les producteurs de rhum s’impliquent activement dans la vie locale – à travers l’emploi, la transmission des savoir-faire ou la participation à des événements collectifs – ils contribuent à renforcer le sentiment d’appartenance autour de ce produit et à pérenniser son statut de patrimoine partagé. À l’inverse, un éloignement des acteurs économiques, notamment lorsque les distilleries privilégient une logique tournée vers l’exportation au détriment des communautés locales, pourrait fragiliser cette reconnaissance patrimoniale et engendrer un désintérêt ou un sentiment d’exclusion parmi les habitants.

Pour analyser cette hypothèse, nous nous attacherons à étudier plusieurs dimensions : l’impact socio-économique direct des producteurs de rhum sur les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise, les relations et échanges entre ces acteurs et la population, les initiatives institutionnelles ou communautaires visant à patrimonialiser le rhum, ainsi que les différences sociétales qui existent entre les deux territoires et qui pourraient expliquer des démarches de valorisation divergentes.

b) Hypothèse 2 : Les représentations culturelles du rhum

La deuxième hypothèse avancée dans ce mémoire postule que les représentations culturelles liées au rhum diffèrent entre la Guadeloupe et la Martinique, et que ces différences influencent directement les modalités de valorisation patrimoniale dans chaque territoire. Nous faisons l’hypothèse que la façon dont le rhum est perçu, intégré et transmis au sein des sociétés locales façonne son inscription comme élément du patrimoine culturel immatériel, et que ces perceptions varient sensiblement d’une île à l’autre.

En effet, le rhum ne se réduit pas à une simple boisson : il porte en lui des symboles, des rites et des pratiques sociales qui s’expriment différemment selon les contextes culturels guadeloupéen et martiniquais. Ces particularités s’incarnent dans les traditions familiales, les événements festifs, ou encore dans la place occupée par le rhum dans les imaginaires collectifs et les discours identitaires.

Nous supposons que la diversité des représentations culturelles – qu’il s’agisse des gestes associés à la consommation, des récits transmis de génération en génération, ou des usages symboliques du rhum dans les moments clés de la vie sociale – joue un rôle décisif dans la reconnaissance du rhum comme patrimoine vivant. Cette hypothèse invite à comparer

finement les coutumes, les mécanismes de transmission et les pratiques culturelles qui, en Guadeloupe et en Martinique, contribuent ou freinent la patrimonialisation du rhum.

Pour explorer cette hypothèse, nous analyserons les traditions et usages quotidiens autour du rhum dans chaque île, les modes de transmission de ces savoirs, ainsi que les éléments culturels distinctifs qui participent à la construction d'une identité patrimoniale. Nous mettrons également en lumière les différences majeures entre les deux territoires pour comprendre comment elles influencent la valorisation patrimoniale du rhum.

c) Hypothèse 3 : Les disparités administratives et leur impact

La troisième hypothèse avancée dans ce mémoire est que les différences de gouvernance et de politiques publiques entre la Guadeloupe et la Martinique influencent directement la manière dont le rhum est intégré dans les démarches de valorisation patrimoniale. Nous supposons que les décisions administratives, les mesures de protection culturelle et les stratégies de promotion varient sensiblement selon les territoires, et que ces disparités façonnent la place accordée au rhum dans la construction d'un patrimoine commun.

Cette hypothèse s'appuie sur l'idée que la patrimonialisation ne se limite pas aux dynamiques sociales ou culturelles, mais qu'elle dépend également d'un cadre institutionnel et politique. La reconnaissance officielle du rhum comme élément du patrimoine, sa valorisation dans les politiques touristiques, ou encore les choix budgétaires et réglementaires des collectivités locales participent à définir sa visibilité et sa légitimité en tant que bien culturel.

Nous faisons ainsi l'hypothèse que les administrations départementales et régionales, par leurs orientations spécifiques, influencent les opportunités de développement, de transmission et de promotion du rhum. Cette influence se traduit par des initiatives concrètes (labelisations, événements, routes touristiques), mais aussi par les relations entretenues avec les acteurs économiques de la filière.

Pour étayer cette hypothèse, nous étudierons les mesures administratives prises dans chaque île en faveur de la patrimonialisation du rhum, les politiques locales concernant sa production et sa promotion, ainsi que les relations entre producteurs et institutions. Nous analyserons également les initiatives de protection et de valorisation culturelle mises en place et nous mettrons en évidence les différences de gouvernance susceptibles d'expliquer les écarts observés entre la Guadeloupe et la Martinique.

Partie III : Analyse des hypothèses et réponses à la problématique

Les deux premières parties du mémoire nous ont permis de poser le cadre nécessaire à la réflexion, en définissant les notions-clés liées à notre étude du rhum en Guadeloupe et en Martinique. Elles ont permis de détailler ce qu'est le rhum, d'où il vient, comment il est élaboré, ainsi que de préciser des notions centrales tels que le patrimoine, le tourisme ou encore le rôle des acteurs du secteur.

La troisième partie vient ainsi répondre à la problématique générale du travail:

- Comment les acteurs du rhum contribuent-ils à la valorisation du patrimoine culturel et historique de leur territoire, entre la Guadeloupe et la Martinique ?

Pour répondre à cette question, l'étude que nous entreprenons s'attache à mettre en lumière la richesse et la profondeur du patrimoine du rhum dans les Antilles françaises, en particulier sur les territoires de la Guadeloupe et de la Martinique. Ce travail repose sur une démarche de terrain et d'entretiens, documentations hors terrain : nous nous sommes rendus en Guadeloupe, où nous avons effectué des observations, collecté de la documentation ainsi que réalisé des entretiens auprès de professionnels du secteur du rhum. Ce travail de collecte nous permet aujourd'hui d'ancrer notre réflexion à la fois dans le réel du terrain et dans la littérature existante.

Le développement est ainsi structuré en trois axes complémentaires, chacun illustrant une facette majeure du lien entre le rhum et la patrimonialisation des territoires.

Le premier axe aura un angle social, en montrant la place que le rhum occupe dans l'aspect social des locaux, de la création d'emplois aux interactions sociales, en passant par les rites sociaux que ce spiritueux représente.

Le deuxième axe sera consacré à la dimension culturelle du rhum. Il s'agira de montrer que le rhum est plus qu'un simple produit : il accompagne toutes les étapes de la vie des locaux, de la naissance à la mort, tout en occupant une place majeure dans la vie festive, familiale et religieuse. Cette dimension va encore plus loin, car elle se traduit par une forme qui s'exporte énormément, ainsi qu'un côté artistique remarquable, en plus d'être un breuvage prenant de plus en plus de place parmi les boissons alcoolisées prestigieuses. Le troisième axe aborde l'aspect économique du rhum, en détaillant notamment le rôle des labels tels que l'AOP , l'IGP, ainsi que des certifications spécifiques comme EPV (Entreprise

du Patrimoine Vivant) ou HVE (Haute Valeur Environnementale). Ces distinctions contribuent à positionner le rhum parmi les produits à forte reconnaissance qualitative, tout en illustrant la manière dont les deux îles élaborent des stratégies de valorisation spécifiques et adaptées à leurs réalités économiques, sociales et administratives.

À travers ces trois angles social, culturel et économique , ce travail cherche à montrer concrètement comment le rhum participe à la construction du patrimoine vivant de la Guadeloupe et de la Martinique, tout en mettant en lumière la manière dont chacun de ces territoires construit, à sa manière, une identité forte autour de ce produit d'exception.

Chapitre III. Hypothèse 1 : Les interactions sociales entre les acteurs de l'industrie du rhum et les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise influent différemment sur la valorisation de la patrimonialisation

Le rhum incarne une composante essentielle de l'identité des sociétés antillaises. Présent dans les rituels, les célébrations, les pratiques sociales et les discours patrimoniaux, il s'impose comme un marqueur culturel fort en Guadeloupe et en Martinique. Il ne se limite pas à sa valeur économique ou à son statut de produit de consommation : il est porteur de nombreux enjeux liés à la mémoire, à l'appartenance, à la transmission intergénérationnelle et à la valorisation des savoir-faire locaux.

Historiquement, le rhum est profondément ancré dans l'histoire coloniale des Antilles françaises. Issu du système de plantation esclavagiste, il s'est longtemps inscrit dans une logique d'exploitation et d'exportation. Après l'abolition de l'esclavage, la filière rhumière a évolué, se diversifiant, se modernisant et devenant progressivement un symbole identitaire, à la fois local et international. Aujourd'hui, le rhum ne représente plus seulement un produit économique majeur, mais aussi un patrimoine vivant, chargé d'histoire et de significations sociales.

Dans cette optique, la notion de patrimonialisation mérite d'être précisée. Comme le souligne Jean Davallon¹⁴: "le patrimoine est le fruit d'un processus collectif d'appropriation et de mise

¹⁴ Jean Davallon est un spécialiste français de la muséologie et de la médiation culturelle. Il a notamment développé une réflexion sur la notion de patrimoine comme construction sociale, en insistant sur les processus d'appropriation, de légitimation et de mise en récit par les sociétés.

Voir : Davallon, J. (2006). *Le patrimoine, une construction sociale*. Paris : Éditions L'Harmattan.

en valeur, qui transforme un objet ou une pratique en bien commun". Ce processus n'est donc ni neutre ni automatique : il repose sur des choix sociaux, sur des récits, sur des relations entre les acteurs. Il implique des institutions, mais aussi les communautés qui donnent sens et valeur à ce qu'elles souhaitent préserver.

Le rhum peut ainsi être envisagé comme un "patrimoine culturel immatériel", au sens de l'UNESCO¹⁵, c'est-à-dire comme un ensemble de pratiques, de savoir-faire, de représentations et de significations collectives transmises de génération en génération. Les formes de transmission, d'usage et de célébration du rhum sont autant d'expressions culturelles qui permettent aux sociétés antillaises de se raconter, de se structurer et de se réapproprier leur histoire.

L'observation de terrain menée en Guadeloupe, ponctuée de plusieurs entretiens avec des acteurs locaux du rhum, a mis en évidence l'ancrage profond de ce produit dans la société guadeloupéenne. Ces rencontres ont permis de saisir les multiples dimensions – sociales, économiques, culturelles – du rhum et ont confirmé la pertinence de notre hypothèse. En effet, les liens sociaux tissés autour du rhum, qu'ils soient fondés sur la transmission, la pédagogie, la coopération ou la célébration, jouent un rôle déterminant dans sa reconnaissance comme patrimoine collectif.

Notre hypothèse suppose que les interactions sociales entre les acteurs de l'industrie du rhum et les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise influent différemment sur la valorisation patrimoniale du produit. Autrement dit, nous cherchons à comprendre dans quelle mesure les relations humaines – entre producteurs, institutions, collectivités et habitants – conditionnent, encouragent ou freinent la construction du rhum en tant que bien patrimonial, et comment ces dynamiques varient entre les deux territoires.

Pour analyser cette hypothèse, nous avons structuré notre réflexion en quatre sous-parties, en combinant observations de terrain, entretiens qualitatifs et lectures théoriques. Nous commencerons par évaluer l'impact concret des producteurs de rhum sur leurs sociétés respectives, en analysant successivement la filière rhumière et ses emplois, l'image sociale du rhum dans les Antilles, puis les pratiques quotidiennes qui y sont associées.

¹⁵ L'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture) est une agence spécialisée de l'ONU, créée en 1945, qui œuvre à la promotion de la paix par la coopération internationale dans les domaines de l'éducation, des sciences, de la culture et de la communication. Elle est notamment chargée d'identifier, de protéger et de valoriser le patrimoine mondial, matériel comme immatériel.

Nous examinerons ensuite les relations tissées entre ces producteurs et les populations locales, en abordant la valorisation du rhum au niveau local, la transmission des savoirs et savoir-faire, ainsi que le ressenti des populations vis-à-vis de ces dynamiques.

Dans un troisième temps, nous analyserons les initiatives portées par les institutions et les communautés pour faire du rhum un objet patrimonial, en étudiant d'abord les événements populaires, puis les lieux jouant un rôle de médiation sociale, pour finir avec les initiatives territoriales mises en place.

Enfin, nous comparerons les différences sociétales plus larges entre la Guadeloupe et la Martinique qui influencent ces démarches, en nous intéressant au rapport au foncier, aux dynamiques sociales distinctes, et à l'engagement communautaire dans chaque territoire.

A) Évaluation de l'impact des producteurs de rhum sur les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise

Le secteur du rhum, en tant qu'activité agricole, industrielle et commerciale, occupe une place centrale dans les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise. Depuis l'époque coloniale, il façonne les paysages, structure l'économie locale et influence en profondeur les dynamiques sociales. Aujourd'hui encore, le rhum demeure un pilier économique, générant des milliers d'emplois directs et indirects, soutenant l'activité agricole, et contribuant à la vie de nombreuses familles.

Mais au-delà de sa dimension économique, la filière rhum véhicule une image ambivalente : symbole de fierté pour certains, produit associé à des usages plus stigmatisés pour d'autres. Cette perception influence les comportements, les rapports sociaux et la manière dont le rhum est perçu comme un élément du patrimoine. Analyser cet impact social est donc essentiel pour comprendre comment le rhum participe, ou non, à la construction d'une identité collective et à la valorisation du patrimoine local.

Dans cette première sous-partie, nous nous intéresserons donc à l'impact du secteur rhumier sur la société locale à travers trois dimensions principales : l'emploi qu'il génère, l'image sociale dont il bénéficie ou souffre, et les pratiques sociales qui l'entourent et le rendent vivant.

Ces éléments permettront d'évaluer concrètement en quoi les producteurs de rhum influencent les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise, et de mieux comprendre comment le rhum, au-delà de sa simple valeur marchande, s'impose comme un élément clé de l'identité et du patrimoine antillais.

a) Une filière génératrice d'emplois mais en déclin

La filière canne-sucre-rhum joue un rôle historique et structurant dans les économies et les sociétés des Antilles françaises. En Guadeloupe, elle représente environ 10 000 emplois directs selon l'IEDOM¹⁶. En Martinique, la filière mobilise aujourd'hui environ 2 200 emplois directs et indirects¹⁷, dont 156 planteurs aux exploitations très variées, allant de 1 à 300 hectares¹⁸. Ces chiffres marquent une évolution significative par rapport aux années 1970 : selon La Martinique : de l'île sucrière à l'île-terroir¹⁹: "En 1972, la filière canne-sucre-rhum employait environ 4 000 ouvriers permanents et près de 10 000 saisonniers en période de récolte. Elle comptait 2 300 petits et moyens planteurs". Ce recul traduit une fragilisation structurelle de la filière. Comme le souligne Grégory Vernant²⁰: "Les distilleries étaient parmi les premiers employeurs, donc il y avait une forme de fidélité, de proximité" notamment parce que les habitants consommaient directement le rhum produit par leur employeur.

Le département de la Martinique a aujourd'hui perdu plus de 2000 planteurs en 50 ans, une baisse considérable qui résulte d'une combinaison de facteurs socio-économiques, environnementaux et structurels. Cette évolution a des implications importantes pour la patrimonialisation du rhum, car elle affecte la transmission des savoir-faire et la pérennité des traditions liées à la culture de la canne à sucre. La diminution du nombre de planteurs de canne à sucre en Martinique, illustre une fragilisation structurelle de la filière canne-sucre-rhum. Ce recul s'explique notamment par la pénibilité du travail agricole, le

¹⁶ L'Institut d'émission des départements d'outre-mer (IEDOM) est un établissement public affilié à la Banque de France, chargé notamment de l'observation économique et de la publication de données financières et sectorielles dans les DOM.

¹⁷ IEDOM, 2021. *Rapport annuel économique de la Guadeloupe 2021*, p. 25. [En ligne]. Disponible sur : https://www.iedom.fr/IMG/pdf/ra2021_guadeloupe.pdf [Consulté le : 08/05/2025]

¹⁸ DAAF Martinique, 2023. *Fiche Canne à Sucre 2023*, p. 1. [En ligne]. Disponible sur : https://daaf.martinique.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/fiche_canne23.pdf [Consulté le : 08/05/2025]

¹⁹ Richer, Y.-M. (2019). *La Martinique : de l'île sucrière à l'île-terroir*. Article publié sur le site Géoconfluences, ENS de Lyon. [En ligne]. Disponible sur : <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/france-espaces-ruraux-periurbains/articles-scientifiques/martinique-filiere-rhum-canne/>

²⁰ Grégory Vernant, directeur de la distillerie Neisson, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

manque de relève générationnelle, la concentration foncière²¹ et une forte dépendance aux aides publiques. La crise agricole s'inscrit également dans une mutation sociale plus profonde. Comme le souligne Michel Desse²² : “Partout la canne à sucre régresse au profit de l’urbanisation, des bananeraies ou de nouvelles cultures comme le melon. C’est une culture, une identité, une appartenance à une sucrerie, à une rhumerie qui disparaît”. Cette perte d’attachement affecte la transmission des savoir-faire et la pérennité des pratiques agricoles liées au rhum.

Parallèlement, la filière bananière a pris une place centrale. Selon l’article publié par Outremers 360²³: “le secteur est le premier employeur privé des Antilles françaises avec 56 % des salariés agricoles en Guadeloupe et 77 % en Martinique”. Ce basculement vers une monoculture plus rentable a contribué à marginaliser la canne à sucre et à affaiblir le poids social des producteurs de rhum dans leurs territoires.

Sur le terrain, les témoignages recueillis illustrent bien les transformations à l’œuvre. À la rhumerie Karukera, Grégoire²⁴ explique : “Il y a encore 6 000 travailleurs dans les champs de canne, mais la concurrence mondiale et les nouvelles taxes sur le rhum créent des tensions”. Le travail manuel dans les champs est de plus en plus rare, parfois assuré par des ouvriers étrangers, notamment d’origine haïtienne, en raison des conditions particulièrement difficiles. Comme l’a confié un distillateur rencontré à Bologne²⁵, le dur labeur de son père l’avait d’abord dissuadé de reprendre le métier. Il a finalement accepté la succession grâce à la modernisation des équipements, permettant des conditions de travail plus acceptables.

La modernisation ne suffit cependant pas toujours à garantir une relève locale. Lors de nos entretiens, plusieurs distillateurs ont souligné que les jeunes Guadeloupéens ou Martiniquais s’orientaient désormais vers d’autres métiers ou quittaient l’île. Pour pallier cette désaffection, certaines distilleries adoptent des politiques sociales ambitieuses. À la distillerie

²¹ La concentration foncière désigne le fait qu’un petit nombre d’exploitants détient une grande partie des terres agricoles.

²² *Guadeloupe, Martinique, LKP, crise de 2009, crise économique, déclin économique*. Études caribéennes, No.17 écrit en 2010

²³ Outremers360 (2019). *Salon de l’Agriculture 2019 : La canne et la banane moteurs de l’agriculture des départements d’outre-mer*. [En ligne]. Disponible sur : <https://outremers360.com/economie/salon-de-lagriculture-2019-la-canne-et-la-banane-moteurs-de-lagriculture-d-es-dom> [Consulté le : 08/05/2025].

²⁴ Grégoire Hayat , directeur de la rhumerie Karukera ,entretien avec l'auteur janvier 2025 à Karukera, Basse Terre

²⁵ Distillateur, entretien avec l'auteur janvier 2025, Bologne

Montebello, Guylaine Roussel²⁶, nous a expliqué, par exemple : “Nous nous engageons à rémunérer nos employés et nos fournisseurs sur 11 mois au lieu de 7 ou 8 mois. [...] Cela permet aux employés et aux agriculteurs d'avoir un budget pour les fêtes de fin d'année”. Cette démarche illustre une volonté de renforcer l'ancrage social de l'entreprise et de préserver un tissu économique local.

L'impact de la filière rhum dépasse la seule sphère économique. Jean-Michel Marmayou²⁷, rappelle que “la filière, dont le rhum qui représente un marqueur économique, social et identitaire important dans les DROM producteurs, est singulièrement soutenue notamment parce qu'elle représente près de 40 000 emplois directs et indirects et correspond à plus de 10 % de l'emploi de ces territoires”. Le rhum agit donc comme un vecteur d'insertion, mais aussi de reconnaissance identitaire.

En résumé, les changements dans l'emploi agricole autour de la filière rhum montrent bien l'évolution des liens entre les producteurs et les populations locales. Quand ces liens s'affaiblissent, à cause de la baisse du nombre de planteurs, du recours à la mécanisation ou du manque d'intérêt des jeunes, la reconnaissance du rhum comme patrimoine semble aussi diminuer. À l'inverse, lorsque les distilleries s'engagent pour soutenir les travailleurs locaux, mieux les rémunérer ou favoriser la transmission, cela renforce le lien social autour du rhum et encourage sa valorisation comme élément culturel important. Cela confirme l'idée que les relations sociales influencent directement la manière dont le rhum est perçu et transmis comme patrimoine, comme le suggère notre hypothèse.

b) Une image sociale ambivalente : entre fierté locale et désintérêt croissant

Au-delà de son rôle économique, le rhum occupe une place symbolique forte dans les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise. Sa perception sociale a toutefois évolué, marquant une forme d'ambivalence entre un attachement identitaire revendiqué et un désintérêt, voire une dévalorisation, dans certains usages ou milieux.

²⁶ Guylaine Roussel, responsable marketing à la distillerie Montebello, entretien avec l'auteur, distillerie Montebello, 2025

²⁷ Marmayou, J.-M. (2021). *La complexité juridique des rhums ultramarins français*. In : *Jus vini : Journal of Wine & Spirits Law / Revue du droit du vin et des spiritueux*, n°2, pp. 173.

Dans un passé encore récent, le rhum était souvent associé à la classe ouvrière et aux pratiques rurales. Cette image dévalorisée, liée à des stéréotypes sociaux, a longtemps nui à la reconnaissance du rhum comme un produit noble. Elle reflète également les hiérarchies implicites au sein des sociétés antillaises entre produits “locaux” et produits “importés”, souvent associés à une forme de réussite ou de distinction sociale. Comme l’explique Michel Fayad²⁸: “Le rhum était vu comme l’alcool des ouvriers agricoles, un produit peu valorisé, lié à la détresse et à la déchéance. Pendant longtemps, dans les mariages et les grandes cérémonies, on préférait servir du champagne ou des alcools importés, considérés comme plus prestigieux”. Cette image a évolué grâce aux efforts de revalorisation des distilleries et à la montée en gamme du produit, mais elle persiste parfois dans certaines représentations sociales.

Les différences de perception varient aussi selon les classes sociales. Lors d’un entretien, Paul Combes²⁹, précisait que :“les gens moins aisés, comme les ouvriers agricoles, en boivent plus tôt le matin [...]. Les cadres, eux, en consomment moins, plutôt pour l’apéritif ou le week-end”. Ce constat met en lumière une stratification des usages et des représentations, où le rhum est à la fois objet de consommation quotidienne et produit de dégustation valorisé selon les contextes. Cette segmentation dans les usages révèle une dualité dans la manière dont le rhum est intégré à la vie quotidienne. Il peut être perçu comme un produit utilitaire, presque alimentaire, ou au contraire comme un objet de dégustation réservé à des contextes codifiés. Ce double statut complexifie la lecture patrimoniale du produit, car il ne bénéficie pas du même respect selon l’espace social.

Par ailleurs, une fracture générationnelle semble se dessiner. Plusieurs témoignages convergent vers une baisse de la consommation chez les jeunes. Jean-Louis de Lucy³⁰, observait que :“la consommation locale de rhum a diminué, au profit d’autres boissons comme le whisky”, tandis que Grégoire³¹ de la rhumerie Karukera note que “les jeunes générations préfèrent parfois des boissons comme la bière ou le champagne”. Ce désintérêt relatif s’explique autant par les mutations des goûts que par des enjeux d’image et de distinction sociale. Ce phénomène n’est pas propre aux Antilles, mais il s’inscrit dans une

²⁸ Michel Fayad est un spécialiste reconnu du rhum en Martinique. Il est une figure centrale dans la patrimonialisation de cet alcool, ayant notamment joué un rôle clé dans la création de l’Appellation d’Origine Contrôlée (AOC) pour le rhum martiniquais. Il est également considéré comme le pionnier du spiritourisme sur l’île. Entretien avec l’auteur en février 2025, Paris

²⁹ Paul Combes, habitant de la Guadeloupe, entretien avec l’auteur, Baie de Rose, janvier 2025.

³⁰ Jean-Louis de Lucy, propriétaire de la distillerie HBS en Martinique, entretien avec l’auteur en octobre 2024.

³¹ Grégoire Hayat, entretien avec l’auteur janvier 2025 à Karukera, Basse Terre

tendance plus large de standardisation et d'attractivité des marques mondialisées. Il révèle aussi une forme de rupture dans la transmission culturelle autour du rhum, pourtant central dans les générations précédentes.

Cependant, le rhum reste un symbole identitaire fort, y compris pour ceux qui ne le consomment pas. Sabine Combes³², habitante de Guadeloupe, affirme ainsi : "Même pour ceux qui ne boivent pas d'alcool, le rhum reste un symbole". Cette dimension immatérielle du produit renforce sa place dans l'imaginaire collectif antillais. En métropole, certains jeunes continuent à valoriser le rhum comme marqueur de leur culture d'origine. "Les jeunes Martiniquais, même s'ils consomment moins de rhum, en parlent beaucoup lorsqu'ils partent en France, et ils en font la promotion auprès des métropolitains" - Jean-Louis de Lucy³³.

Ce paradoxe, d'une consommation en baisse mais un discours identitaire fort autour du rhum chez les jeunes, illustre bien que la patrimonialisation ne repose pas uniquement sur l'usage, mais sur le lien social au produit, qui peut persister autrement. Cela renforce l'idée que ce sont bien les interactions sociales qui déterminent la manière dont le rhum est valorisé ou non comme élément patrimonial.

Enfin, les liens affectifs et territoriaux autour du rhum sont revendiqués localement, parfois jusqu'au chauvinisme rhumier. Comme l'indique Guylaine Roussel³⁴, "chacun défend ardemment le rhum de sa distillerie préférée". Dans certaines communes, "la production locale est devenue un élément de fierté territoriale" comme a pu nous le dire Moana Dogué³⁵. Ces formes d'appropriation locale, bien que parfois anecdotiques, participent à maintenir une image vivante et incarnée du rhum comme produit culturel enraciné.

Ce type d'attachement émotionnel et communautaire autour de certaines distilleries montre que la patrimonialisation passe aussi par une appropriation sociale du produit, souvent encouragée par les producteurs eux-mêmes. Cela rejoint notre hypothèse selon laquelle les formes d'interactions entre acteurs et populations locales influencent la reconnaissance patrimoniale du rhum.

c) Le rhum dans les pratiques sociales quotidiennes : rites, famille, partage

³² Sabine Combes, habitante de la Guadeloupe, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025.

³³ Jean-Louis de Lucy, entretien avec l'auteur en octobre 2024.

³⁴ Guylaine Roussel, entretien avec l'auteur, distillerie Montebello, 2025

³⁵ Moana Dogué est l'autrice d'un mémoire universitaire portant sur l'impact du rhum sur le développement territorial de la Martinique, entretien avec l'auteur en mars 2025

Au-delà de sa consommation en tant que produit, le rhum occupe une place centrale dans les pratiques sociales des sociétés antillaises. Il est associé à des rituels quotidiens, à des moments de partage en famille, et à des usages plus symboliques, parfois médicinaux ou spirituels.

Comme l'explique Nicolas Herbain³⁶ :“ici, il est présent à la fois dans le quotidien, dès le matin les Martiniquais en boivent, on appelle ça 'le décollage' ; ils en boivent aussi lors d'événements familiaux ou festifs”. Il poursuit : “Là-bas, c'était automatique. Que ce soit pour l'apéro, après le repas, ou même dans les événements familiaux, il y avait toujours une bouteille sur la table”. Ce témoignage illustre à quel point le rhum est intégré aux habitudes de vie : il structure les temps sociaux, accompagne les repas, et participe à la convivialité des échanges.

Sa présence lors des grands événements de la vie comme les baptêmes, les mariages, ou même les obsèques renforce son ancrage culturel. Comme le disait Sabine³⁷: “on ne peut pas imaginer un événement familial sans rhum”. Ce rôle du rhum comme élément de cohésion familiale montre qu'il dépasse la simple fonction alimentaire pour devenir un marqueur social.

Dans certains cas, le rhum est aussi utilisé dans des pratiques traditionnelles ou symboliques. Il est communément employé dans des soins populaires : “les femmes enceintes se massent le ventre avec du rhum” - Sabine³⁸, ou encore pour désinfecter une plaie ou soulager un rhume. Ces usages rappellent que le rhum est perçu non seulement comme un aliment, mais aussi comme un élément culturel et thérapeutique, transmis de génération en génération.

Certaines pratiques collectives renforcent encore davantage le rôle symbolique du rhum dans la société antillaise. Lors de notre visite à la distillerie Bologne, Valérie³⁹ nous a décrit un rituel marquant : “Chaque 1er janvier, les groupes se retrouvent sur la plage pour mettre à l'eau des radeaux en bambou avec des offrandes : des fleurs, du rhum... C'est le début symbolique de la saison carnavalesque”. Ce geste collectif marque l'ouverture d'un temps social fort, celui du carnaval, et place le rhum au centre d'une célébration rituelle de la mémoire et de la nature. Valérie ajoute : “Le rhum n'est pas seulement un produit de

³⁶ Nicolas Herbain, ancien habitant de la Martinique , entretien téléphonique du 22 février 2025.

³⁷ Sabine Combes, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025.

³⁸ Sabine Combes, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025.

³⁹ Valérie, responsable d'exploitation et membre d'un groupe carnavalesque, entretien avec l'auteur, janvier 2025, Distillerie Bologne.

consommation, il est aussi un élément spirituel et culturel fort. [...] Ces offrandes sont un geste de gratitude envers les ancêtres et les esprits de la nature". Dans ce contexte, le rhum devient un vecteur de lien entre les vivants et les morts, mais aussi entre l'individu et le territoire. Certaines influences spirituelles, notamment d'origine haïtienne, perpétuent des usages proches des rites vaudous : "Le rhum est utilisé comme offrande pour les esprits [...]. Il n'est pas simplement consommé, il est un vecteur de communication spirituelle". Ces pratiques renforcent le rôle du rhum comme objet social complexe, enraciné dans des rituels vivants, transmis localement. Elles participent à nourrir une forme de reconnaissance culturelle et symbolique qui contribue, de manière informelle, à sa valorisation patrimoniale.

Ces pratiques seront approfondies davantage dans la partie culturelle de ce mémoire.

Conclusion de la partie A - Évaluation de l'impact des producteurs de rhum sur les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise

L'analyse des usages, des emplois et des symboliques liés au rhum en Guadeloupe et en Martinique met en lumière l'importance de cette filière bien au-delà de sa seule dimension économique. Le rhum apparaît comme un véritable pilier identitaire, un support de mémoire collective et un vecteur de cohésion sociale. À travers les entretiens et les observations de terrain, il ressort que le rhum n'est pas uniquement un produit de consommation ou un atout touristique : il est profondément intégré aux pratiques quotidiennes, aux fêtes, aux rites familiaux et aux représentations symboliques des habitants.

Ce rôle structurant se manifeste notamment dans la contribution de la filière à l'emploi local, qui reste un facteur majeur de stabilité sociale et économique dans des territoires souvent marqués par un taux de chômage élevé. Les producteurs de rhum, en offrant des opportunités de travail et en perpétuant des savoir-faire ancestraux, participent à la transmission d'un patrimoine vivant et au maintien d'un tissu économique de proximité. Ils incarnent ainsi un lien concret entre tradition et modernité, en adaptant leurs méthodes et leurs produits aux exigences actuelles tout en préservant des techniques issues de plusieurs siècles d'histoire.

De plus, le rhum joue un rôle central dans la valorisation du territoire. Les distilleries, en tant que lieux emblématiques, attirent non seulement les touristes, mais constituent aussi des espaces de médiation culturelle pour les habitants eux-mêmes, notamment les jeunes

générations qui découvrent, à travers ces visites et ces récits, une partie de leur identité. La dimension éducative des distilleries, souvent sous-estimée, se révèle alors essentielle pour la patrimonialisation : elle permet de sensibiliser la population à l'importance de la canne à sucre, à la complexité des processus de fabrication, et à l'histoire sociale et politique liée à cette production.

En parallèle, les pratiques symboliques et rituelles associées au rhum soulignent sa capacité à rassembler et à fédérer. Le rhum est présent dans de nombreux événements communautaires : mariages, baptêmes, carnavals, fêtes patronales ou simples moments de convivialité. Il devient un langage commun, un marqueur de l'appartenance à une culture, et parfois même un outil de résistance face à l'homogénéisation des modes de vie induite par la mondialisation.

Cependant, si le rhum reste un élément structurant des sociétés guadeloupéenne et martiniquaise, son avenir patrimonial n'est pas garanti pour autant. Les entretiens ont montré que ce processus de patrimonialisation dépend avant tout de la qualité et de la densité des relations entretenues entre producteurs et populations locales. Lorsque ces liens se distendent, notamment en raison de stratégies trop tournées vers l'export ou d'un manque d'implication dans les initiatives culturelles, le risque est grand de voir s'éroder la place du rhum comme objet de fierté partagée.

Ainsi, cette première partie confirme l'hypothèse selon laquelle les interactions sociales jouent un rôle déterminant dans la valorisation du rhum comme patrimoine culturel. Mais elle révèle également que ces dynamiques ne sont ni homogènes, ni systématiques, et qu'elles nécessitent d'être consolidées par des actions concertées, associant producteurs, institutions, et habitants. C'est dans cette perspective qu'il convient désormais d'étudier plus en détail la nature des relations tissées entre les producteurs et les sociétés locales, afin de mieux comprendre les leviers et les freins à une patrimonialisation vivante et inclusive du rhum en Guadeloupe et en Martinique.

B) Relations entre les acteurs de l'industrie du rhum et les population locales

La patrimonialisation du rhum ne repose pas uniquement sur la transmission des savoir-faire, mais également sur la qualité des relations que les producteurs entretiennent avec les

populations locales. Ces interactions s'avèrent essentielles dans un contexte marqué par une histoire complexe, entre colonisation, esclavage et évolutions économiques, qui a profondément façonné les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise. Comprendre ces liens permet d'évaluer comment le rhum continue de fédérer, ou au contraire de diviser, les communautés locales.

Ces relations, qu'elles s'expriment à travers des démarches pédagogiques, des initiatives solidaires ou un engagement de proximité, contribuent à inscrire le rhum dans la mémoire collective et à renforcer sa légitimité en tant que patrimoine culturel. Elles conditionnent également la capacité de la filière à s'adapter aux mutations économiques et à transmettre ses valeurs aux jeunes générations.

Dans cette sous-partie, nous analyserons d'abord les initiatives mises en place par les producteurs pour entretenir un dialogue avec la population, puis nous étudierons le ressenti et le degré d'appropriation des habitants dans la valorisation du rhum. Ces questions sont au cœur de notre réflexion, car la reconnaissance du rhum comme patrimoine vivant, tant en Guadeloupe qu'en Martinique, dépend en grande partie de la qualité de ces échanges.

a) Ouvrir les portes du rhum : initiatives de proximité et valorisation locale

La patrimonialisation du rhum repose aussi sur la capacité des producteurs à entretenir une relation de proximité avec la population locale. L'ouverture des distilleries au public s'est généralisée en Guadeloupe et en Martinique, permettant une meilleure compréhension des savoir-faire, mais aussi une valorisation culturelle de la production à l'échelle locale. Cette accessibilité physique et symbolique participe à créer un lien social entre les acteurs de la filière et les habitants.

À Karukera, par exemple, la volonté de maintenir ce lien est manifeste. Les visites, gratuites et limitées à de petits groupes, témoignent d'une attention particulière à la qualité de l'expérience et au respect du territoire : “La majorité de nos visiteurs sont des locaux, mais les touristes représentent également une part importante. Les visites sont gratuites et sur réservation, pour limiter l'impact du sur-tourisme et offrir une expérience plus personnalisée”, nous confie Aurélien⁴⁰. Ici, la gratuité et la gestion du flux ne sont pas seulement des choix logistiques : ce sont aussi des signaux adressés à la population locale, pour lui rappeler qu'elle reste prioritaire et légitime dans l'accès à ce patrimoine.

⁴⁰ Aurélien, apprenti maître de chai, entretien avec l'auteur, distillerie Karukera, janvier 2025

Certaines distilleries, initialement centrées sur la production et l'export, reconnaissent aujourd'hui l'importance d'un dialogue avec les publics locaux, notamment à travers la mise en place de visites guidées. À la distillerie Damoiseau, longtemps restée sur un modèle de visite libre, des visites guidées sont désormais envisagées : "Nous allons prochainement mettre en place des visites guidées pour répondre à une demande croissante, bien que ce ne soit pas une initiative que je soutienne pleinement", indique Hervé Damoiseau⁴¹. Cette déclaration montre que la demande sociale pèse dans les décisions économiques et révèle une attente forte de la population en matière d'échange, de compréhension et de reconnaissance autour de la production rhumière.

La population locale ne se contente pas d'observer. Elle participe aussi à cette dynamique de valorisation. Paul Combes⁴², habitant de Guadeloupe, nous confie : "Les touristes adorent découvrir l'histoire et les traditions", soulignant l'intérêt croissant pour les récits associés au rhum. Mais cet intérêt n'est pas uniquement extérieur. Manuela Birhou Nerville⁴³, affirme : "Nos actions commencent toujours par les locaux, car le rhum est profondément ancré dans leur identité culturelle". Cette déclaration illustre bien que les stratégies de valorisation patrimoniale, pour être légitimes et durables, doivent d'abord s'appuyer sur une adhésion et une implication locale.

Certaines distilleries l'ont compris et s'adressent directement à la population à travers des actions ciblées. Delphine Termosiris⁴⁴, détaille : "Pour les consommateurs locaux, nous organisons plusieurs actions comme des animations dans les magasins, des événements dans les grandes surfaces et des masterclasses avec des cavistes, des restaurateurs et dans le secteur hôtelier". Ces initiatives permettent de diffuser la culture rhumière au-delà des murs de la distillerie, en s'intégrant dans les lieux de consommation et de sociabilité locaux. Cela renforce l'idée d'un rhum partagé, enraciné dans la vie économique et sociale de la Guadeloupe.

Enfin, pour d'autres distilleries, l'implication passe par l'emploi local et la proximité humaine. Emmanuelle Parent⁴⁵ témoigne : "Nous avons une relation très étroite avec la

⁴¹ Hervé Damoiseau, propriétaire de la distillerie Damoiseau, entretien avec l'auteur, janvier 2025

⁴² Paul Combes, entretien avec l'auteur, Baie de Rose, janvier 2025.

⁴³ Manuela Birhou Nerville, chargée de mission pour la valorisation et la promotion de la culture et du patrimoine de la Guadeloupe au CTIG, entretien avec l'auteur, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

⁴⁴ Delphine Termosiris, responsable marketing et communication de la distillerie Reimonenq, entretien avec l'auteur, janvier 2025 , Sainte Rose

⁴⁵Emmanuelle Parent, chargée de marketing de la distillerie la Favorite, entretien avec l'auteur en janvier 2025

communauté locale. Beaucoup de nos employés viennent des environs, et c'est important pour nous de maintenir ce lien. [...] pour soutenir l'économie locale et préserver nos traditions". En valorisant les compétences locales et en s'insérant dans un réseau social de proximité, la distillerie devient un acteur social à part entière. Elle incarne un modèle de production intégré au territoire, dans lequel les habitants sont partenaires autant que témoins.

Certaines maisons, enfin, participent à des événements populaires comme le carnaval ou le *Caribbean Rum and Food Festival*, prolongeant cette dynamique relationnelle dans des espaces de convivialité. Ces occasions permettent de rencontrer les habitants dans un cadre non commercial, de renforcer la visibilité du produit dans un contexte festif et identitaire, et de nourrir une relation affective autour du rhum.

Ces différentes initiatives témoignent d'une volonté, chez certains producteurs, de maintenir un lien vivant avec les populations locales. Cette relation de proximité favorise l'appropriation sociale du rhum comme élément identitaire, et participe activement à sa valorisation patrimoniale. Ainsi, ces interactions renforcent notre hypothèse selon laquelle le lien social joue un rôle déterminant dans la reconnaissance du rhum comme patrimoine culturel en Guadeloupe et en Martinique.

b) Transmettre, former, impliquer : entre savoir-faire et pédagogie sociale

La patrimonialisation du rhum ne peut exister sans une forme de transmission, qu'elle soit formelle ou informelle. Le savoir-faire rhumier est une richesse culturelle qui se transmet à travers les générations, mais aussi via des initiatives éducatives mises en place par les distilleries.

Emmanuelle Parent⁴⁶, nous a confié : "Nous menons plusieurs initiatives. Par exemple, nous organisons des visites guidées de la distillerie pour sensibiliser le public à la production de rhum agricole [...] Nous mettons également en place des formations pour les jeunes [...] afin qu'ils puissent s'impliquer activement dans ce secteur." Cette déclaration montre clairement la volonté de certaines distilleries d'impliquer les nouvelles générations dans la filière, en favorisant à la fois la transmission des compétences et l'ancrage social du produit.

⁴⁶ Emmanuelle Parent, entretien avec l'auteur en janvier 2025

La transmission peut aussi être plus spontanée. François Longueteau⁴⁷ nous raconte : “Quand j’étais jeune, j’adorais accompagner les employés et découvrir leur travail. Aujourd’hui, je maîtrise chaque étape de la production grâce à ces expériences.” Ce témoignage illustre bien l’apprentissage par immersion, très présent dans les sociétés insulaires, où l’observation et la participation sont des vecteurs de savoir efficaces.

De nombreux distillateurs reprennent l’activité familiale, souvent sans l’avoir initialement prévu. L’un des distillateurs de la maison Bologne nous a expliqué qu’il n’avait jamais envisagé ce métier en voyant son père travailler dans des conditions difficiles. Ce n’est qu’avec le temps, et l’arrivée de nouvelles machines facilitant les tâches, qu’il a décidé de suivre ses traces. Ce parcours illustre la tension entre héritage et conditions de travail, mais aussi la puissance des liens familiaux dans la transmission des savoir-faire.

Cependant, comme l’ont souligné plusieurs professionnels, de nombreux jeunes partent aujourd’hui vers la métropole pour poursuivre leurs études ou chercher de nouvelles opportunités. Cela rend la relève plus difficile. Pour pallier ce manque, certaines distilleries développent des actions éducatives ciblées, notamment auprès des jeunes publics.

Grégory Vernant⁴⁸, nous a ainsi déclaré : “On accueille plus de 40 000 visiteurs par an, y compris des écoles. Pour nous, c’est important que les jeunes comprennent comment une production se fait, comment le rhum est travaillé.” Le rhum, bien que alcoolisé, est perçu comme un produit tellement ancré dans l’histoire antillaise qu’il devient légitime dans les circuits pédagogiques. Cette démarche témoigne d’une volonté de sensibiliser les futures générations à l’importance de préserver un savoir-faire local.

Ces démarches témoignent d’une volonté croissante de sensibiliser les futures générations à la valeur culturelle et identitaire du rhum. Il ne s’agit pas seulement de transmettre un savoir-faire technique, mais de préserver un lien vivant entre mémoire, territoire et communauté. Comme le souligne André Micoud⁴⁹: “la transmission patrimoniale suppose un lien vivant entre ceux qui savent et ceux qui apprennent, au-delà des seuls objets ou techniques”. Cette phrase résume bien les efforts engagés

⁴⁷ François Longueteau, directeur de la distillerie Longueteau ,entretien avec l'auteur, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

⁴⁸ Grégory Vernant, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

⁴⁹ Micoud, A. (2000). *Patrimoine et lien social*, in G. Saez (dir.), CNRS Éditions.

par certains producteurs pour inscrire leur activité dans une dynamique de transmission culturelle ancrée localement.

c) Perceptions croisées : entre fierté collective et sentiment d'exclusion

La valorisation du rhum ne repose pas uniquement sur des dispositifs formels ou des discours institutionnels : elle prend aussi forme à travers les perceptions et les ressentis des populations locales. Ces perceptions, multiples, révèlent une tension entre un attachement identitaire et une mise à distance économique ou symbolique. Elles nous permettent de mieux comprendre comment les relations entre l'industrie du rhum et les habitants influencent le processus de patrimonialisation.

D'un côté, plusieurs initiatives illustrent une volonté d'ancrer le rhum dans une logique de proximité sociale et culturelle. Certaines distilleries et institutions locales insistent sur l'importance d'impliquer d'abord les habitants dans la valorisation du produit. C'est notamment le cas de Manuela Birhou Nerville⁵⁰, qui affirme : "Nos actions commencent toujours par les locaux, car le rhum est profondément ancré dans leur identité culturelle". Ce type de démarche traduit une reconnaissance du rôle des populations locales dans la légitimité patrimoniale du rhum, en tant qu'acteurs porteurs de mémoire et de pratiques. Elle reflète aussi un effort pour faire du rhum un vecteur de fierté collective et de transmission culturelle à l'échelle du territoire.

Mais cette fierté n'est pas partagée par tous, et certains témoignages soulignent un sentiment d'éloignement croissant. La montée en gamme des produits, l'orientation vers l'export ou vers un public touristique peuvent donner aux habitants l'impression d'être moins concernés, voire exclus, de cette dynamique de valorisation. Ce malaise s'exprime parfois de façon directe, comme lors de notre entretien avec Hervé Damoiseau⁵¹ : "Elle a augmenté le prix du rhum, ce qui a suscité des critiques de la part des consommateurs, souvent mal informés, qui blâment les distilleries. Pourtant, cette taxe n'a pas réduit significativement l'alcoolisme, contrairement à ce qui avait été annoncé." Cette remarque met en évidence le décalage entre les politiques publiques, les choix économiques, et la perception des populations locales : le rhum, bien qu'identitaire, devient pour certains un produit inaccessible, sans que les promesses sociales associées soient réellement tenues.

⁵⁰ Manuela Birhou Nerville, entretien avec l'auteur, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

⁵¹ Hervé Damoiseau, entretien avec l'auteur, janvier 2025

Ce sentiment d'exclusion est accentué par un certain désengagement, notamment chez les plus jeunes, dont l'implication dans la filière devient plus marginale. Bien que cette tendance ait déjà été abordée, elle reste un élément important pour comprendre la difficulté à maintenir une valorisation véritablement partagée. En somme, les perceptions sociales autour du rhum oscillent entre attachement et frustration, entre reconnaissance culturelle et distance économique. Ces tensions révèlent que la patrimonialisation du rhum, pour être pleinement inclusive, ne peut se construire sans une prise en compte active des attentes, des ressentis et des réalités vécues par les populations locales.

Conclusion de la partie B - Relations entre les acteurs de l'industrie du rhum et les population locales

Les analyses menées au cours de cette partie mettent en évidence un constat essentiel : la patrimonialisation du rhum ne peut être envisagée sans une implication active des communautés locales, ni sans des relations de confiance entre producteurs et habitants. Les multiples initiatives de proximité, qu'il s'agisse des visites de distilleries, des animations éducatives ou des événements festifs, montrent que la filière rhumière a conscience de l'importance de nourrir un dialogue constant avec la population. Ces démarches, bien que variables d'une distillerie à l'autre, favorisent la transmission des savoir-faire et contribuent à ancrer le rhum dans la mémoire collective comme un symbole d'identité partagée.

Par ailleurs, la dimension pédagogique des visites et des formations apparaît comme un levier puissant pour sensibiliser les jeunes générations à l'importance culturelle du rhum. Elles permettent de renouveler l'intérêt des populations locales, malgré les défis liés à l'exode des jeunes ou à la tentation de modèles économiques centrés sur l'exportation. Ces efforts participent à préserver un lien vivant entre le produit, son territoire et ses habitants, et confirment que la patrimonialisation ne peut se limiter à un discours institutionnel : elle doit se construire au cœur des sociétés qui portent le rhum.

Cependant, nos entretiens ont également révélé des limites et des tensions : le sentiment d'exclusion ressenti par certains habitants face à la montée en gamme, ou la perception d'une déconnexion entre la filière et les réalités économiques locales, traduisent la nécessité de repenser les stratégies de valorisation. La patrimonialisation sociale du rhum doit pouvoir s'appuyer sur des actions inclusives, capables de répondre aux attentes d'une population

diverse, afin d'éviter qu'un produit historiquement rassembleur ne devienne un facteur de division.

Ainsi, la réussite d'une patrimonialisation durable et partagée dépend avant tout de la qualité des relations tissées entre producteurs et habitants, de la capacité à transmettre un savoir-vivre et un savoir-faire, et de l'adaptation des initiatives aux évolutions sociales. Ces constats renforcent notre hypothèse : le lien social, plus que toute autre dimension, reste le pilier fondamental de la reconnaissance du rhum comme patrimoine vivant en Guadeloupe et en Martinique.

À présent, il apparaît nécessaire d'élargir notre analyse au-delà des seules actions des distilleries, pour interroger les initiatives collectives portées par les institutions publiques, les associations culturelles et les populations elles-mêmes, afin de comprendre comment ces efforts conjugués participent à inscrire le rhum dans un récit patrimonial partagé. C'est l'objet de notre troisième sous-partie.

C- Initiatives des institutions et des populations pour la patrimonialisation du rhum

La patrimonialisation du rhum ne saurait se limiter aux efforts des producteurs : elle dépend également de la capacité des acteurs institutionnels, associatifs et des habitants eux-mêmes à porter un récit collectif et à créer des dynamiques partagées autour de ce produit emblématique. Dans les Antilles françaises, de nombreuses initiatives voient le jour à l'échelle locale ou régionale, visant à faire du rhum un élément central du patrimoine culturel vivant. Ces actions émanent de structures variées : musées, offices de tourisme, associations culturelles, collectivités territoriales, ou encore groupes d'habitants désireux de préserver et transmettre ce savoir-faire.

Qu'il s'agisse de festivals mêlant musique, gastronomie et rhum, de parcours touristiques valorisant les distilleries et leurs histoires, ou de créations artistiques inspirées par l'imaginaire rhumier, ces initiatives participent à ancrer le rhum dans le quotidien et à renforcer son rôle de lien social. Elles contribuent également à construire une identité commune et à sensibiliser les nouvelles générations à l'importance de ce produit dans l'histoire et la culture antillaise.

Cette partie s'attachera donc à analyser comment ces initiatives collectives, portées par des acteurs publics ou privés, favorisent des interactions sociales autour du rhum et participent à en faire un symbole patrimonial partagé. Nous étudierons d'abord le rôle des événements populaires et festifs dans la valorisation du rhum, puis nous nous intéresserons aux lieux de médiation sociale comme les musées et distilleries, avant de conclure sur les démarches territoriales et institutionnelles qui permettent d'inscrire durablement le rhum dans le patrimoine culturel des Antilles.

a) Des événements populaires, espaces d'expression collective

Le rhum, bien plus qu'une boisson, est un élément central des sociabilités antillaises. Il accompagne de nombreux moments collectifs : fêtes familiales, événements religieux, commémorations, mais aussi carnavaux ou festivals. Ces temps forts permettent aux populations locales de se retrouver autour d'un symbole commun, qui incarne à la fois la convivialité, l'histoire et l'identité.

Comme nous l'a exprimé Valérie⁵² : “Le rhum n'est pas seulement un produit de consommation, il est aussi un élément spirituel et culturel fort. Pour beaucoup de Guadeloupéens, c'est un moyen de se connecter à leurs racines, à l'histoire et à la terre.” Cette dimension symbolique du rhum se manifeste particulièrement lors du carnaval, véritable rituel collectif où le rhum circule non seulement dans les verres, mais aussi dans les récits, les chants et les offrandes. Il devient un langage social partagé, un lien entre les vivants et les ancêtres.

En plus des fêtes traditionnelles comme le carnaval, d'autres événements sont organisés pour valoriser le rhum dans un cadre festif et accessible. Manuela Birhou Nerville⁵³, nous expliquait : “Le CTIG a un rôle stratégique dans la promotion du rhum et du patrimoine qui l'entoure. Nous organisons des événements comme le Ti Punch Day ou Arts & Rhums, qui allient dégustations, culture et découvertes artistiques. Ces initiatives visent à sensibiliser le public, mais aussi à renforcer l'image d'excellence du rhum guadeloupéen, tant auprès des locaux que des visiteurs.”

⁵² Valérie, entretien avec l'auteur, janvier 2025, Distillerie Bologne.

⁵³ Manuela Birhou Nerville, entretien avec l'auteur, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

Ces événements, bien que moins connus que les grandes fêtes traditionnelles, contribuent à maintenir un dialogue régulier entre institutions, distilleries et population locale. Ils participent à faire du rhum un vecteur de rassemblement, de valorisation et de fierté partagée.

Par ailleurs, certains événements récents cherchent à renforcer cette relation entre l'industrie du rhum et la population locale. C'est le cas du Caribbean Rum and Food Festival⁵⁴, qui ambitionne de faire dialoguer producteurs et consommateurs autour de la gastronomie et du terroir. Pourtant, malgré son potentiel fédérateur, l'événement peine encore à mobiliser pleinement les habitants. Lors de notre enquête, Sabine⁵⁵, nous confiait : "Je compte y aller cette année pour voir, mais l'année dernière je ne savais même pas qu'il avait lieu." Ce manque de visibilité locale limite l'impact social du festival, qui attire davantage les touristes que les communautés locales, et freine ainsi son potentiel en tant qu'outil de patrimonialisation partagée.

Enfin, certaines distilleries choisissent délibérément de ne pas participer à ces événements, par manque d'intérêt ou de moyens. Cela révèle un certain décalage entre les attentes des habitants et les stratégies de communication de certaines marques, ce qui peut affaiblir le rôle du rhum comme ciment social.

Ainsi, même si le rhum reste omniprésent dans les manifestations populaires, toutes les initiatives ne réussissent pas à créer une véritable dynamique participative. La patrimonialisation par les événements implique de renforcer les liens entre producteurs, institutions et populations, afin que chacun puisse s'approprier le rhum comme un bien commun et vivant.

b) Les musées et distilleries comme lieux de médiation sociale

La visite de distilleries ou de musées dédiés au rhum dépasse la simple activité touristique. Ces lieux jouent un véritable rôle de médiation sociale, en créant des espaces d'échange entre générations, entre habitants et visiteurs, ou encore entre professionnels et néophytes. Le rhum y est transmis non pas seulement comme un produit, mais comme un héritage vivant, porteur de savoir-faire, d'histoire collective et de lien au territoire.

⁵⁴ Caribbean Rum & Food Festival : Festival annuel créé en 2014, visant à promouvoir les rhums et la gastronomie des Caraïbes à travers des dégustations et animations culturelles.

⁵⁵ Sabine Combes, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025.

Comme l'a souligné Michel Fayad⁵⁶ : "Nous avons organisé des festivals, des expositions, des rencontres autour de la littérature et de la musique, en lien avec l'histoire du rhum. L'idée était de montrer que le rhum n'est pas seulement un produit de consommation, mais un élément essentiel de notre identité."

Cette logique de transmission se retrouve également dans les pratiques actuelles des distilleries. Aurélien, maître de chai chez Karukera, insiste sur l'importance de créer une expérience de visite personnalisée : "On reçoit les visiteurs par petits groupes, pour qu'ils puissent poser des questions, comprendre ce qu'ils goûtent, et repartir avec autre chose qu'une simple bouteille."

Ce format favorise des échanges directs et accessibles, y compris avec les populations locales. Grégoire, dirigeant de Karukera, ajoute : "Les locaux sont souvent curieux de découvrir ce qui se passe derrière les murs d'une distillerie. Il y a un vrai besoin de compréhension, surtout chez les jeunes."

Certaines distilleries, comme Neisson, vont même plus loin en accueillant des groupes scolaires : "On accueille plus de 40 000 visiteurs par an, y compris des écoles. Pour nous, c'est important que les jeunes comprennent comment une production se fait, comment le rhum est travaillé." – Grégory Vernant⁵⁷.

Ces visites permettent une reconnexion symbolique entre les jeunes générations et un pan souvent méconnu de leur propre histoire locale. Dans une société où l'exode vers la métropole est fréquent, ces dispositifs agissent comme des outils de transmission intergénérationnelle et de revalorisation des savoirs locaux.

Par ailleurs, le discours des guides ou des responsables distillerie ne se limite pas à la technique de fabrication. Il inclut aussi l'histoire des familles fondatrices, les transformations économiques, et le lien au sol. Ces récits structurent une mémoire collective, que chaque visiteur peut s'approprier.

Lors de notre visite à la distillerie Bologne, Élodie Jean-Louis⁵⁸ nous a même conduits jusqu'à la tombe de Jean Antoine Ame Noël, corsaire ayant acquis le domaine en 1745, pour

⁵⁶ Michel Fayad, entretien avec l'auteur en février 2025, Paris

⁵⁷ Grégory Vernant, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

⁵⁸ Élodie Jean-Louis, responsable des visites et relations publiques, entretien avec l'auteur, distillerie Bologne, Basse-Terre, 15 janvier 2025.

évoquer avec nous l'histoire des origines du lieu. Ce geste, symbolique et éducatif, souligne la volonté de certains acteurs de replacer la production de rhum dans une perspective historique vivante, accessible au grand public.

En ce sens, la distillerie devient un lieu de lien social, au même titre qu'une école ou une bibliothèque. Elle permet aux publics de se rencontrer, de questionner, de s'identifier. Dans un contexte où les repères communautaires peuvent se fragiliser, ces lieux contribuent à renforcer l'identité partagée autour d'un patrimoine commun.

c) Des initiatives territoriales pour impliquer les communautés

Au-delà des événements publics ou institutionnels, la patrimonialisation du rhum repose aussi sur une multitude d'initiatives locales portées par les distilleries, les commerçants, les acteurs touristiques ou encore les habitants eux-mêmes. Ces actions de terrain, bien que souvent discrètes, participent à renforcer les liens sociaux entre les producteurs de rhum et les populations locales, et contribuent ainsi à une patrimonialisation vivante, partagée et ancrée dans le quotidien.

Certaines distilleries, comme Reimonenq, s'impliquent dans des actions de proximité. Delphine Termosiris⁵⁹, nous expliquait : "Pour les consommateurs locaux, nous organisons plusieurs actions comme des animations dans les magasins, des événements dans les grandes surfaces et des masterclasses avec des cavistes, des restaurateurs et dans le secteur hôtelier."

La distillerie Karukera adopte également une posture fortement territorialisée dans ses actions. Elle s'engage à proposer des visites gratuites et personnalisées pour les petits groupes, tout en maintenant un équilibre entre tourisme et respect du territoire : "La majorité de nos visiteurs sont des locaux mais les touristes représentent également une part importante. Les visites sont gratuites et sur réservation, pour limiter l'impact du sur-tourisme et offrir une expérience plus personnalisée." - Aurélien⁶⁰.

Ces démarches contribuent à inscrire le rhum dans la vie sociale locale, au-delà de la production. Elles renforcent la dimension communautaire du rhum, en lui donnant une place dans les espaces de rencontre, de loisirs et de partage. C'est aussi un moyen de favoriser une

⁵⁹ Delphine Termosiris, entretien avec l'auteur, janvier 2025 , Sainte Rose

⁶⁰ Aurélien, entretien avec l'auteur, distillerie Karukera, janvier 2025

identification collective au produit, en associant le rhum non pas à une élite ou à un marché d'export, mais à des pratiques de proximité.

Ce type de mobilisation locale montre que la patrimonialisation ne repose pas uniquement sur des labellisations officielles, des discours culturels ou des politiques publiques. Elle se construit aussi au sein des territoires, dans les relations concrètes et quotidiennes entre producteurs et habitants, à travers des événements, des échanges directs, des fidélités, et des mémoires partagées.

Ainsi, ces initiatives locales témoignent d'une patrimonialisation sociale, où le rhum devient un support d'échange, de transmission et de valorisation identitaire, non pas imposé par le haut, mais co-construit avec les acteurs du terrain.

Conclusion de la partie C - Initiatives des institutions et des populations pour la patrimonialisation du rhum

Les initiatives menées par les distilleries, les institutions et les communautés locales témoignent de l'implication croissante des sociétés antillaises dans la valorisation du rhum en tant que patrimoine social et culturel. Elles révèlent un attachement profond à ce produit emblématique, qui dépasse largement sa dimension économique pour devenir un véritable vecteur de mémoire, de fierté collective et de lien social.

Qu'il s'agisse des événements festifs comme le carnaval ou les festivals dédiés, des visites éducatives dans les distilleries et musées, ou encore des actions de proximité portées par les producteurs, ces démarches contribuent à faire vivre le rhum comme un élément central du patrimoine antillais. Elles permettent aux habitants de se réapproprier leur histoire, de tisser des liens intergénérationnels, et de transmettre un savoir-faire qui constitue l'une des richesses identitaires majeures des territoires guadeloupéen et martiniquais.

Cependant, cette dynamique de patrimonialisation collective présente également des limites. Elle reste inégale selon les acteurs, les moyens mobilisés, et la visibilité des initiatives. Les tensions économiques, les priorités touristiques ou les divergences stratégiques entre distilleries peuvent freiner la constitution d'un récit commun et inclusif autour du rhum. De

plus, certains événements peinent à impliquer pleinement les habitants, accentuant un sentiment de distance pour une partie de la population.

Ces constats confirment notre hypothèse selon laquelle la patrimonialisation du rhum ne peut se construire sans la participation active et la prise en compte des réalités locales. Elle nécessite un engagement conjoint des producteurs, des institutions et des communautés, ainsi qu'une attention particulière aux attentes et ressentis des populations.

Ainsi, cette partie a permis de montrer que la valorisation du rhum comme patrimoine partagé repose sur un ensemble d'initiatives qui, si elles sont coordonnées et inclusives, peuvent renforcer la place du rhum dans l'identité collective antillaise. Pour approfondir la compréhension de ces dynamiques, il convient maintenant d'explorer les spécificités sociétales propres à la Guadeloupe et à la Martinique, afin de saisir comment les différences d'organisation sociale, de rapport au foncier ou de structuration de la filière influencent les démarches de patrimonialisation dans chaque territoire.

D - Différences sociétales entre la Guadeloupe et la Martinique

Si la patrimonialisation du rhum repose en grande partie sur les liens sociaux tissés entre producteurs et populations locales, ces interactions s'inscrivent dans des contextes sociétaux qui diffèrent sensiblement entre la Guadeloupe et la Martinique. Bien que ces deux îles partagent une histoire commune marquée par la colonisation, l'esclavage et l'économie de plantation, elles présentent aujourd'hui des trajectoires économiques, sociales et culturelles distinctes, qui influencent directement leur rapport au rhum.

En Guadeloupe, la structure foncière plus morcelée a permis le maintien de nombreuses distilleries familiales, favorisant un ancrage local fort mais une moindre coordination collective. En Martinique, la concentration du foncier entre les mains de grandes familles békées a, au contraire, facilité la mise en place d'une stratégie commune autour de l'AOC, mais a aussi pu renforcer un sentiment de distance entre certaines populations et la filière rhumière. Ces différences se retrouvent également dans la manière dont chaque territoire construit son récit patrimonial : la Martinique s'appuie davantage sur des dispositifs institutionnels et une reconnaissance officielle, tandis que la Guadeloupe valorise des approches plus artisanales et communautaires.

Ces spécificités façonnent les perceptions, les pratiques et les enjeux liés à la patrimonialisation du rhum, et expliquent certaines divergences observées dans les démarches de valorisation locale. Dans cette partie, nous nous attacherons donc à comparer en profondeur ces différences sociétales entre les deux îles, en analysant le rôle du foncier, l'organisation sociale et économique de la filière rhumière, et l'ancrage communautaire des distilleries. Comprendre ces éléments est essentiel pour saisir pourquoi et comment la patrimonialisation du rhum prend des formes si contrastées entre la Guadeloupe et la Martinique.

a) Un rapport au foncier et à la terre contrasté

L'histoire coloniale commune des deux îles a produit des réalités sociales similaires, mais avec des nuances notables. En Martinique, la forte concentration foncière héritée du système esclavagiste a perduré après l'abolition, consolidant le pouvoir économique de certaines grandes familles békées. Ces groupes possèdent encore aujourd'hui une large part des terres agricoles et des distilleries, comme La Mauny, Trois Rivières ou Saint-James, souvent rattachées à de grands groupes industriels.

En Guadeloupe, bien que les dynamiques coloniales aient été comparables, la redistribution foncière a été plus diffuse au fil du XXe siècle. Cela a permis l'émergence d'une filière plus éclatée, avec des distilleries souvent restées familiales, comme Longueteau, Bologne ou Montebello. Cette structure plus fragmentée a favorisé une production artisanale et un ancrage territorial fort, mais cela a aussi freiné la mise en place d'une stratégie commune entre les distilleries. Ces trajectoires historiques divergentes ont des répercussions sur les modes de gouvernance et les représentations sociales du rhum.

Le rapport au foncier joue ici un rôle central, tant dans l'organisation économique de la filière que dans la manière dont les sociétés locales s'approprient ou non le rhum comme patrimoine. En Martinique, la concentration des terres entre les mains d'une poignée de familles békées alimente une forme d'exclusion indirecte : les jeunes ou les producteurs issus de milieux modestes ont peu accès à la terre, ce qui limite leur place dans la chaîne de production rhumière. Cette distance sociale contribue à un sentiment de dépossession, même si la centralisation foncière a aussi permis une meilleure structuration, notamment à travers l'obtention de l'AOC, qui joue un rôle fort dans la reconnaissance patrimoniale du rhum martiniquais.

À l'inverse, en Guadeloupe, la terre est davantage morcelée. Ce morcellement a permis l'émergence d'exploitations familiales et indépendantes, souvent perçues comme plus proches de la population locale. François Longueteau⁶¹ insiste sur cette spécificité : “Contrairement à la Martinique, où les grands groupes dominent, la Guadeloupe conserve une dimension artisanale et familiale qui nous distingue. Cela nous permet de rester proches de nos racines et d'offrir un produit authentique.” Mais cette fragmentation a aussi des effets pervers : elle complique l'élaboration d'une stratégie collective à l'échelle de l'île.

Cela s'est notamment manifesté lors des débats autour de la reconnaissance officielle du rhum guadeloupéen. Alors que la Martinique a fait bloc autour de l'AOC, la Guadeloupe a privilégié une Indication Géographique Protégée (IGP), jugée plus souple. François Longueteau nous explique que : “Les contraintes d'une appellation d'origine contrôlée (AOC) sont parfois trop rigides et ne garantissent pas toujours la qualité. Nous avons opté pour une indication géographique protégée (IGP), qui certifie la provenance de nos produits tout en nous laissant une certaine liberté.” Ce choix reflète une volonté d'autonomie et une méfiance vis-à-vis d'un système trop normatif, mais il révèle aussi les difficultés à fédérer l'ensemble des producteurs autour d'un projet commun.

Mathieu Lange⁶² en souligne les conséquences : “La principale difficulté, selon moi, réside dans l'absence d'un objectif commun entre les distilleries en Guadeloupe [...] Cela entraîne des rivalités inutiles et empêche une véritable reconnaissance du rhum guadeloupéen comme un produit emblématique du patrimoine local.” Ce manque de cohésion, lié à la structure même du tissu productif, affaiblit la portée patrimoniale du rhum aux yeux des institutions comme de la population.

Autrement dit, le morcellement foncier et institutionnel guadeloupéen a pour effet paradoxal de favoriser la proximité sociale tout en affaiblissant la lisibilité collective du produit. La comparaison avec la Martinique est ici éclairante : là où la centralisation a permis la reconnaissance officielle, elle a aussi engendré une certaine distance entre la population et les producteurs. À l'inverse, la Guadeloupe priviliege des relations sociales fortes mais sans cadre commun.

⁶¹ François Longueteau, entretien avec l'auteur, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

⁶² Mathieu Lange, journaliste chez Rumporter, entretien téléphonique, 2 décembre 2024.

Guylaine Roussel⁶³ de la distillerie Montebello le résume ainsi : “Nous avons beaucoup à apprendre de la Martinique qui, sur ce point, est plus avancée.”

Enfin, le foncier ne se résume pas à une question de rendement ou de surface cultivable. Il renvoie à un rapport symbolique à la terre, à l’histoire et à l’identité. Là où la Martinique semble s’appuyer sur une patrimonialisation institutionnelle, la Guadeloupe développe des logiques d’appropriation sociale plus informelles, mais encore trop peu structurées pour porter un récit collectif fort.

Ainsi, les dynamiques foncières et sociales ne déterminent pas seulement les conditions de production du rhum : elles influencent aussi la manière dont ce dernier peut devenir patrimoine. Entre logiques de contrôle économique et aspirations à une valorisation plus inclusive, les sociétés antillaises négocient chacune à leur manière les conditions d’une patrimonialisation légitime.

b) Des dynamiques sociales différentes

Au-delà des aspects fonciers, les logiques de coopération ou de rivalité entre les acteurs du rhum jouent un rôle central dans la manière dont le produit est patrimonialisé par les sociétés locales. Là encore, les dynamiques observées en Martinique et en Guadeloupe diffèrent largement.

En Martinique, l’unité de la filière autour de l’AOC a renforcé une certaine cohésion entre distilleries. Malgré la domination de quelques grands groupes, l’ensemble des acteurs semble s’être accordé sur une stratégie commune de valorisation du rhum martiniquais. Cette entente a favorisé une image de qualité, reconnue en France comme à l’international, et a permis à la filière de peser dans les négociations politiques et économiques. On peut parler ici d’un modèle de patrimonialisation organisé “par le haut”, où les institutions et les producteurs collaborent efficacement.

À l’inverse, en Guadeloupe, la diversité des distilleries, souvent familiales, indépendantes, de tailles variées, a rendu plus difficile la mise en place d’une dynamique collective. Si cette diversité témoigne d’une richesse artisanale, elle s’accompagne aussi de rivalités et de tensions internes. Mathieu Lange⁶⁴ évoque clairement cette problématique : “Contrairement à

⁶³ Guylaine Roussel, entretien avec l’auteur, distillerie Montebello, 2025

⁶⁴ Mathieu Lange, entretien téléphonique, 2 décembre 2024.

la Martinique, les distilleries guadeloupéennes semblent travailler chacune de leur côté. [...] Cela entraîne des rivalités inutiles et empêche une véritable reconnaissance du rhum guadeloupéen comme un produit emblématique du patrimoine local.”

Ces tensions se manifestent dans les rapports entre distilleries, mais aussi dans leur participation à des événements communs. Certaines refusent de s’impliquer dans des initiatives collectives, ou participent sans véritable esprit de collaboration. Cela peut être lié à des désaccords historiques, à des concurrences commerciales, ou à une vision différente du rôle social du rhum.

Par exemple, la rhumerie Karukera et la distillerie Longueteau, pourtant voisines, sont en conflit juridique depuis plusieurs années, ce qui symbolise bien les fractures internes à la filière guadeloupéenne. Comme nous l’ont expliqué certains interlocuteurs sur place, ces tensions affaiblissent la capacité des acteurs à faire bloc autour d’un projet commun de valorisation patrimoniale.

Pour Guylaine Roussel⁶⁵, cette absence de solidarité freine même la visibilité internationale du rhum guadeloupéen : “Aujourd’hui, chaque distillerie fait ses propres efforts, mais une mise en commun des moyens permettrait une meilleure visibilité à l’échelle internationale.”

Cela montre que l’absence de coopération sociale entre les producteurs se répercute sur l’ensemble du processus de patrimonialisation. Là où la Martinique tire parti de sa stratégie collective, la Guadeloupe semble hésiter entre autonomie individuelle et nécessité de construire un récit commun.

Ainsi, les formes de cohésion sociale ou de rivalité entre producteurs influencent directement la manière dont le rhum est perçu et valorisé par les sociétés locales. Le patrimoine ne se construit pas seulement par le discours ou les institutions : il repose sur des pratiques collectives, des alliances durables et une capacité à se projeter ensemble dans une mémoire partagée.

c) Engagement communautaire et ancrage local

L’ancrage territorial des distilleries ne se limite pas à la possession de terres ou à la présence physique d’infrastructures. Il se manifeste également à travers des engagements sociaux

⁶⁵ Guylaine Roussel, entretien avec l’auteur, distillerie Montebello, 2025

concrets, traduisant une volonté d'intégrer pleinement l'environnement humain et économique local.

En Guadeloupe, certaines distilleries s'inscrivent dans cette dynamique communautaire en développant des initiatives solidaires. Guylaine Roussel⁶⁶, expliquait ainsi : “Nous nous engageons à rémunérer nos employés et nos fournisseurs sur 11 mois au lieu de 7 ou 8 mois. Cela permet aux employés et aux agriculteurs d'avoir un budget pour les fêtes de fin d'année.”

Cette démarche dépasse le simple cadre salarial : elle vise à renforcer la stabilité économique d'un territoire marqué par la saisonnalité et par de fortes inégalités sociales. Elle participe aussi à créer un lien de fidélité entre producteurs et fournisseurs locaux, dans un esprit de solidarité.

En Martinique, des logiques similaires existent, comme l'illustre Emmanuelle Parent⁶⁷ : “Beaucoup de nos employés viennent des environs, et c'est important pour nous de maintenir ce lien. [...] Cela nous permet de soutenir l'économie locale et de préserver nos traditions.”

Ces exemples montrent que certaines distilleries se positionnent comme des acteurs sociaux à part entière, et pas seulement comme des entreprises agroalimentaires. Leurs actions favorisent le maintien d'activités économiques dans des zones rurales ou enclavées, participant ainsi à lutter contre l'exode des jeunes générations.

Cependant, tous les établissements ne s'impliquent pas de la même façon. Certaines distilleries, notamment celles davantage tournées vers l'export, sont parfois perçues comme plus distantes des réalités locales. Ce déséquilibre d'implication peut engendrer une forme de frustration ou de désaffection de la part des habitants, en particulier dans les zones moins touristiques.

Ainsi, l'engagement communautaire ne peut être considéré comme acquis : il reste un enjeu de légitimité sociale pour l'ensemble de la filière. C'est à travers des actions concrètes, durables et visibles que le rhum peut continuer à s'enraciner dans les sociétés guadeloupéennes et martiniquaises – et ainsi renforcer son statut de patrimoine partagé.

⁶⁶ Guylaine Roussel, entretien avec l'auteur, distillerie Montebello, 2025

⁶⁷ Emmanuelle Parent, entretien avec l'auteur en janvier 2025

En Guadeloupe, où la majorité des distilleries sont restées familiales et indépendantes, les liens avec la communauté locale sont souvent plus directs. Cette structure favorise un sentiment d'appartenance, une proximité entre les producteurs et les habitants, renforçant ainsi l'ancrage territorial du rhum.

À l'inverse, en Martinique, plusieurs distilleries appartiennent à de grands groupes, comme La Martiniquaise ou GBH. Ce modèle industriel pourrait a priori suggérer une forme de distanciation avec la population locale. Pourtant, la réalité est plus nuancée. Nicolas Herbain⁶⁸, nous expliquait que malgré cette structure plus centralisée : “Beaucoup de Martiniquais, jeunes ou moins jeunes, ont leur propre préférence familiale – c'est presque une affaire d'héritage. C'est généralement lié au lieu des habitations.”

Cela montre que le lien affectif au rhum peut perdurer indépendamment du modèle économique. Même lorsque les distilleries ne sont pas familiales, elles conservent souvent une forte visibilité territoriale, et leur production s'inscrit dans un imaginaire local partagé.

Ce constat met en lumière un point essentiel : la reconnaissance du rhum comme patrimoine social repose autant sur les formes de production que sur les représentations collectives et les usages sociaux. Le rhum devient ainsi un élément de fierté locale, même dans un contexte d'industrialisation avancée, comme c'est le cas en Martinique.

Conclusion de la partie D - Différences sociétales entre la Guadeloupe et la Martinique

L'analyse comparative des dynamiques foncières, des modes de coopération et des formes d'engagement communautaire entre la Guadeloupe et la Martinique révèle des contrastes profonds dans la manière dont le rhum est intégré aux identités locales et valorisé comme patrimoine. Ces différences ne relèvent pas seulement de choix économiques ou politiques : elles s'ancrent dans des héritages historiques et des structures sociales qui continuent de façonner les relations entre producteurs, institutions et populations.

En Martinique, la concentration foncière et l'organisation collective autour de l'AOC ont permis une patrimonialisation structurée, institutionnalisée et plus lisible à l'échelle nationale et internationale. Cette dynamique confère au rhum martiniquais une reconnaissance

⁶⁸ Nicolas Herbain, ancien habitant de la Martinique , entretien téléphonique du 22 février 2025.

officielle et une cohérence d'image, mais elle contribue également à une certaine distanciation entre la filière et les habitants, notamment les jeunes générations qui peinent parfois à s'identifier à une industrie perçue comme centralisée et élitiste.

En Guadeloupe, à l'inverse, la dispersion foncière a favorisé un modèle plus artisanal et familial, offrant un sentiment de proximité et de fidélité entre distilleries et communautés locales. Cependant, ce morcellement complexifie la construction d'une stratégie commune et affaiblit la visibilité collective du rhum guadeloupéen, en limitant sa capacité à s'imposer comme un patrimoine partagé et reconnu au-delà des frontières de l'île.

Ces observations confirment que la patrimonialisation du rhum ne peut être pensée indépendamment des contextes sociaux, économiques et culturels propres à chaque territoire. Elles montrent aussi que la valorisation patrimoniale du rhum exige un équilibre délicat entre structuration institutionnelle et ancrage local, entre stratégies collectives et respect des spécificités sociales.

Ainsi, les différences entre la Guadeloupe et la Martinique offrent un éclairage précieux sur la diversité des chemins possibles pour faire du rhum un patrimoine vivant. Elles soulignent la nécessité, pour chaque territoire, de conjuguer coopération et proximité, afin que le rhum reste un marqueur identitaire fédérateur, porteur de mémoire et vecteur de fierté partagée au sein des sociétés antillaises.

E) Conclusion de l'hypothèse sociale

L'analyse des dynamiques sociales autour du rhum en Guadeloupe et en Martinique confirme en grande partie notre hypothèse : les interactions entre les acteurs de l'industrie rhumière et les populations locales influencent significativement les modalités de patrimonialisation. Le rhum dépasse ici sa simple fonction de produit économique pour devenir un vecteur de lien social, d'identité collective et de transmission.

Néanmoins, cette valorisation par le bas n'est ni homogène ni systématique. Elle varie selon les structures, les territoires et les postures des distilleries. Si certaines, notamment en Guadeloupe, cultivent des rapports étroits avec leur communauté, d'autres – souvent plus tournées vers l'export ou rattachées à de grands groupes – entretiennent des liens plus

distendus avec leur environnement local. Ce décalage peut parfois générer un sentiment d'exclusion ou de désengagement.

Par ailleurs, si la transmission est au cœur des démarches sociales observées, elle reste parfois fragilisée par des défis structurels, comme la désertion des jeunes vers la métropole, ou encore par un certain manque de coordination entre les acteurs locaux eux-mêmes, notamment en Guadeloupe.

Ainsi, si le rhum s'impose comme un marqueur social fort dans les deux îles, sa patrimonialisation sociale n'est ni automatique ni uniforme. Elle dépend de la capacité des acteurs à maintenir un équilibre entre valorisation économique et implication communautaire, et à répondre aux attentes, parfois divergentes, des différents publics concernés. En cela, l'hypothèse trouve une validation nuancée : les liens sociaux jouent un rôle structurant dans la reconnaissance patrimoniale du rhum, mais ce rôle est modulé par des logiques économiques, foncières et culturelles qui complexifient son déploiement.

Ouverture de l'hypothèse 1 :

L'analyse des dynamiques sociales autour du rhum en Guadeloupe et en Martinique a montré à quel point les liens entre producteurs et populations locales façonnent la reconnaissance patrimoniale de ce produit emblématique. Cependant, ces interactions sociales ne peuvent être comprises sans tenir compte des représentations culturelles qui les sous-tendent. Car au-delà des relations économiques et sociales, c'est bien la manière dont le rhum est vécu, célébré et transmis dans la culture antillaise qui détermine son inscription comme patrimoine vivant.

Il convient donc désormais d'explorer comment les pratiques quotidiennes, les rites collectifs, les imaginaires partagés et les expressions artistiques autour du rhum contribuent à sa valorisation culturelle, en s'attachant aux différences et aux spécificités propres à la Guadeloupe et à la Martinique. Cette réflexion sera approfondie dans notre deuxième hypothèse, dédiée à l'étude des représentations culturelles et des enjeux patrimoniaux associés au rhum.

Chapitre IV . Hypothèse 2 – Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, influençant leur impact sur la valorisation du patrimoine

Nous partons ici de l'hypothèse que les représentations culturelles liées au rhum diffèrent entre la Guadeloupe et la Martinique, et que ces différences influencent directement les formes de valorisation patrimoniale mises en place dans chaque territoire. Autrement dit, la façon dont le rhum est perçu, transmis, et vécu au quotidien joue un rôle essentiel dans sa reconnaissance comme élément du patrimoine culturel.

À travers les différents entretiens réalisés, on comprend très vite que le rhum occupe une place beaucoup plus large que celle d'un simple produit de consommation. Le rhum est ainsi profondément ancré dans les pratiques culturelles locales, qu'il s'agisse de la Guadeloupe ou de la Martinique. Il est lié à des traditions, des gestes, des fêtes, et il raconte aussi une histoire.

Dans plusieurs témoignages, le rhum est évoqué comme un élément du quotidien, mais avec une portée symbolique forte. Il n'est pas juste là pour être bu : il accompagne des moments importants, des rituels, des échanges familiaux. Il se transmet par le geste, par l'odeur, par la pratique, bien au-delà des mots. Sabine Combes, explique par exemple que : "Le rhum est partout ici. C'est un pilier de notre culture et de notre économie. Même pour ceux qui ne boivent pas d'alcool, le rhum reste un symbole. En tant qu'auxiliaire de puériculture à la maternité, j'explique qu'ici, les femmes enceintes se massent parfois le ventre avec du rhum."⁶⁹

De son côté, Élodie Jean-Louis relie directement le rhum aux traditions populaires : "Le carnaval est lié au rhum, c'est un moment fort de transmission. Il y a un imaginaire collectif qui s'y rattache, et on voit que ça se transmet aussi par les gestes et les habitudes, pas seulement par les mots."⁷⁰

Ce qui revient aussi très souvent, c'est le lien fort entre le rhum et la notion d'héritage. Beaucoup d'interlocuteurs insistent sur la transmission intergénérationnelle, sur le respect des gestes anciens, sur l'attachement à un savoir-faire transmis dans la famille ou dans l'entreprise. François Longuetau résume très bien cette logique : "Le rhum, c'est l'histoire

⁶⁹ Sabine Combes, habitante de la Guadeloupe, entretien avec l'auteur, Baie de Rose, janvier 2025.

⁷⁰ Élodie Jean-Louis, responsable des visites et relations publiques, entretien avec l'auteur, distillerie Bologne, Basse-Terre, 15 janvier 2025.

de notre famille. On transmet un savoir-faire, des gestes, une manière de cultiver et de distiller. Et c'est aussi pour ça qu'on a préféré rester sur une IGP plutôt qu'une AOC trop rigide. On veut que notre identité continue à vivre, sans être enfermée.”⁷¹

Vanessa Ferey rappelle que : “Patrimonialiser le rhum, ce n'est pas juste mettre des bouteilles dans un musée. C'est documenter les gestes, les sons, les paroles. Ce sont les distillateurs, les coupeurs de canne, les anciens qui connaissent les rites et qui doivent pouvoir les transmettre.”⁷²

Un autre aspect essentiel qui ressort des entretiens, c'est la différence marquée entre la Guadeloupe et la Martinique dans leur rapport au rhum. Il ne s'agit pas seulement de différences techniques ou commerciales, mais bien de visions culturelles distinctes. En Martinique, la production s'est formée autour de l'AOC, avec une recherche de reconnaissance institutionnelle forte. En Guadeloupe, le discours est souvent plus libre, plus artisanal, avec une mise en avant de l'authenticité et du style propre. On peut citer des citations d'entretiens pour affirmer cela, on s'est appuyé sur des études de terrain comme avec Aurélien, de Karukera : “La Martinique a structuré son image autour de l'AOC. En Guadeloupe, on a une approche plus libre, plus familiale. Mais du coup, on est moins visibles à l'international.”⁷³ et Maeva Flandrina : “Ce n'est pas qu'une guerre de goût. C'est aussi une histoire d'image. Les rhums martiniquais sont plus présents dans les concours. En Guadeloupe, on mise plus sur l'authenticité.”⁷⁴

Il est intéressant de souligner que la culture du rhum n'a rien de figé. Elle évolue sans cesse, notamment à travers de nouvelles formes d'appropriation et d'expression culturelle. Certains acteurs comme Élodie Jean-Louis évoquent l'importance pour les jeunes générations de s'identifier au rhum, y compris par la création artistique. Des morceaux comme “*Cocono*” de l'artiste martiniquaise Meryl, ou encore des événements comme le festival Arts & Rhum qui mêlent street art et patrimoine local, montrent que le rhum peut aujourd'hui être raconté autrement : par l'art, la musique, et des formes de narration contemporaines. Ces nombreux

⁷¹ François Longueteau, directeur de la distillerie Longueteau entretien avec l'auteur, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

⁷² Vanessa Ferey, maître de conférences en Histoire et Civilisations, entretien téléphonique avec l'auteur, visioconférence, 24 février 2025.

⁷³ Maeva Flandrina, responsable communication et marketing, entretien avec l'auteur , distillerie Bologne, Basse-Terre, 15 janvier 2025.

⁷⁴ Aurélien, apprenti maître de chai, entretien avec l'auteur, distillerie Karukera, janvier 2025.

entretiens affirment que le rhum reste un marqueur identitaire fort, capable de traverser les époques tout en s'adaptant à tous.

Au vu des entretiens réalisés, voici une définition reprenant l'idée de ces entretiens : Le rhum est un patrimoine vivant, à la fois social, symbolique et sensoriel. Il représente un savoir-faire légué, mais aussi transmis de générations en générations, de mémoire et de différenciation culturelle. C'est un produit qui lie les gens entre eux, mais aussi avec leur passé. Il est l'expression d'un territoire, d'un rapport à la nature, à l'histoire et à l'identité.

Pour traiter cette hypothèse, notre analyse se structure en quatre grands axes :

Elle commencera par une analyse sur les usages quotidiens et des pratiques culturelles autour du rhum. Cette analyse sera divisée en trois parties et une conclusion, en s'intéressant d'abord aux rites et usages domestiques, qu'il s'agisse de son côté médicinal et des gestes enracinés dans le quotidien . On s'intéressera ensuite à son rôle comme vecteur social, notamment à travers la famille, le voisinage et les différents mécanismes de transmission . Pour finir, ce premier axe examinera la manière dont le rhum participe à la construction de l'identité culturelle locale, en lien avec les notions de mémoire, de fierté et parfois de masculinité .

La seconde partie va se concentrer sur les fêtes, rituels et célébrations, là où le rhum occupe une place presque omniprésente en tant que vecteur culturel. Il sera d'abord analysé dans le cadre des fêtes populaires comme le carnaval ou les Chanté Nwel “fêtes traditionnelles fêtées entre la Toussaint et Noël”, pour finir par se pencher sur sa symbolique dans les événements plus privés de la vie, comme les baptêmes, les mariages ou les veillées funèbres .

Ce troisième axe explore les représentations plus contemporaines et artistiques du rhum et les enjeux liés à sa patrimonialisation. On va discuter de son rôle comme source d'inspiration dans les arts visuels ou la musique , puis de son image actuelle entre traditions artisanales et produits de prestige . Pour finir par s'interroger sur les manières concrètes de patrimonialisation, qu'il s'agisse des musées, des routes du rhum ou des démarches de labellisation.

Enfin, ce dernier axe mettra en lumière les subtiles différences culturelles entre la Guadeloupe et la Martinique. Dans le but de montrer la diversité des gestes, des symboles et d'usages qui entourent le rhum sur ces deux territoires , tout en mettant un point sur les stratégies culturelles spécifiques qui caractérisent leur approche de la patrimonialisation.

La conclusion de ces 4 axes sera un rappel des idées analysées dans chacune de ces parties, dans le but de répondre à l'hypothèse 2 – Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, influençant leur impact sur la valorisation du patrimoine.

A) Les pratiques culturelles quotidiennes autour du rhum

a) Rites et usages domestiques du rhum

Les lectures réalisées ainsi que les entretiens menés sur le terrain nous ont permis de mieux comprendre comment le rhum dépasse le cadre de la consommation festive ou commerciale. Dans la vie quotidienne, il est profondément ancré dans les gestes domestiques, les rituels personnels ou familiaux. Cette boisson, même parfois controversée – notamment à cause des représentations anciennes liées à la piraterie, à l'alcoolisme ou à l'esclavage – reste un marqueur fort du quotidien.

En Guadeloupe comme en Martinique, le rhum est utilisé pour soigner, protéger ou apaiser. Il fait partie de la pharmacopée populaire. Sabine Combes, en témoigne: “Le rhum est partout ici. C'est un pilier de notre culture et de notre économie. Même pour ceux qui ne boivent pas d'alcool, le rhum reste un symbole. En tant qu'auxiliaire de puériculture à la maternité, j'explique qu'ici, les femmes enceintes se massent parfois le ventre avec du rhum.”⁷⁵

Ce type d'usage illustre bien le rôle protecteur ou thérapeutique que joue le rhum dans les foyers. On le retrouve dans les massages pour calmer les douleurs, dans les inhalations en cas de grippe, et même pour chasser les mauvais esprits dans certaines croyances locales. Ce sont des gestes symboliques, souvent transmis dans l'intimité familiale, qui rappellent que le rhum n'est pas qu'un produit à boire, mais un outil culturel et rituel. Grégory Vernant, nous a aussi parlé d'un usage un peu oublié aujourd'hui, mais qui en dit long sur l'importance du rhum dans les croyances locales : “Avant, il y avait des kaboiseurs, des sortes de sorciers locaux, qui utilisaient le rhum dans des lotions pour éloigner les mauvais esprits ou porter chance, par exemple avant le bac. C'était symbolique, fort.”⁷⁶

⁷⁵ Sabine Combes, habitante de la Guadeloupe, entretien avec l'auteur, Baie de Rose, janvier 2025.

⁷⁶ Grégory Vernant, directeur de la distillerie Neisson, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

D'ailleurs, plusieurs personnes interrogées nous ont parlé de cette habitude de frotter un peu de rhum sur le front ou dans le dos des enfants quand ils sont enrhumés, ou encore de le mélanger avec du miel et du citron comme remède de grand-mère. Ce sont des recettes qui se transmettent oralement, sans être écrites, mais qui restent bien vivantes dans les familles. Dans certaines maisons, les premières gouttes de rhum sont encore versées au sol en hommage aux ancêtres, ou pour protéger la maison. Ces pratiques sont rarement écrites, mais elles font partie des mémoires collectives, transmises sans discours, par l'imitation et la répétition des gestes. Un des distillateurs que nous avons rencontrés parlait d'un geste "automatique" fait avant même de boire : on sert le rhum, on en verse un peu à terre, puis on trinque. Ça fait partie de la culture.

Cette charge symbolique se retrouve également dans les rites collectifs. Valérie, témoigne de l'importance du rhum dans les rituels de début d'année : "Chaque 1er janvier, les groupes se retrouvent sur la plage pour mettre à l'eau des radeaux en bambou avec des offrandes : des fleurs, du rhum... C'est le début symbolique de la saison carnavalesque. [...] Le rhum n'est pas seulement un produit de consommation, il est aussi un élément spirituel et culturel fort. Pour beaucoup de Guadeloupéens, c'est un moyen de se connecter à leurs racines, à l'histoire et à la terre."⁷⁷

Même dans les moments de deuil, le rhum peut avoir une fonction. Comme l'a dit Rey-Hulman⁷⁸ à propos des veillées mortuaires, on verse parfois quelques gouttes pour les morts, en offrande. C'est discret, mais très symbolique. Il y a une continuité dans ces gestes, un lien entre les générations.

Ces gestes du quotidien montrent que le rhum est profondément ancré dans la culture antillaise. À l'origine, c'était une boisson de sortie, un moyen d'évasion face à la dure réalité de la vie, ce qui lui a donné cette dimension spirituelle particulière. Aujourd'hui, il garde cette place dans l'intime, mais aussi dans les moments partagés. C'est un repère culturel, une présence rassurante, parfois discrète, mais constante.

⁷⁷ Valérie, responsable d'exploitation et membre d'un groupe carnavalesque, entretien avec l'auteur, janvier 2025, Distillerie Bologne

⁷⁸ Rey-Hulman, D. (1989). « Les temps du rhum en Guadeloupe ». *Terrain*, 13, 87-91 [Article].

b) Le rhum comme lien social : famille, voisinage, transmission

Au-delà des gestes individuels, le rhum joue également un rôle majeur dans la création de liens sociaux et familiaux, aussi bien au quotidien que lors des grands événements. Après avoir vu comment le rhum s'intègre dans les gestes du quotidien, il est important d'analyser son rôle dans les relations sociales.

Le rhum ne se limite pas à une consommation individuelle : il est aussi un outil de lien entre les membres d'une famille, d'un quartier ou même d'une communauté entière. À travers les échanges, les partages, les cérémonies ou les simples moments conviviaux, le rhum devient un marqueur social fort. En métropole, le rhum est principalement consommé lors d'événements festifs, souvent sous forme de cocktails comme les mojitos ou les punchs. Mais cette approche reste souvent superficielle. Lors de notre entretien, Malcolm Martinon soulignait : "Le monde du rhum ne se limite pas à Carrefour. Il y a des richesses dans le rhum agricole qui sont encore méconnues."⁷⁹

Cela montre que beaucoup de consommateurs métropolitains découvrent le rhum par des produits industriels sucrés et aromatisés, sans forcément accéder à la diversité et à l'authenticité du rhum agricole.

À l'inverse, en Guadeloupe et en Martinique, même si la dimension festive est bien présente, le rhum occupe aussi une place plus intime et culturelle dans la vie quotidienne. Partager un verre de rhum peut être un moment simple de détente après le travail, comme nous l'avons observé lors de notre échange avec Sabine et Paul, où le rhum accompagnait un moment d'échange convivial.

Nicolas Herbain, a d'ailleurs rappelé que : "Là-bas, c'était automatique. Que ce soit pour l'apéro, après le repas, ou même lors des événements familiaux, il y avait toujours une bouteille sur la table."⁸⁰

Ce lien social autour du rhum se manifeste aussi dans la manière dont il structure les rituels familiaux et communautaires. Comme l'avait exprimé François Longueteau lors de notre entretien : "Le rhum va bien au-delà de sa fonction de boisson festive. Il est utilisé comme remède traditionnel pour soigner les rhumes ou comme désinfectant dans les foyers. Lors des

⁷⁹ Malcolm Martinon, co gérant de l'entreprise C'Rhum entretien téléphonique du 6 mars 2025, Paris.

⁸⁰ Nicolas Herbain, ancien habitant de la Martinique , entretien téléphonique du 22 février 2025.

célébrations, qu'elles soient familiales ou communautaires, le rhum est toujours présent. C'est un symbole de partage et de convivialité.”⁸¹

Le rhum devient donc un véritable support de transmission familiale, que ce soit par le choix des marques préférées dans chaque foyer ou par les rituels liés aux grands événements de la vie. Dans certaines familles, la première gorgée est versée à la mémoire des ancêtres, comme l'expliquait Rey-Hulman à propos des veillées mortuaires : “Pendant la veillée, on verse directement les dernières gouttes de rhum à terre en offrande aux ancêtres.”⁸²

Ainsi, à travers le rhum, ce n'est pas seulement des moments de partage qui se transmettent, mais aussi une identité, une mémoire collective et une manière d'être ensemble qui s'inscrit dans le temps.

c) Le rhum dans la construction de l'identité locale (masculinité, mémoire, fierté)

Comme énoncé dans les autres hypothèses, le rhum est un vecteur fort de l'identité locale, que ce soit en Guadeloupe ou en Martinique. Il permet à deux îles pourtant proches de se distinguer. En Martinique, on est davantage sur une logique de structuration, de normes, avec des groupes puissants comme La Martiniquaise ou le Groupe BBS. Là-bas, le rhum agricole bénéficie de l'AOC, et on le met en avant comme un produit d'excellence. À l'inverse, en Guadeloupe, l'approche est plus familiale, plus libre. Les distilleries comme Bologne ou Damoiseau ou encore Longueteau cultivent un ancrage dans le terroir et la tradition, tout en revendiquant une identité forte avec l'IGP.

Cette différence entre AOC et IGP revient souvent dans les entretiens. Lors de notre échange avec Grégoire Hayat, on nous a expliqué clairement “L'IGP permet de préserver notre liberté de création tout en protégeant notre origine. L'AOC est plus rigide, mais elle valorise une méthode. Nous, en Guadeloupe, on préfère mettre en avant la diversité de nos profils.”⁸³

Ce choix révèle une façon différente de concevoir la fierté locale : l'un veut cadrer pour garantir l'excellence, l'autre veut respirer pour faire vivre les identités.

⁸¹ François Longueteau, directeur de la distillerie Longueteau ,entretien avec l'auteur, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

⁸² Rey-Hulman D., « Les temps du rhum en Guadeloupe », Terrain, 1989.

⁸³ Grégoire Hayat , directeur de la rhumerie Karukera ,entretien avec l'auteur janvier 2025 à Karukera, Basse Terre

Mais cette identité ne se construit pas seulement à travers des labels. Elle passe aussi par la transmission. En Guadeloupe comme en Martinique, produire du rhum, c'est transmettre des gestes, des savoir-faire, souvent de père en fils. Comme le raconte un distillateur chez Bologne "Mon père m'a transmis son savoir-faire. Au départ, je ne voulais pas faire ça, c'était trop dur. Mais aujourd'hui, je suis fier de continuer son travail. Cette colonne en cuivre porte son nom, Gilbert."⁸⁴ Ce passage de flambeau, il est fort. Il montre que faire du rhum, ce n'est pas juste un métier, c'est perpétuer une histoire, celle d'une famille, mais aussi celle d'une île.

Et cette histoire est liée à la mémoire collective. Pendant longtemps, le rhum était vu comme un alcool de misère, réservé aux ouvriers agricoles, souvent mal perçu. Comme le dit Michel Fayad "Le rhum a été perçu comme un alcool de souffrance, étroitement associé à l'esclavage et à la misère. [...] Il était vu comme l'alcool des ouvriers agricoles, un produit peu valorisé, lié à la détresse."⁸⁵ Mais les choses ont changé. Grâce aux efforts de revalorisation – l'AOC, le spiritourisme, les actions culturelles – le rhum est devenu un produit noble, et surtout, un symbole de fierté.

Aujourd'hui, les Martiniquais comme les Guadeloupéens sont fiers d'en boire, d'en produire, de le faire découvrir. Il permet de faire connaître ces îles pour autre chose que les plages. Il rend l'économie plus équilibrée, il donne du travail, il crée du lien. On le voit dans les dégustations, les masterclass...

D'ailleurs, pour beaucoup, la comparaison avec le vin en métropole est évidente. Rey-Hulman le dit très clairement "Le rhum, dans les Antilles françaises, tient une place comparable à celle du vin dans l'Hexagone. Il est vecteur de terroir, de convivialité, et de prestige social."⁸⁶

On le boit pour marquer une occasion, pour affirmer un lien avec la terre, avec les siens. Et comme pour le vin, on en parle avec passion, avec technique, avec émotion.

Pourtant, cette fierté ne se transmet pas toujours automatiquement aux jeunes générations. Le rhum garde une place importante, mais aujourd'hui il cohabite avec d'autres influences, notamment celles venues de la culture américaine. Grégory Vernant le remarque dans son

⁸⁴ Distillateur, entretien avec l'auteur janvier 2025, Bologne

⁸⁵ Michel Fayad, spécialiste reconnu du rhum en Martinique, entretien avec l'auteur, février 2025, Paris

⁸⁶ Rey-Hulman D., « Les temps du rhum en Guadeloupe », Terrain, 1989.

quotidien : “La consommation d’alcool en Martinique a été divisée par deux, voire trois ces dernières années. Et ce n’est pas juste une question d’alcool. Les jeunes s’identifient à ce qu’ils voient dans les clips, dans la culture américaine. On y voit du cognac, du whisky, de la vodka... jamais de rhum agricole. Du coup, ils suivent cette image.”⁸⁷

Ça ne veut pas dire qu’ils tournent le dos au rhum ou à leurs racines, mais qu’ils s’inspirent aussi d’autres modèles. On peut se reconnaître dans des codes venus d’ailleurs, tout en restant attaché à ce qui fait partie de son héritage. L’un n’empêche pas l’autre. Le vrai enjeu, aujourd’hui, c’est peut-être de réussir à parler du rhum autrement, avec des codes qui parlent aussi à cette génération, sans perdre ce qu’il représente.

Conclusion de la partie A – Les pratiques culturelles quotidiennes autour du rhum

Ces trois axes – rituel, lien social et identité locale – montrent bien à quel point le rhum occupe une place centrale et multiple dans le quotidien des Guadeloupéens et des Martiniquais. C'est un peu un couteau suisse culturel : il soigne le corps, soulage l'esprit, accompagne les peines comme les joies, chasse les mauvais esprits, ou les accueille pour ne pas oublier ceux qui sont partis. On en met dans les remèdes maison, on en verse au sol pour les ancêtres, on trinque avec après le travail ou lors des veillées. Il est là, partout, dans les maisons, dans les souvenirs, dans les gestes transmis sans qu'on ait besoin de les expliquer.

Ce qui frappe aussi, c'est que le rhum traverse les générations. Il passe des mains des anciens à celles des jeunes, parfois sans mot, juste avec des gestes répétés, comme une mémoire vivante. Il ne s'agit pas seulement d'un produit, mais d'un marqueur culturel à part entière. Le rhum, c'est à la fois du goût, de l'histoire, du soin, et du lien. Il rassemble autant qu'il protège. Il est là dans les débuts comme dans les fins : dans les naissances, les mariages, les deuils, les fêtes.

Et ce qui est encore plus intéressant, c'est que même si les traditions et les façons de faire sont différentes entre la Martinique et la Guadeloupe, le rhum garde une force symbolique commune. Il incarne un rapport intime à la terre, à la mémoire, à l'identité. Il vient de la canne, du feu, de la sueur, de la patience. Ce spiritueux porte en lui une histoire collective, faite de douleur parfois, mais aussi de fierté.

⁸⁷ Grégory Vernant, directeur de la distillerie Neisson, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

En résumé, cette première partie nous permet de mieux comprendre que le rhum n'est pas juste une boisson. C'est une présence quotidienne, un témoin des liens sociaux et familiaux, un marqueur de mémoire. Il a une vraie utilité, presque vitale, dans les sociétés antillaises. Et ce n'est pas juste une question d'habitude : c'est une manière de vivre, de se relier aux autres, et de rester ancré dans sa culture.

Après avoir montré comment le rhum est utilisé dans les gestes du quotidien, dans les liens sociaux et dans ce qu'il représente pour l'identité locale, on peut maintenant s'intéresser à l'autre aspect qu'il représente . Parce que le rhum, ce n'est pas qu'à la maison ou en petit comité. Il est aussi très présent dans l'espace public, dans les rassemblements, dans les moments forts que vivent les communautés.

C'est justement ce qu'on va voir dans la suite avec la partie B – Fêtes, rituels et célébrations: le rhum comme acteur culturel. On va regarder comment il accompagne les grands événements comme le carnaval, les fêtes patronales ou encore les veillées.

B) Fêtes, rituels et célébrations : le rhum comme acteur culturel

a) Le rhum dans les fêtes populaires (carnaval, fêtes patronales, Chanté Nwel)

Avant de rentrer vraiment dans le lien entre le rhum et le carnaval, c'était important pour nous de bien comprendre ce que représente cette fête dans les Antilles, au-delà de ce qu'on a pu observer nous-mêmes sur le terrain, comme pendant le carnaval de Goyave en Guadeloupe. La lecture qui nous a vraiment éclairés, c'est *Le carnaval et la folie* : imaginaires des peuples, un colloque dirigé par Chim et Raboteur (2021), qui analyse en profondeur les différentes dimensions du carnaval.

Le mot carnaval vient du latin *carnis levare*, ce qui veut dire "ôter la chair" donc enlever la viande pour marquer l'entrée dans le Carême, période plus sobre. C'est un temps où on mange, boit, chante, danse et vit dans l'excès, juste avant qu'arrive une phase de jeûne et d'abstinence. Mais au-delà de l'aspect festif, ce qu'on comprend surtout, c'est que le carnaval est un moment où les gens peuvent souffler, se libérer, rêver, oublier le quotidien". C'est un événement qui appartient aux locaux, et qui permet à chacun d'exister autrement pendant

quelques semaines. Il joue aussi un rôle identitaire important : “C'est souvent lorsqu'un groupe social se sent dominé ou exclu qu'il en réfère à une identité [...]. Le carnaval en Guadeloupe s'inscrit dans le processus de construction d'une société guadeloupéenne”⁸⁸. C'est un moment où la société se réinvente, où les règles sont renversées, où les gens prennent la parole par le corps, la danse, le costume. Et justement, comme le dit très bien un autre passage du colloque, ; “se défouler, oublier le quotidien, donner libre cours à son imagination et rêver : enfin rêver. Le carnaval appartient au peuple ; on doit le lui laisser”.

Et c'est là qu'on commence à faire le lien avec le rhum. Parce que dans cette idée de célébration, du hors quotidien, il y a cette notion de lâcher prise. Le rhum, en tant que boisson festive, joue exactement ce rôle. Comme le dit un extrait marquant : “Célébrer, c'est prendre de la distance avec le quotidien, faire place à l'essentiel : l'amitié, la reconnaissance. C'est un acte social qui nous relie à un peuple, à une histoire. Cela passe plus par des gestes, des goûts, des sons, que par de simples mots. C'est un moment gratuit, pas fait pour produire ou gagner, mais pour *être plus*”⁸⁹.

Donc quand on voit le carnaval comme cette parenthèse dans l'année où les gens se libèrent, s'expriment, même parfois se laissent aller , on comprend tout de suite pourquoi le rhum y a une place si importante. C'est une manière de faire une pause, de s'ancrer dans une tradition, de partager, de célébrer. Il est complètement à sa place dans un carnaval qui mélange héritage, transgression et joie collective.

Avant même de se rendre en Guadeloupe, par le biais de nos lectures, on avait déjà compris que le rhum occupait une place centrale dans les fêtes, que ce soit en Guadeloupe ou en Martinique. Pour le carnaval par exemple, qui est un moment fort de l'année dans les deux îles, le rhum est partout. Il est consommé dans les rues, distribué lors des défilés, mis en avant sur les chars de certaines distilleries locales, et même intégré dans certaines chansons de carnaval. C'est un produit qui accompagne la fête mais qui en devient aussi un acteur à part entière.

Plusieurs entretiens nous ont confirmé cette totale présence. Delphine Termosiris l'explique clairement : “Le rhum est véritablement ancré dans la culture guadeloupéenne, notamment à

⁸⁸Chim, P. R., & Raboteur, J. (2021). *Le carnaval et la folie : imaginaires des peuples*. Colloque scientifique, 250 pages.

⁸⁹ Chim, P. R., & Raboteur, J. (2021). *Le carnaval et la folie : imaginaires des peuples*. Colloque scientifique, 250 pages.

travers des événements comme le carnaval où il est consommé avec enthousiasme, et même durant les fêtes de Pâques.”⁹⁰ On peut aussi rappeler ce que Valérie nous a expliqué que chez certains groupes de carnaval, la saison commence symboliquement avec un rituel où ils mettent à l'eau des radeaux remplis d'offrandes du rhum, de la nourriture, des fleurs. Et surtout, Élodie Jean-Louis qui insiste sur le rôle actif de leur distillerie dans ces manifestations : “Le carnaval est une période où le rhum est un véritable symbole. Nous soutenons les groupes de carnaval et participons à de nombreux festivals locaux. Chaque année, nous mobilisons notre équipe pour organiser des événements qui permettent de faire connaître Bologne sous un autre angle.”⁹¹

Certaines marques, comme Bologne, Longueteau ou Reimonenq, sont connues pour sponsoriser des groupes carnavalesques ou participer à l'animation des parades. Leur présence est aussi visuelle : on voit leurs logos, leurs couleurs, leurs bouteilles stylisées sur les costumes, sur les chars ou dans les mains des participants. Comme on l'a vu lors de notre passage à Basse-Terre pendant le carnaval de Goyave, certaines scènes de rue étaient littéralement marquées par la distribution de petits gobelets de punch, et ça créait une ambiance de proximité et de chaleur humaine. Nicolas Herbain nous disait d'ailleurs : “Au carnaval, par exemple, c'est toute une ambiance où le rhum se retrouve au cœur des festivités.”⁹²

Mais le rhum est aussi lié à la tradition, et pas seulement à l'excès ou à la fête moderne. Par exemple, pendant le Chanté Nwel, moment très important en Guadeloupe dès le mois de novembre, il est courant d'amener une bouteille de rhum arrangé ou de shrubb maison à partager avec les autres chanteurs. Ce moment collectif, fait de chants traditionnels, de tambours et de bonne humeur, s'accompagne toujours de boissons locales. Le rhum y est là comme un liant, il permet de réchauffer l'ambiance, de mettre les gens à l'aise et de garder vivante une tradition qui se transmet souvent dans les quartiers, entre voisins, dans les associations ou les familles.

Enfin, il y a les fêtes patronales. Dans certains villages, on retrouve une organisation bien pensée : messe, musique, stands, grillades, et bien sûr, vente ou dégustation de rhum. Parfois, les distilleries locales installent des stands où on peut goûter différentes cuvées mais cela est un peu moins vrai maintenant avec la loi Evin qui réduit de plus en plus la communication

⁹⁰ Delphine Termosiris, responsable marketing et communication de la distillerie Reimonenq, entretien avec l'auteur, janvier 2025 , Sainte Rose

⁹¹ Élodie Jean-Louis, responsable des visites guidées et relation publique ,entretien avec l'auteur, distillerie Bologne, Basse-Terre, 15 janvier 2025.

⁹² Nicolas Herbain, ancien habitant de la Martinique ,entretien téléphonique du 22 février 2025.

des distilleries . C'est aussi un moment où les producteurs viennent raconter leur histoire, leur lien au terroir, et où les anciens expliquent comment, "avant", on faisait le shrubb à la maison, avec les zestes d'orange et la cannelle. Moana Dogué évoque ainsi : "La fête de la récolte, par exemple, est un événement populaire qui célèbre le rhum et mobilise de nombreux acteurs locaux."⁹³ Et Manuela Birhou Nerville, nous racontait : "Nous organisons des événements comme le Ti Punch Day ou Arts & Rhums, qui allient dégustations, culture et découvertes artistiques."⁹⁴

En résumé, dans ces fêtes populaires, le rhum n'est pas juste un produit consommé. C'est un élément culturel, un moyen de transmission, un marqueur d'appartenance. Il participe à faire vivre la mémoire collective, à travers les gestes, les goûts, les sons... et les sourires partagés.

Après avoir montré combien le rhum compte lors des grandes fêtes populaires qu'il s'agisse du carnaval, des fêtes patronales ou des Chanté Nwel nous allons maintenant nous tourner vers des moments plus intimes. Baptêmes, mariages, anniversaires, veillées funèbres... des instants où le cercle est plus restreint, plus familial. Là encore, le rhum est présent, mais d'une manière différente : plus symbolique, plus intime, profondément liée aux traditions familiales et aux émotions qu'on y partage.

b) Symbolique du rhum dans les événements de la vie (baptêmes, mariages, veillées)

Plus on avance dans notre recherche, plus on se rend compte que le rhum, ce n'est pas juste une boisson qu'on consomme pendant les fêtes populaires ou les grands rassemblements. Il a aussi une vraie portée symbolique, presque spirituelle, surtout dans les moments marquants de la vie. Du baptême à la veillée funéraire, on retrouve toujours le rhum, mais pas forcément pour être bu. Il peut être là comme offrande, comme élément de transmission ou même de protection. En fait, il suit le rythme de la vie, de la naissance à la mort.

Comme l'expliquait très justement Valérie : "le rhum n'est pas seulement un produit de consommation, il est aussi un élément spirituel et culturel fort. Pour beaucoup de Guadeloupéens, c'est un moyen de se connecter à leurs racines, à l'histoire et à la terre. Ces offrandes sont un geste de gratitude envers les ancêtres et les esprits de la nature"⁹⁵. Ce rôle

⁹³ Moana Dogué, entretien téléphonique avec l'auteur, 8 mars 2025

⁹⁴ Manuela Birhou Nerville, chargée de mission pour la valorisation et la promotion de la culture et du patrimoine de la Guadeloupe au CTIG, entretien avec l'auteur, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

⁹⁵ Valérie, responsable d'exploitation, entretien avec l'auteur, janvier 2025, Distillerie Bologne

spirituel ressort particulièrement dans certains rituels, comme les veillées mortuaires, où on verse les dernières gouttes de rhum à terre en hommage aux défunts : “Pendant le rituel des funérailles, on boit le rhum différemment. [...] Le feu du rhum, l'eau de feu, est éteint par l'eau [...]. Le geste habituel d'offrande d'eau s'oppose aux gestes de libération du “rum brûlant” dont on verse directement les dernières gouttes à terre en offrande aux ancêtres pendant la veillée mortuaire”⁹⁶ Nicolas racontait aussi que : “durant la Toussaint, on nettoie les tombes et on trinque en mémoire des disparus”, et que dans les familles, on versait souvent la première goutte au sol pour les morts⁹⁷. Le rhum devient alors un pont symbolique entre les vivants et les morts, un geste de mémoire mais aussi d'appartenance.

Mais cette dimension culturelle ne s'arrête pas aux rituels funéraires. On retrouve aussi le rhum dans les moments heureux : mariages, baptêmes, anniversaires. Guylaine Roussel le résume bien: “Le rhum est profondément ancré dans la culture guadeloupéenne. Il est présent dans quasiment toutes les occasions festives : les baptêmes, les mariages, les repas du dimanche en famille ou entre amis. Vous trouverez toujours une bouteille sur la table !”⁹⁸. Même si aujourd’hui d’autres alcools comme le champagne apparaissent aussi dans les cérémonies, le rhum conserve une forte charge symbolique, notamment à travers les recettes, les gestes, les objets utilisés. C'est ce que souligne aussi Delphine Termosiris, qui évoque des transmissions directes entre les générations dans sa distillerie : “Au sein de notre distillerie, nous avons des transmissions directes entre les générations. Jean Monace, par exemple, travaille avec son fils pour transmettre son expertise en distillation”⁹⁹

À titre personnel, mon père, originaire de Guadeloupe, m'a raconté que dans ma famille, lors des mariages ou des anniversaires, on buvait surtout du ti-punch, et pas du punch. Ce détail peut sembler anodin, mais il dit beaucoup. Le ti-punch est une boisson simple dans la composition, mais qui demande un geste personnel, une forme de rituel : chacun dose à sa façon le sucre de canne, du miel pour ma part, le citron vert et le rhum. Et dans leur cas, c'était presque toujours du rhum Reimonenq, parce que la distillerie était juste à côté, et puis surtout « parce qu'il est bon ! », comme il me disait. Ce moment où chacun prépare son verre autour de la table, ça crée une ambiance conviviale, vivante, intergénérationnelle, où le rhum

⁹⁶ Rey-Hulman D., « Les temps du rhum en Guadeloupe », Terrain, 1989.

⁹⁷ Nicolas Herbain, ancien habitant de la Martinique, entretien téléphonique du 22 février 2025.

⁹⁸ Guylaine Roussel, responsable marketing à la distillerie Montebello, entretien avec l'auteur, distillerie Montebello, 2025

⁹⁹ Delphine Termosiris, responsable marketing et communication de la distillerie Reimonenq, entretien avec l'auteur, janvier 2025 , Sainte Rose

devient plus qu'un ingrédient : c'est un acte de partage. Dans la même lignée, il existe aussi une autre boisson typique qu'on servait dans ma famille lors des baptêmes, mariages ou anniversaires : le Chodo. C'est une préparation sucrée à base d'œufs, de lait concentré, de vanille, de muscade, de cannelle, et bien sûr d'un peu de rhum servit avec du gâteau fouetté. Elle ressemble au lait de poule métropolitain, mais avec une touche créole. Ce genre de recette illustre très bien la manière dont le rhum s'intègre dans le patrimoine culinaire familial : ce n'est pas qu'une boisson alcoolisée, c'est aussi une mémoire vivante, transmise par les gestes, les goûts, et les souvenirs.

Avec le temps, les habitudes ont évolué. Aujourd'hui, pour satisfaire tous les invités, on prépare souvent des punchs doux, adoucis avec des jus de fruits tropicaux : goyave, ananas, maracuja et de la mangue (encore meilleur lorsque celle-ci vient du jardin)... Ces cocktails permettent une consommation plus large, notamment dans les anniversaires où on veut inclure tout le monde. Cela montre aussi que le rhum s'adapte aux goûts contemporains sans pour autant perdre sa place centrale. Il reste là, au cœur de la fête, dans une forme plus accessible, mais toujours porteuse de mémoire.

Enfin, au-delà du goût, il y a aussi aujourd'hui un aspect esthétique et artistique très fort autour du rhum. Certaines distilleries créent des bouteilles spéciales pour les grandes occasions, presque comme des objets de décoration. On pense par exemple aux bouteilles décorées à la main, aux éditions limitées comme la bouteille "*Manta*" de Reimonenq, conçue pour la Route du Rhum 2022, ou encore à la collaboration entre Longuetateau et l'artiste Shuck One. Ces objets, lorsqu'ils sont posés au centre d'une table de fête, deviennent des éléments de mise en scène, entre tradition et modernité, entre culture populaire et création artistique.

Ainsi, dans les cérémonies privées, le rhum ne se limite pas à être bu : il est préparé, partagé, transmis, exposé, et parfois même offert. Il devient un marqueur identitaire, un fil conducteur entre générations, un support de mémoire et un élément patrimonial vivant.

Conclusion de la partie B – Fêtes, rituels et célébrations : le rhum comme acteur culturel.

Ces deux sous-parties sur les fêtes et célébrations, qu'elles soient privées ou publiques, nous ont permis d'en apprendre davantage sur la place qu'occupe le rhum lors de ces événements.

Que ce soit en Guadeloupe ou en Martinique, le rhum tient une place essentielle dans le quotidien des habitants, du début à la fin de la vie – et, symboliquement, du lever au coucher du soleil. Étant un alcool, il semble évident qu'on le retrouve pendant les périodes festives : anniversaires, mariages, grands repas... Mais ce qui rend sa présence si légitime, si constante, c'est justement qu'il n'est pas qu'un simple alcool. Il est toujours là – parfois en tant que boisson, parfois en tant qu'offrande ou rituel – même si, avec les nouvelles générations qui voyagent, qui découvrent d'autres cultures, d'autres alcools et boissons, sa place évolue légèrement. Pourtant, le rhum reste là pour tout ce qu'il représente : la fête, la culture, l'identité, l'histoire, l'art... Il est toujours présent.

Mais le rhum, ce n'est pas un héritage figé. Avec l'ouverture au monde, les jeunes ramènent de nouvelles idées, de nouvelles pratiques. Le rhum n'est plus la seule boisson sur la table : on voit aussi du champagne, des cocktails doux, des punchs fruités. Pourtant, ce qui marque, c'est que le rhum continue de faire partie de ces moments. Les jeunes savent le réinventer, le mettre en valeur, en créer quelque chose de personnel. Le rhum ne perd pas sa place : il se transforme sans jamais se trahir.

Et c'est aussi ce qui est fort : le rhum devient un objet d'expression. Les distilleries collaborent avec des artistes, proposent des bouteilles design, des éditions limitées. Le flacon lui-même devient un symbole, une œuvre. Dans les fêtes, le rhum s'associe à la musique, à la danse, à la couleur : il est au centre d'une culture populaire vivante, qui bouge, qui évolue, qui rayonne.

Alors oui, le rhum est un fil conducteur. Il traverse les générations, les fêtes, les rituels, les moments joyeux comme les moments graves. Il est un marqueur identitaire, un lien social, un vecteur de mémoire et d'émotion. Bien plus qu'un alcool, il est un véritable acteur culturel, qui fait vibrer la Guadeloupe et la Martinique dans leur histoire, leur singularité, et leurs rêves.

Toutes ces fêtes, ces rituels, ces célébrations privées ou publiques nous montrent à quel point le rhum est ancré dans la culture locale. Mais ce qui est encore plus fort, c'est de voir qu'il ne reste pas figé dans une tradition. Le rhum bouge, il se transforme, il inspire. Et aujourd'hui, il entre dans d'autres sphères : celles de l'art, de l'image, du patrimoine officiel. C'est ce qu'on va explorer maintenant, dans cette avant-dernière partie. Car au-delà de sa place dans les rituels et les fêtes, le rhum devient aussi un objet d'expression artistique contemporaine. Il se

retrouve dans des tableaux, des fresques urbaines, des chansons, des clips, des performances. Il inspire des artistes d'ici et d'ailleurs, et raconte, à travers eux, l'identité créole, la mémoire, mais aussi la modernité. Mais ce n'est pas tout. Le rhum, aujourd'hui, se vend, se montre, se valorise différemment. Il est à la fois symbole de tradition artisanale et produit de prestige. Il peut sortir directement de la cuve d'un petit producteur, ou être mis en bouteille dans un flacon design à plusieurs centaines d'euros.

C'est cette tension entre simplicité populaire et luxe international que nous verrons dans la deuxième sous-partie . Et enfin, on s'intéressera aux modalités de patrimonialisation : comment le rhum devient officiellement un "patrimoine" à travers les musées, les routes touristiques, les labels comme l'AOC. Qui décide ? Qu'est-ce qu'on choisit de transmettre, et pourquoi ? Là encore, ce sont des enjeux forts pour les territoires, pour leur image, leur économie, leur mémoire).

Tout cela nous permettra ensuite d'ouvrir sur la dernière partie de ce travail : les différences de perception, de valorisation et d'usage du rhum entre la Guadeloupe et la Martinique.

C) Représentations modernes et enjeux patrimoniaux

a) Le rhum comme source d'inspiration artistique contemporaine (arts visuels, musique)

Le rhum évolue, sa consommation aussi, mais surtout la manière dont il est perçu. Ce n'est plus seulement un alcool qu'on consomme en fin de repas ou en soirée : c'est devenu un support de création, un symbole d'identité, et un vrai terrain d'expression pour les artistes, notamment chez les jeunes générations. Elles l'ont bien compris : le rhum raconte une histoire, et cette histoire mérite d'être partagée autrement, à travers l'art.

Des artistes comme Meryl, avec son morceau *Cocono* (*cf.annexe 14*), évoquent clairement ce lien culturel et affectif avec le rhum, souvent associé aux moments de convivialité, de fête et d'appartenance. De leur côté, le groupe The Bolokos, qui fusionne le punk et le gwo-ka, a poussé l'initiative encore plus loin en collaborant avec la distillerie Montebello pour créer une cuvée spéciale : la Cuvée The Bolokos (*cf.annexe 15*).

Comme le souligne Guylaine Roussel, de Montebello "Nous collaborons avec le mouvement

Art & Rhum en permettant à des artistes de peindre sur nos fûts, et nous travaillons aussi avec un groupe musical dont le chanteur est un ancien employé de la distillerie”¹⁰⁰. Cette démarche met en valeur à la fois l’ancrage local du rhum et son potentiel à se réinventer dans des projets artistiques hybrides.

On retrouve aussi cette valorisation dans le design des bouteilles elles-mêmes. Certaines distilleries proposent des éditions limitées qui deviennent de véritables objets d’art. Par exemple, le vieux rhum Reimonenq millésime 2004 est embouteillé dans une somptueuse carafe, décorée à la main par Laura Reimonenq, petite-fille de Monsieur Léopold Reimonenq. Chaque carafe est unique. Elle représente les éléments naturels: la terre, la pluie, la mer et évoque aussi le travail de l’homme. Ce n’est pas juste un rhum de prestige : c’est une œuvre artisanale, familiale, et symbolique. Cette création illustre bien comment la transmission et l’héritage peuvent aussi passer par l’art et l’esthétique. Cela montre également que les bouteilles des distilleries de Guadeloupe montrent un vrai lien entre le produit, l’homme et la terre/ le paysage.

Une autre initiative forte, que Mathieu Lange, rédacteur chez Rumperter, m’a d’ailleurs conseillé d’explorer, est la collaboration entre HSE et Federica Matta, peintre d’origine chilienne, qui a étudié en Martinique dans les années 70. Entre 2016 et 2017, son exposition *Les Voyages Imaginaires* a transformé les chais de la distillerie HSE en un univers de rêverie. Par ses œuvres colorées et symboliques, elle a imaginé un monde où le rhum dialogue avec les émotions, la mémoire et l’imaginaire collectif. Le chai devient alors bien plus qu’un lieu de vieillissement du rhum : un espace vivant, sensible, où le patrimoine industriel se mêle à l’expression artistique contemporaine.

Dans la même dynamique, la distillerie Longueteau a collaboré avec Shuck One, artiste guadeloupéen d’art urbain, pour créer une bouteille en série limitée aux inspirations très graphiques et colorées (*cf. annexe 11*). Cette fusion entre le street art et l’univers du rhum montre encore une fois que ce dernier n’est pas figé dans une tradition ancienne, mais bien ancré dans une culture populaire et urbaine actuelle. Comme le souligne François Longueteau de la distillerie Longueteau “Nous travaillons aussi avec des artistes qui conçoivent des étiquettes exclusives pour certaines éditions limitées, afin de donner une identité forte à nos

¹⁰⁰Guylaine Roussel, responsable marketing à la distillerie Montebello, entretien avec l'auteur, distillerie Montebello, 2025

bouteilles.”¹⁰¹ Ce type de collaboration confère aux rhums une originalité visuelle, tout en renforçant leur dimension artistique et identitaire.

Même des personnalités issues d'autres milieux s'approprient cet objet patrimonial. L'humoriste guadeloupéen Éric Judor a créé le rhum “*Jus d'or*”, en lien avec le lancement du Rhum Fest & Food Festival en Guadeloupe. Ici encore, on voit que le rhum devient un prétexte à fédérer, créer, rassembler autour d'un imaginaire collectif qui dépasse le simple geste de consommation.

Mais ce ne sont pas uniquement les distilleries ou les artistes qui participent à cette valorisation culturelle. Des institutions comme le CTIG (Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe) jouent également un rôle stratégique. Comme l'explique Manuela Birhou-Nerville : “Nous organisons des événements comme le Ti Punch Day ou Arts & Rhums, qui allient dégustations, culture et découvertes artistiques. Ces initiatives visent à sensibiliser le public, mais aussi à renforcer l'image d'excellence du rhum guadeloupéen, tant auprès des locaux que des visiteurs.”¹⁰²

Lors du festival Arts & Rhums, plusieurs artistes contemporains ont été invités à collaborer directement avec des distilleries. Samuel Gelas, par exemple, a travaillé avec la distillerie Bologne pour créer une œuvre forte de sens. Pour lui, Bologne s'illustre avant tout par ses hommes et ses femmes “C'est de la “*Famille Bologne*” qu'il faut parler. Multiculturelle, multiethnique et dispersée à travers les âges, elle est liée par cette même passion : le rhum, ce si grand créateur de convivialité. Un cœur qui bat à l'unisson.”¹⁰³

Dans cette œuvre, le rhum devient un lien humain, social, vivant. Dans un autre registre, Olivier Vérin à, lui, collaboré avec la distillerie Reimonenq à travers une peinture contemporaine et symbolique, toujours dans cette volonté de faire du rhum un objet de mémoire et d'inspiration, un support de création artistique à part entière.

À travers toutes ces initiatives, le rhum se transforme en acteur culturel contemporain. Il inspire, il rassemble, il fait parler en musique, en image, en matière. Et ce n'est pas un hasard, comme le dit Mathieu Lange, de Rumporter : “Ces initiatives ont non seulement sensibilisé le public local, mais elles ont également permis de promouvoir le rhum guadeloupéen à

¹⁰¹ François Longueteau, entretien avec les auteurs, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

¹⁰² Manuela Birhou Nerville, chargée de mission pour la valorisation et la promotion de la culture et du patrimoine de la Guadeloupe au CTIG, entretien avec l'auteur, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

¹⁰³ Samuel Gelas, *Arts & Rhum*, œuvre créée le 30 septembre 2022, consulté le 7 juin 2025, disponible sur : <https://www.samuel-gelas.com/arts-rhum/>.

l'international [...]. Ce genre de démarche est essentiel pour donner une nouvelle image du rhum.”¹⁰⁴

Après avoir exploré comment le rhum s'exprime à travers l'art contemporain et la musique, il est essentiel de se pencher sur l'image qu'il véhicule aujourd'hui, ainsi que sur les multiples façons dont il est valorisé culturellement. Le rhum ne se limite plus à un simple héritage artisanal ou à une boisson populaire : il devient un produit de prestige, à la fois ancré dans ses racines traditionnelles et résolument tourné vers une reconnaissance plus large, locale comme internationale. Cette double dynamique soulève des enjeux importants de valorisation, de transmission et de transformation de l'identité du rhum. C'est ce que nous allons approfondir dans cette nouvelle section, en analysant comment l'image du rhum est aujourd'hui façonnée et portée par ses acteurs, entre authenticité artisanale et montée en gamme.

b) Image et valorisation culturelle du rhum : entre tradition artisanale et produit de prestige

Autrefois perçu comme une boisson brute, populaire et essentiellement masculine, le rhum connaît aujourd'hui une véritable revalorisation culturelle et sociale. Longtemps victime d'une mauvaise réputation, il s'impose désormais comme un spiritueux prestigieux, capable de rivaliser avec les plus grands whiskys ou cognacs. Certaines cuvées spéciales, comme celles de la distillerie Reimonenq, sont devenues des incontournables chez les amateurs de whisky, séduits par leur complexité aromatique, leur puissance maîtrisée et leur ancrage dans un terroir.

Des personnalités extérieures au monde du rhum, notamment des chefs cuisiniers, deviennent aujourd'hui de véritables ambassadeurs de cette évolution. Le chef Eloy Spinnler, par exemple, travaille régulièrement avec la distillerie Longueteau pour créer des expériences autour des accords mets-rhums. Très médiatisé actuellement, son implication contribue à redonner au rhum ses lettres de noblesse. Jean-René Leriche, chef et propriétaire d'un restaurant caribéen à Paris, que j'ai pu rencontré. Son établissement ne propose pas seulement du rhum : il en fait une véritable expérience culturelle, avec une carte spécialisée, des rhums qu'il fait vieillir lui-même, et surtout une volonté pédagogique.

¹⁰⁴ Mathieu Lange (Rhumpoter), entretien téléphonique, 2 décembre 2024.

Comme il me l'a expliqué : "Et surtout, j'accompagne mes clients : je leur explique comment chaque rhum est élaboré, comment il se déguste, et je leur parle même des variétés de cannes à sucre utilisées, parce que ça joue énormément sur le goût."¹⁰⁵ Cette posture fait de lui un passeur de mémoire, un ambassadeur du patrimoine liquide antillais. Il insiste aussi sur l'importance d'être libre dans ses choix : "Beaucoup de chefs n'ont pas la possibilité de mettre en avant le rhum dans leur restaurant. Moi, je suis propriétaire, alors je peux le faire"¹⁰⁶. Son discours rappelle que la valorisation du rhum passe aussi par la liberté de création culinaire et la volonté d'assumer une identité culturelle forte. Dans ce cadre, le menu ou la carte des boissons devient un outil de transmission à part entière.. Le chef doublement étoilé martiniquais Marcel Ravin, également très engagé, fait du rhum un élément central de son identité culinaire, même s'il n'a pas donné suite à notre sollicitation après notre rencontre à l'événement *Les Chefs fêtent les producteurs* à Saint-Tropez.

Cette tendance va bien au-delà de la haute gastronomie. Le rhum s'installe désormais sur les cartes de restaurants, des plus étoilés aux établissements de cuisine traditionnelle. Il y gagne sa place non seulement comme digestif ou cocktail, mais aussi en tant qu'ingrédient à part entière, utilisé pour flamber des plats, sublimer des sauces ou parfumer des desserts. Cette intégration dans la cuisine participe à la reconnaissance du rhum comme un produit gastronomique à part entière.

Cependant, cette revalorisation passe aussi par un choix rigoureux des produits proposés dans les lieux de consommation. Trop souvent, on retrouve sur les cartes des restaurants des rhums industriels, très sucrés et aromatisés, comme Don Papa ou Diplomatico. Bien que populaires, ces références ne correspondent ni aux méthodes traditionnelles de fabrication, ni à une quelconque identité culturelle liée à un territoire ou à un savoir-faire. Ces produits, souvent issus de mélanges ou fortement modifiés avec de l'ajout de caramel pour faire office de rhum ambré , faussent la perception du consommateur et nuisent à la compréhension du véritable rhum.

Il est donc essentiel que les restaurants jouent un rôle pédagogique : en sélectionnant des rhums artisanaux, transparents sur leur provenance et leur méthode de production, ils peuvent initier leur clientèle à la richesse et à la diversité du rhum authentique. La carte des boissons

¹⁰⁵ Jean Rony Leriche, Chef et propriétaire du restaurant Leriche à Paris ,Entretien du 11 juin 2025, Paris

¹⁰⁶ Jean Rony Leriche, Chef et propriétaire du restaurant Leriche à Paris ,Entretien du 11 juin 2025, Paris

devient alors un véritable outil de transmission culturelle, un espace où s'affirme l'identité des territoires producteurs.

Dans ce même esprit, les rhums arrangés dits “cuisinés” trouvent également leur place sur ces cartes. Conçus à partir de produits de qualité, avec un soin particulier apporté à l'origine des ingrédients (vanille, épices, fruits), ils permettent d'explorer une autre facette de la créativité autour du rhum. Certains producteurs comme Malcom Martinon développent des recettes durant plusieurs mois et vont jusqu'à proposer des éditions prestige (à la truffe ou à la vanille de Tahiti). Comme il l'explique lui-même : “On fait notre sourcing nous-mêmes pour garantir la meilleure qualité, avec des fruits et épices frais, sans arômes artificiels. On respecte les bases du rhum arrangé tout en y ajoutant notre touche, comme des recettes à la truffe ou à la vanille de Tahiti, pour toucher un public plus large.”¹⁰⁷

Ce changement d'image repose aussi sur une évolution des pratiques de consommation. Comme l'explique Manuela, : “Autrefois, le rhum était perçu comme une boisson populaire et, parfois, dévalorisé. Aujourd’hui, il est considéré comme un spiritueux haut de gamme, synonyme de qualité et de savoir-faire. Cette transformation a permis de toucher de nouvelles cibles, comme les femmes et les jeunes amateurs de spiritueux.”¹⁰⁸ Le rhum n'est plus réservé uniquement aux “vieux connaisseurs” ou aux buveurs d'alcools forts. Il attire une clientèle curieuse, sensible à l'origine du produit, à la qualité de la canne, aux méthodes de distillation, voire au type de fût utilisé pour le vieillissement. Cela crée un cadre favorable à la médiation et à la transmission. Le rhum n'est pas qu'un produit : c'est un patrimoine sensoriel, culturel et historique. À ce titre, il mérite d'être expliqué, raconté, incarné. La carte des restaurants, comme les dégustations, les visites guidées ou les accords mets-rhums, sont autant de points de contact pour cultiver cette pédagogie.

Comme le souligne Sabine : “certaines distilleries commencent à le faire, notamment avec des initiatives comme les visites guidées ou les collaborations avec des chefs pour des accords mets et rhums. Mais il y a encore du travail à faire, surtout pour toucher les locaux.”¹⁰⁹ Ce manque de transmission locale interroge. Si les touristes métropolitains et étrangers semblent de plus en plus sensibles à la culture rhumière, les publics guadeloupéens, notamment les jeunes générations, sont parfois moins impliqués. Or, la valorisation du rhum ne peut être pérenne sans un ancrage local fort.

¹⁰⁷ Malcolm Martinon, co gérant des rhums arrangés Rhum entretien téléphonique du 6 mars 2025, C'Rhum.

¹⁰⁸ Manuela Birhou Nerville, entretien avec l'auteure, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

¹⁰⁹ Sabine Combes, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025.

La pédagogie passe aussi par une déconstruction des clichés : non, le rhum n'est pas qu'un alcool fort bu dans des shots ; non, tous les rhums ne se valent pas ; non, Don Papa ou Diplomatico ne représentent pas le savoir-faire antillais. Il faut apprendre à déguster, à comparer, à lire les étiquettes, à faire des choix informés. Cette éducation peut et doit commencer dès la carte du restaurant ou du bar, où le personnel qualifié peut guider les clients avec clarté et fierté. Cette montée en gamme du rhum s'accompagne également d'un changement dans le profil des consommateurs. Comme le souligne François Longueteau : "Traditionnellement, les hommes préféraient les rhums forts et les femmes optaient pour des cocktails plus doux, comme le punch coco ou le planter. Mais depuis une dizaine d'années, les femmes s'intéressent de plus en plus aux rhums vieux. Elles participent aux dégustations, s'intéressent aux arômes et deviennent de véritables ambassadrices. Cette évolution est une excellente chose pour l'image du rhum, car elle montre qu'il s'agit d'un produit raffiné et accessible à tous."¹¹⁰

Autrement dit, la valorisation du rhum ne se joue pas uniquement dans les chais ou les salons internationaux. Elle commence dans l'assiette, dans le verre, et surtout dans le discours. En redonnant au rhum sa dimension culturelle, en racontant les hommes et les femmes qui le produisent, en intégrant les rhums arrangés de qualité dans les cuisines et les bars, les restaurateurs, les chefs et les acteurs touristiques deviennent des passeurs de mémoire. Ils contribuent à faire du rhum non seulement un produit de prestige, mais un patrimoine partagé, vivant, et désirable. C'est justement dans cette perspective qu'on peut aborder les enjeux et les façons concrètes de patrimonialiser ce patrimoine : à travers les musées, les routes du rhum, ou encore la labellisation. Ces outils permettent de donner corps à cette valorisation et de la rendre accessible à tous.

c) Enjeux et modalités de patrimonialisation : musées, routes du rhum, labellisation

Les exposés qu'on a eus en cours sur différents produits gastronomiques, certains déjà patrimonialisés et d'autres pas, ont montré un truc important : le rôle que peut jouer un musée dans ce processus. Un musée, ce n'est pas juste un lieu d'exposition ; ça permet de faire vivre l'histoire d'un produit, de raconter ses origines, ses usages, ses évolutions. En gros, ça donne une identité au produit, ça l'ancre dans un territoire et dans une mémoire collective. Dans ce

¹¹⁰ François Longueteau, entretien avec l'auteur, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

cadre, l'exemple du rhum en Guadeloupe, et plus particulièrement de la distillerie Reimonenq, que j'ai étudiée pour un exposé, est super intéressant. Ce rhum-là, c'est pas juste de l'alcool. C'est tout un patrimoine : une histoire familiale qui remonte à 1916, un savoir-faire transmis de génération en génération, et un lien fort avec les communes de Deshaies et Sainte-Rose. La distillerie est un vrai pilier, à la fois économique et culturel. Et ce qui renforce encore ça, c'est leur musée.

Ce musée joue un rôle important. Il permet de transmettre l'histoire du rhum, de montrer les outils, les techniques, les gestes, mais aussi de raconter son lien avec le territoire et avec les gens. Il attire les visiteurs, bien sûr, mais il est aussi utile pour les habitants, pour les jeunes, pour les écoles. Il peut même servir de support pédagogique pour expliquer l'importance du rhum dans la culture locale. Comme le souligne Sabine : "Un musée dédié pourrait raconter l'histoire du rhum, de la canne à sucre, et de leur rôle dans l'économie et la culture guadeloupéennes. Cela pourrait aussi devenir un lieu éducatif pour sensibiliser les jeunes à leur patrimoine."¹¹¹ C'est ce qui nous a amenés, après la visite du Mémorial ACTe à Pointe-à-Pitre, à réfléchir à un truc plus ambitieux : la création d'un musée du rhum agricole, mais universel, pas lié à une seule distillerie. L'idée, ce serait un lieu accessible à tous, petits et grands, locaux et touristes, pour vraiment raconter toute l'histoire du rhum, de la canne à sucre, et de leur place dans notre culture. Ce musée pourrait même être à côté du Mémorial ACTe, ou faire partie d'une extension. Comme ça, on reliera deux pans d'une même histoire : celle de l'esclavage et celle de la production du rhum.

On a parlé de cette idée à plusieurs personnes. Globalement, tout le monde a trouvé que c'était une super initiative, surtout si c'est bien pensé, bien structuré, avec un contenu attractif et moderne. Comme l'a dit Paul : "Les touristes adorent découvrir l'histoire et les traditions. Un musée pourrait leur offrir une expérience immersive, avec des expositions, des vidéos, et pourquoi pas des démonstrations en direct. Il faudrait inclure des ateliers, des dégustations, et peut-être même des événements comme des master classes sur les accords mets et rhums."¹¹²

Certains ont aussi rappelé qu'il fallait faire attention à ne pas mettre une distillerie plus en avant qu'une autre, il faudrait que toutes les distilleries puissent y contribuer, chacune avec sa propre histoire, son propre savoir-faire. Comme le dit très justement Delphine Termosiris :

¹¹¹ Sabine Combes, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025

¹¹² Paul Combes, entretien avec l'auteure, Baie de Rose, janvier 2025

“Chaque acteur du rhum a sa propre histoire et ses spécificités, et les visiteurs doivent pouvoir découvrir ces nuances.”¹¹³

Ce genre de projet colle parfaitement avec l'évolution du spiritourisme en Guadeloupe et en Martinique. Aujourd'hui, les distilleries sont devenues le premier vecteur de tourisme sur nos îles. Il y a une vraie demande, et ça pousse à repenser les prestations : visites guidées, circuits, expériences immersives, etc. Certaines institutions regardent même ce qui se fait dans des régions comme Cognac ou la Champagne, pour s'inspirer de leurs parcours touristiques bien rodés. : “Le spiritourisme est un axe prioritaire. Nous avons étudié les modèles de régions comme Cognac ou Champagne pour structurer nos offres.”¹¹⁴

D'ailleurs, on voit aussi que les gens d'ici commencent à être fiers de leur rhum, notamment depuis que le rhum martiniquais a obtenu l'AOC. Ça a provoqué une vraie prise de conscience : ce n'est pas juste un produit à vendre, c'est une partie de l'histoire, de leur identité. “Oui, la reconnaissance en mille neuf cent quatre-vingt-seize de l'AOC a beaucoup aidé. Ça a permis aux gens de comprendre l'importance du rhum et de la canne à sucre. Le spiritourisme a aussi beaucoup contribué. Les distilleries sont le premier vecteur de tourisme en Martinique avec plus d'un million de visiteurs par an.”¹¹⁵

Pour résumer, l'exemple de la distillerie Reimonenq montre bien que la patrimonialisation du rhum en Guadeloupe ne passe pas uniquement par des labels officiels. Elle repose surtout sur des dynamiques locales, sociales, économiques, et culturelles. Enfin, au-delà des stratégies actuelles de patrimonialisation que représentent les musées, les routes du rhum ou les labels (IG, AOC), il paraît nécessaire de se questionner sur les formes de reconnaissance des personnes elles-mêmes, détentrices et passeuses de ces savoirs. Lors d'une réunion au sein du Collège Culinaire de France, le Directeur général a mentionné le terme de trésor vivant pour parler de l'artisanat français en comparaison avec celui du japon et cela m'a directement frappé . Le cas du Japon constitue une réelle source d'inspiration . “Le pays a instauré un statut de “Trésor national vivant » (Ningen Kokuhō). L'appellation « trésor national vivant au Japon » désigne des personnes détentrices d'un savoir-faire, aussi bien dans le domaine des arts de la scène que dans celui de l'artisanat. Un gage d'excellence, de singularité et de techniques ancestrales nullement vouées à disparaître, vu la résonance avec les métiers d'art

¹¹³ Delphine Termosiris, entretien avec l'auteure distillerie Reimonenq, 2025.

¹¹⁴ Manuela Birhou Nerville, entretien avec l'auteure, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

¹¹⁵ Grégory Vernant, directeur de la distillerie Neisson, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

d'aujourd'hui”¹¹⁶ dans le but de protéger non seulement les pratiques, mais surtout ceux qui les incarnent. Cette reconnaissance s'accompagne d'un soutien financier de l'État, destiné à permettre la transmission du savoir-faire et sa pérennisation.

Adapté au contexte de ces deux îles, ce modèle ouvre des pistes de réflexion. Pourquoi ne pas réfléchir à une reconnaissance similaire, en Guadeloupe ou en Martinique, qui valorise des acteurs du rhum comme les distillateurs, les coupeurs de cannes, les tonneliers ou encore les maîtres de chais comme porteurs d'un vrai savoir-faire et de patrimoine culturel immatériel ? Leur savoir ne se limite pas à une technique : il incarne une mémoire vivante, ancrée dans le quotidien des locaux, les histoires familiales et les traditions orales. Or, comme le disait Vanessa Ferey, si personne ne s'intéresse à ces savoir-faire, si personne ne les filme, cela pourrait se perdre.

Lier cette dimension humaine aux politiques culturelles actuelles permettrait de mieux valoriser l'artisanat du rhum, mais aussi de renforcer l'ancrage identitaire et la fierté locale. Ce type de démarche, bien que coûteuse, contribuerait à replacer les locaux au cœur du patrimoine, en réaffirmant que ce sont les femmes et les hommes qui font vivre les traditions, bien plus que les objets ou les lieux.

Conclusion de la partie C – Représentations modernes et enjeux patrimoniaux

Cette troisième partie a permis de mettre en évidence l'évolution du rhum guadeloupéen dans sa dimension culturelle. On observe une transformation nette : le rhum n'est plus seulement un produit agricole ou un alcool associé à la consommation, mais un support d'expression, un marqueur identitaire et un outil de transmission.

Dans un premier temps, les exemples artistiques analysés montrent que le rhum inspire des formes très diverses de création, allant de la musique aux arts visuels. Ces pratiques, souvent portées par des artistes locaux, participent à réanimer le rhum dans un imaginaire collectif vivant, qui mêle histoire, émotions et mémoire. Le produit devient alors un moyen de raconter autre chose : des territoires, des luttes, des liens humains. Par ailleurs, son image

¹¹⁶ Serge Gleizes journaliste et auteur spécialisé dans l'art de vivre, l'architecture et le design. Collaborateur régulier de magazines comme *IDEAT* et *AD*, il s'intéresse à la transmission des savoir-faire artisanaux. Dans cet article, il revient notamment sur un documentaire diffusé sur Arte, montrant comment le Japon protège ses « Trésors nationaux vivants », à travers le portrait de maîtres artisans perpétuant des techniques séculaires (laque, céramique, sabre...).

évolue. Le rhum s'intègre progressivement dans les logiques de montée en gamme et dans une valorisation plus large, notamment à travers la gastronomie. Il est aussi de plus en plus médiatisé, mis en scène, valorisé par des chefs, des restaurateurs, des acteurs culturels, ce qui contribue à modifier les représentations sociales qui lui sont associées. Il devient un produit reconnu, valorisé pour sa qualité, son authenticité et ses origines.

Enfin, cette valorisation passe aussi par des dispositifs structurés de patrimonialisation : musées, routes du rhum, festivals, AOC, etc. Ces formes de reconnaissance institutionnelle permettent de renforcer la légitimité culturelle du rhum, mais posent aussi la question de qui produit ce patrimoine, pour qui, et dans quelles logiques (touristiques, éducatives, économiques...).

Ce qu'on retient surtout, c'est que la richesse culturelle du rhum ne réside pas uniquement dans ce qu'il est, mais dans tout ce qu'il permet de dire, de faire et de transmettre. Il devient un point d'entrée pour aborder des enjeux plus larges : mémoire, territoire, création, transmission, fierté locale. Le rhum est donc aujourd'hui un objet culturel à part entière, profondément enraciné, mais en constante relecture. C'est dans cette perspective que s'inscrit la suite de ce travail, qui s'intéressera aux différences culturelles entre la Guadeloupe et la Martinique. Car si le rhum occupe une place centrale dans les deux îles, les gestes, les symboles, les usages sociaux ou encore les stratégies de patrimonialisation ne s'y développent pas de manière uniforme. Analyser ces spécificités locales permettra de mieux comprendre comment chaque territoire construit, défend et met en scène son propre rapport au rhum.

D) Différences culturelles entre la Guadeloupe et la Martinique

Même si la Guadeloupe et la Martinique partagent une histoire commune liée à la canne à sucre, aux usines, à l'époque coloniale et à la production de rhum, leur rapport à ce spiritueux ne se vit pas exactement de la même manière. Le rhum est présent au quotidien, dans les fêtes, dans la mémoire familiale des deux îles, mais ce qu'on en dit, la façon dont on le transmet, les récits qui l'accompagnent, peuvent varier selon les contextes. Ce ne sont pas des différences radicales, et il ne s'agit pas de dire qu'une île fait mieux que l'autre — mais plutôt de relever des nuances.

Les deux îles ont connu leur lot de souffrances historiques. Si la Guadeloupe a longtemps été un territoire fortement tourné vers la culture de la canne, notamment au XIXe siècle, la Martinique a quant à elle été marquée, après l'abolition de l'esclavage, par l'arrivée de travailleurs venus d'Inde, de Chine et d'autres régions du monde. Ces vagues d'immigration ont profondément influencé son paysage culturel, et cela se ressent encore aujourd'hui dans certaines manières de vivre et de valoriser le rhum. Ces différences sont aussi liées à l'héritage des colons français, qui ont imposé des logiques agricoles et économiques distinctes selon les territoires. La Martinique a obtenu l'AOC dès 1996, avec l'arrivée de normes à suivre, d'un cahier des charges précis, d'un certain standing à tenir. La Guadeloupe, elle, a obtenu l'IGP en 2015, avec des mains moins liées et une liberté plus grande laissée à la créativité et aux traditions locales. Ces écarts ne parlent pas seulement des labels : ils révèlent deux visions différentes, deux manières d'envisager la reconnaissance d'un produit identitaire. D'un côté, une volonté forte de structurer, de cadrer, de mettre en valeur un savoir-faire avec rigueur. De l'autre, une approche plus souple, plus libre, souvent ancrée dans la transmission familiale et la diversité des expressions.

Dans cette partie, l'objectif n'est pas d'opposer les deux îles, mais de montrer comment, à travers un même produit, peuvent coexister des sensibilités culturelles différentes. D'abord à travers les gestes, les usages et les symboles du rhum dans la vie quotidienne ; puis à travers les stratégies de mise en valeur et de patrimonialisation propres à chaque territoire.

a) Diversité des pratiques culturelles autour du rhum : gestes, symboles, et usages

Tout au long de ce mémoire, on a vu que les cultures guadeloupéenne et martiniquaise peuvent se ressembler sur pas mal d'aspects. Pourtant, il existe aussi des différences, parfois discrètes, mais bien réelles. Ce sont surtout les pratiques culturelles autour du rhum — les gestes, les symboles, les façons d'en parler — qui nous ont permis de les observer.

Ce qui nous a marqué en travaillant sur le sujet, c'est qu'en réalité, il n'y a pas de différence frontale ou radicale entre la Martinique et la Guadeloupe. Ce qui change, c'est la manière dont chaque île raconte le rhum, le valorise, ou s'y attache. En Martinique, le rapport au rhum est souvent plus structuré, plus cadré, avec une vraie volonté de prestige, d'AOC, de reconnaissance technique. En Guadeloupe, l'identité est plus libre, plus artisanale, avec une

diversité de styles qui s'exprime aussi bien dans les petites distilleries que dans les gestes du quotidien.

Quand on a rencontré des acteurs du rhum en Guadeloupe que ce soit des distillateurs ou des habitants on a vraiment senti cette idée de transmission familiale, de lien personnel fort. Le rhum y est souvent vécu comme une affaire de cœur, de maison, presque de mémoire vivante. Ce lien passe par des choix libres, indépendants, parfois à l'écart des grandes institutions ou des démarches très cadrées. C'est quelque chose qui est dans les moeurs, dans la manière d'être. Et même si les usages (comme le ti-punch, les dégustations ou les fêtes) peuvent ressembler à ceux de la Martinique, c'est dans le détail, dans le geste, dans l'intention que les nuances apparaissent.

Sur les deux îles, le rhum est très souvent consommé sous forme de ti-punch. Ce qui change, ce n'est pas tellement le cocktail en lui-même, mais la manière de le préparer et ce qu'il représente.

En Martinique, le ti-punch suit une tradition bien ancrée : citron vert, sucre de canne, rhum blanc souvent celui de la distillerie locale. Ce n'est pas une règle absolue, mais c'est ce qui revient le plus dans les entretiens et les lectures qu'on a pu faire. Grégory Vernon nous disait d'ailleurs : "La base est toujours la même : citron vert, sucre de canne, rhum. Après, chacun fait son ti punch à sa façon, mais il n'y a pas de grandes variantes. C'est comme ça que je l'ai toujours consommé et vu se consommer. Avant, on utilisait surtout le rhum de la distillerie du coin, surtout parce que c'était souvent là que les gens travaillaient."¹¹⁷ En Guadeloupe, on retrouve ce même ti-punch, mais la préparation est souvent plus libre, plus conviviale. Certains remplacent le sucre par du miel ou du sirop, comme nous l'ont montré Sabine et Paul. On peut aussi y ajouter du gingembre, parfois des fruits confits. Je l'ai même expérimenté personnellement : pendant mon séjour en Guadeloupe, j'étais malade et on m'a proposé un ti-punch gingembre-miel pour me soigner et ça a vraiment marché.

Ce petit verre, qu'on retrouve partout, montre bien deux styles culturels différents. En Martinique, on reste plus attaché à la tradition, au geste précis. En Guadeloupe, on adapte, on improvise, on partage. Et même la question des glaçons n'est pas anodine. Comme le rappelle Mathieu Lange : "C'est vrai que la glace était, dans la Martinique du début du XXe siècle, un

¹¹⁷Grégory Vernant, directeur de la distillerie Neisson, entretien téléphonique avec l'auteur, le 10 juin 2025

luxe auquel les travailleurs et travailleuses de la canne n'avaient pas accès. Ils et elles consommaient donc leur ti-punch très probablement sans glaçon.”¹¹⁸.

Tout cela montre que le ti-punch n'est pas juste un “cocktail”. C'est un geste culturel, un marqueur de territoire, et une belle façon d'entrer dans les différences (et ressemblances) entre les deux îles.

Et justement, en parlant du rhum au quotidien, on peut remarquer qu'il est aussi utilisé comme remède, sur les deux îles. Sous forme de grog, par exemple, pour Jean-Rony Leriche : “on le boit en ti’punch, mais il a aussi une fonction médicinale. Quand quelqu'un est malade, on lui prépare un bon grog eau chaude, rhum, miel, épices... C'est un remède de grand-mère qui fonctionne toujours.”¹¹⁹

Sur l'aspect spirituel, la Guadeloupe tend à partager ses traditions que ce soit dans le cercle familial ou parfois même avec des touristes, à travers des gestes symboliques ou des explications. En Martinique, ces pratiques spirituelles sont souvent moins montrées, plus discrètes, et justement, on sent qu'elles tendent à se perdre, petit à petit, faute d'avoir été transmises ou valorisées.

Enfin, il y a aussi ce que racontent les bouteilles elles-mêmes. En Martinique, l'AOC est largement mise en avant sur les étiquettes, comme un gage de prestige, d'authenticité et de qualité. Le message est clair : on est dans une logique de produit noble, à déguster. En Guadeloupe, sauf pour certaines séries limitées, les bouteilles misent davantage sur le paysage, la canne, la couleur. Elles racontent une autre histoire : celle d'un lien avec la terre, d'une culture plus libre, plus sensorielle aussi.

Des ressemblances, mais avec des façons de faire différentes. Cette partie nous fait remarquer que les différences pouvant être illustrées entre ces îles sœurs sont seulement l'œuvre de discours et de comment les ancêtres ont parlé du rhum à leurs enfants, selon ce que ces ancêtres souhaitaient valoriser : le prestige et la tradition, ou l'indépendance et la convivialité.

Ces différences dans la manière de raconter et de transmettre vont aussi avoir un impact sur la façon dont chaque île choisit de valoriser son rhum aujourd’hui. C'est ce

¹¹⁸Mathieu Lange, *La brève histoire du rhum #3 : Le Ti-punch avec ou sans glaçon ?*, Rumporter, 15 novembre 2017. voir à : <https://rumporter.com/la-breve-histoire-du-rhum-3-le-ti-punch-avec-ou-sans-glacon>

¹¹⁹Jean Rony Leriche, Chef et propriétaire du restaurant Leriche à Paris ,Entretien du 11 juin 2025, Paris

qu'on nous allons voir désormais à travers les stratégies et les logiques de patrimonialisation mises en place en Guadeloupe et en Martinique.

b) Patrimonialisation différenciée : regards et stratégies culturelles spécifique

Après avoir vu les différences subtiles dans la diversité des pratiques culturelles autour du rhum – des gestes, des symboles, et des usages – nous allons désormais nous attaquer à cette dernière sous-partie sur l'aspect culturel du rhum, en observant les différences de patrimonialisation que peuvent rencontrer ces deux îles.

La première différence notable repose sur les labels que possèdent chacune de ces deux entités. La Martinique, avec son AOC obtenue en 1996, va se concentrer sur un aspect plus strict, plus procédurier et prestigieux dans la valorisation de son rhum, avec un gros accent porté à l'international. Comme l'explique Jérôme Froguet : “En Guadeloupe, la production de rhum est plus éclatée. Il y a une forte présence de rhum de mélasse, produit par des groupes indépendants, alors qu'en Martinique, nous avons une majorité de rhum agricole. Cela crée des stratégies différentes : en Martinique, nous avons une approche plus collective, tandis qu'en Guadeloupe, chaque marque agit de manière plus autonome.”¹²⁰ Ce côté très strict peut s'expliquer d'une certaine manière par un éloignement et une moins grande disponibilité pour transmettre à toutes et à tous l'histoire du rhum sur l'île. Nous avons, par exemple, eu énormément de mal à obtenir des entretiens avec des acteurs du monde du rhum martiniquais. Et lorsque l'on y arrivait, ils avaient souvent beaucoup moins de temps à nous consacrer.

L'obtention d'une IGP en 2015 est un choix complètement délibéré pour les distilleries guadeloupéennes, car cela leur permet de faire un peu ce qu'elles veulent, sans dépendre d'un cahier des charges parfois biaisé. Comme cela arrive aussi en métropole : respecter une AOC ne signifie pas forcément qu'on produit de la qualité. L'AOC n'est pas automatiquement un gage de qualité.

Plusieurs acteurs guadeloupéens nous l'ont bien exprimé. Aurélien explique : “En 2015, la Guadeloupe a obtenu une IGP pour ses rhums, ce qui nous permet une plus grande flexibilité que les producteurs martiniquais, qui sont soumis à des normes strictes avec leur AOC.”¹²¹ Et

¹²⁰ Jerome Froguet, président du CODERUM, entretien avec l'auteur ,Salon de l'Agriculture, 26 février 2025

¹²¹ Aurélien, en formation pour devenir maître de chai, entretien avec l'auteur, Karukéra, 13 janvier 2025

François Longueteau ajoute : “Nous avons choisi une autre voie. Les contraintes d'une appellation d'origine contrôlée (AOC) sont parfois trop rigides et ne garantissent pas toujours la qualité. Nous avons opté pour une indication géographique protégée (IGP), qui certifie la provenance de nos produits tout en nous laissant une certaine liberté. Ce choix nous permet de nous adapter aux attentes des consommateurs tout en restant fidèles à nos traditions.”¹²² Cela ne veut pas dire que les Martiniquais transmettent moins : la Martinique possède plusieurs musées du rhum liés à des distilleries comme Clément, Saint James ou La Favorite. En Guadeloupe, il n'existe qu'un seul musée du rhum, celui de la distillerie Reimonenq.

Mais cela tend à montrer que la Martinique valorise son rhum de façon très réfléchie, avec l'objectif de le rendre important, prestigieux, reconnu. Car presque toutes les distilleries martiniquaises sont rattachées à des groupes (à l'exception de Neisson et La Favorite), ce qui favorise la mise en avant d'événements, l'accès à de plus gros moyens financiers, donc à une communication plus efficace. D'où leur avancement sur le rhum vieux et l'image prestigieuse

En revanche, les distilleries guadeloupéennes sont, pour la plupart, familiales, plus individuelles. Elles ont donc un pouvoir de valorisation commun plus réduit, mais une identité plus libre et souvent plus proche du public.

Ces méthodes de patrimonialisation révèlent donc des visions complémentaires, parfois opposées, mais qui montrent toutes les deux une volonté forte de défendre un patrimoine commun : le rhum.

La preuve en est que, depuis quelques années, la Guadeloupe rattrape de plus en plus son retard avec une valorisation forte, exprimée par les acteurs du rhum comme Manuella Birhou-Nerville ou la distillerie Reimonenq, avec une très grande démarche dans le côté qualitatif prestigieux du rhum vieux et du spiritourisme.

Conclusion de la partie D- Différences culturelles entre la Guadeloupe et la Martinique

Cette dernière partie sur l'aspect culturel nous a permis de remarquer que, même sur des îles sœurs, les pratiques peuvent être différentes. L'importance n'est pas de savoir qui valorise le mieux ou le plus le patrimoine du rhum, mais de comprendre comment. Les recettes vont être

¹²² François Longueteau, entretien avec l'auteur, distillerie Longueteau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

souvent identiques, plus traditionnelles pour l'une et plus spontanées pour l'autre, mais elles racontent tout de même la même chose.

Les histoires vont, dans tous les cas, avoir de l'importance, mais ne vont pas se raconter de la même manière : plus facilement et à un plus large public pour l'une, avec plus d'intimité et de proximité pour l'autre. Le design des bouteilles va servir de vitrine et de discours par rapport à ce que souhaitent raconter les différentes distilleries : un label et un prestige d'un côté, ou les racines et les paysages de la Guadeloupe de l'autre.

Ces différences ne divisent pas, mais montrent que, tout comme les saveurs que l'on peut ressentir dans chaque bouteille de rhum, il existe un panel de moyens pour valoriser ce patrimoine. Ce qui compte vraiment, c'est d'enrichir cette culture, de la cultiver et de la transmettre.

E) Conclusion de l'hypothèse 2 : Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, influençant leur impact sur la valorisation du patrimoine.

Cette troisième partie avait pour but d'identifier et de montrer que les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, et que ces différentes représentations vont influencer leur impact sur la valorisation du patrimoine.

Dans un premier temps, nous avons montré que dans les deux îles, le rhum est intégralement ancré dans les pratiques du quotidien des populations locales et dans la mémoire locale, mais avec des gestes, des symboles et des discours subtilement différents. La Martinique va insister davantage sur la tradition codifiée (comme dans la réalisation du Ti-punch ou dans la reconnaissance AOC), tandis que la Guadeloupe se montre plus souple, valorisant la diversité des expressions et une transmission plus spontanée. Cela peut s'expliquer par le biais des différences d'afflux coloniaux et de migrations dans ces îles dès le début de leur appartenance à la France.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes intéressés au fait que le rhum était très présent dans les fêtes populaires et les événements plus restreints, notamment sa présence dans les carnavals, les mariages et les baptêmes. Encore une fois, les différences ne vont pas être

frontales, mais vont simplement varier. Les distilleries martiniquaises vont être moins présentes lors des carnavaux, mais le rhum va avoir une place centrale dans les événements privés, avec une petite place laissée à la bière et au champagne sur la table, pour “faire bien”, selon Grégory Vernant et Nicolas Herbain. En Guadeloupe, les distilleries vont être un peu plus visibles au carnaval, mais pas énormément, car la loi Évin empêche une communication très forte. Et sa place dans les événements familiaux reste logique et bien installée.

Dans un troisième temps, nous avons voulu montrer que le rhum n’était pas juste une boisson que l’on consomme sans but particulier, mais qu’il fait preuve d’un réel rôle de porte-étendard de la culture de ces deux îles, avec un aspect esthétique et gastronomique fort. Le côté déjà prestigieux des bouteilles de la Martinique véhicule un discours fort, tout comme les nombreuses collaborations entre artistes et distilleries en Guadeloupe. Sans oublier que des chefs de renom vont à leur manière valoriser ce patrimoine : Marcel Ravin, d’origine martiniquaise, plus limité car non propriétaire de son restaurant, et Jean-Rony Leriche, plus libre car propriétaire.

Enfin, dans la dernière sous-partie, nous avons montré que les différences de patrimonialisation entre la Guadeloupe et la Martinique reflètent aussi deux visions différentes : la Martinique avec son AOC depuis 1996, structurée, codifiée, tournée vers l’international, et la Guadeloupe avec son IGP obtenue en 2015, plus souple, permettant une liberté de création et une valorisation plus libre. Cela s’explique aussi par les réalités économiques, sociales et humaines de chaque territoire. Les distilleries martiniquaises sont souvent liées à de grands groupes, alors que celles de Guadeloupe restent très familiales. Cette différence d’échelle influence aussi la manière de communiquer, de transmettre et de valoriser ce patrimoine. D’ailleurs, nous avons nous-mêmes constaté qu’il était beaucoup plus difficile d’obtenir des entretiens avec les acteurs du rhum en Martinique, ce qui peut aussi illustrer une forme de distance ou de réserve dans la transmission.

Pour finir, l’importance de cette dernière partie était de faire remarquer qu’il n’y a pas d’opposition à faire entre ces deux îles selon leur méthode de patrimonialisation, mais que chacune fait à sa sauce, avec les moyens qu’elle a et selon ce qu’elle veut transmettre. Certes, la Martinique peut sembler moins abordable, mais elle est source de propositions. Toutes deux souhaitent valoriser la culture du rhum et faire en sorte qu’elle ne se perde pas.

Alors oui, on peut dire que l'hypothèse 2 — Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, influençant leur impact sur la valorisation du patrimoine — est validée. Car c'est réellement dès le début que ces différenciations se sont faites. Aujourd'hui, les nombreuses actions menées par la Guadeloupe tendent à montrer que cette différence devient de moins en moins perceptible. On pourrait dire que ce n'est qu'une question de temporalité, de vision et de caractère qui marque ces différences, mais cela serait très simpliste.

Ouverture de l'hypothèse 2 :

La question qui se pose naturellement est celle de l'avenir du rhum. Lors de notre entretien avec Vanessa Ferey — à l'origine de la demande d'inscription des savoir-faire du cognac à l'UNESCO — elle nous a éclairés sur plusieurs aspects importants. Notamment sur le fait que patrimonialiser un produit permet non seulement de sauvegarder un savoir-faire et une méthode de production, mais aussi que l'inscription au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO peut garantir une préservation durable de ces pratiques.

Dans le cas du rhum agricole, cela reste compliqué, car le rhum cubain est déjà inscrit, ce qui rend une seconde inscription sur le même produit moins probable. Mais cela ne doit pas empêcher de continuer à travailler et à prouver que ces savoir-faire méritent d'être reconnus et protégés. Cela s'exprime par la citation de Vanessa Ferey “C'est une question essentielle. D'un côté, cette reconnaissance valorise un héritage culturel et garantit une transmission des savoir-faire. Mais d'un autre, il y a des contraintes : une fois inscrit, il faut prouver que les traditions restent vivantes et s'assurer qu'elles ne se figent pas dans une version artificielle du passé. Il faut donc trouver un équilibre entre préservation et adaptation aux évolutions contemporaines. De plus, une fois l'inscription faite, nous avons l'obligation de faire un rapport tous les dix ans pour montrer que les traditions sont toujours vivantes et bien entretenues.”

La suite de ce mémoire sera de faire remarquer que le rhum est un vecteur très important pour l'économie de ces deux îles, et cela va être expliqué avec l'hypothèse 3.

Chapitre V : Hypothèses 3: Les disparités dans les administrations territoriales et leurs gouvernances entre la Guadeloupe et la Martinique influent sur l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine.

A) Mesures administratives pour la patrimonialisation du rhum en Guadeloupe et en Martinique

La patrimonialisation d'un produit tel que le rhum ne relève pas uniquement d'un processus spontané ou populaire : elle s'inscrit aussi dans des logiques politiques, administratives et institutionnelles, souvent complexes et différencierées selon les territoires. En tant que produit emblématique des Antilles françaises, le rhum se trouve au cœur de stratégies multiples visant à le protéger, à le valoriser et à en faire un levier de développement économique, culturel et touristique.

En Martinique comme en Guadeloupe, les dynamiques patrimoniales liées au rhum s'appuient sur des dispositifs juridiques précis, à commencer par l'AOC martiniquaise, mais aussi sur l'implication d'acteurs publics, professionnels et culturels. Ces dynamiques ne sont pourtant ni homogènes, ni symétriques. Tandis que la Martinique dispose d'une filière structurée, adossée à des institutions solides et à un discours patrimonial uniifié, la Guadeloupe semble évoluer dans un cadre plus éclaté, marquée par des initiatives éparses et une moindre reconnaissance institutionnelle du rhum comme élément du patrimoine.

Cette première partie vise ainsi à explorer les cadres politico-administratifs qui encadrent la patrimonialisation du rhum dans les deux territoires. Nous nous attacherons d'abord à étudier les dispositifs juridiques et administratifs qui assurent la reconnaissance du rhum comme patrimoine. Puis, nous analyserons les politiques régionales de soutien à la filière, avant de nous intéresser aux relations entre institutions et producteurs, à l'émergence d'un patrimoine vivant à travers les distilleries, et enfin, aux différences stratégiques entre la Martinique et la Guadeloupe.

a) L'AOC martiniquaise : fonctionnement, portée et limites patrimoniales

i) La place de l'AOC martiniquais dans la patrimonialisation

Avant d'entrer dans le détail des mesures administratives spécifiques, il convient de poser un cadre général sur l'état actuel des politiques de valorisation patrimoniale en Guadeloupe et en

Martinique. Ces deux territoires, bien que proches géographiquement, ont développé des approches sensiblement différentes dans leur manière d'intégrer le rhum à une dynamique de reconnaissance patrimoniale. L'une des mesures les plus marquantes et les plus structurantes dans ce processus est sans doute l'instauration d'une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) pour le rhum agricole de Martinique.

Cette reconnaissance, portée par les institutions locales mais aussi nationales, illustre de façon emblématique la manière dont une politique publique peut devenir un levier de protection, de valorisation et de transmission d'un produit culturel. Il nous a donc semblé pertinent de débuter cette analyse par une attention portée sur cette appellation, dont l'influence dépasse le cadre strictement juridique pour toucher à des dimensions identitaires et économiques profondes.

L'AOC, encadrée par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), constitue aujourd'hui l'un des instruments administratifs majeurs de patrimonialisation. Pour mémoire, l'INAO est l'organisme public chargé de la reconnaissance et de la protection des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) des produits agricoles, agroalimentaires et forestiers.

Ainsi, à partir de nos lectures, de nos analyses de terrain et des entretiens menés avec des professionnels du secteur, nous allons désormais examiner le cas spécifique de la Martinique, où l'AOC joue un rôle central dans l'organisation de la filière et dans la reconnaissance du rhum comme patrimoine culturel structuré.

ii) Origine de l'AOC

Au cours des années 1970, la Martinique traverse une crise économique et sociale majeure. La filière sucrière, longtemps pilier de l'économie locale, s'effondre progressivement : "Dans les années 1970, l'industrie sucrière en Martinique a connu un déclin significatif, marqué par la fermeture de nombreuses usines et une baisse drastique de la production. Cette période a été caractérisée par des mutations profondes dans le tissu social et économique de l'île."¹²³ Ce bouleversement touche de plein fouet la filière canne-rhum, fragilisée à la fois par la concurrence du sucre de betterave, des aléas climatiques et des difficultés techniques et

¹²³ Archives nationales d'outre-mer : « Sucrerie-rhumerie du Galion, puis Usines réunies du Galion et de Bassignac (SAURGB, devenue COSURMA) et Exploitation agricole du Galion ».

économiques : “Plusieurs facteurs ont contribué à cette crise, notamment la concurrence du sucre de betterave, des difficultés techniques et économiques, ainsi que des calamités naturelles. Face à cette situation, la culture de la banane s'est développée pour tenter de compenser la fin de la manne sucrière.”¹²⁴

Face à ce déclin, certains producteurs de canne, réunis au sein du CODERUM, appuyés par les pouvoirs publics, engagent une réflexion stratégique. Leur ambition est de faire reconnaître la qualité spécifique du rhum agricole martiniquais, en obtenant une appellation officielle qui puisse le protéger, le valoriser et encadrer sa production.

Comme le rappelle Michel Fayad, directeur du Musée du rhum Saint-James: “Nous-même, on avait commencé à en parler dans les années 70. Pas encore de l'AOC, mais du prestige, du rhum. Bon, c'était très compliqué, mais on a trouvé cela très intéressant de déposer un dossier à l'INAO... On a encore essayé, parce que des choses comme ça, ça se fait sur 10, 20, 30 ans. Ce n'est pas du jour au lendemain”¹²⁵

Après plusieurs décennies de travail, c'est finalement le 5 novembre 1996 que le décret officialisant l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) pour le rhum agricole martiniquais est publié. Ce label repose sur une définition juridique précise : “L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) est un label français qui garantit qu'un produit a été élaboré selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. L'Appellation d'Origine Protégée (AOP) est l'équivalent européen de l'AOC, protégeant le nom du produit dans toute l'Union européenne.”¹²⁶

Les acteurs martiniquais font le choix stratégique de l'AOC plutôt que de l'AOP, car cette dernière impliquait des démarches supplémentaires auprès des institutions européennes. Le processus de labellisation ayant déjà été particulièrement long et exigeant, ils privilégient une reconnaissance nationale solide, plus directement applicable. L'AOC devient alors un outil structurant, encadrant l'ensemble de la filière : elle définit un cahier des charges précis, délimite une zone géographique stricte, et impose des critères de production, garantissant ainsi la qualité et la typicité du rhum agricole. Comme le souligne Suzanne LONG, experte internationale des spiritueux de canne à sucre : “L'Appellation d'Origine Contrôlée rhum

¹²⁴ Ibid

¹²⁵ Michel Fayad, directeur du Musée du Rhum Saint James, entretien avec l'auteur, Sainte-Marie, février 2025.

¹²⁶ Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire : « *L'AOC et l'AOP, une production et un terroir qui s'expriment par le savoir-faire* ».

agricole de Martinique, publiée par décret du 5 novembre 1996, apparaît comme un moyen supplémentaire de conserver et d'amplifier l'image de qualité. Elle repose sur la délimitation de terroirs agricoles, le suivi de pratiques culturales et les méthodes de fermentation et de distillation.”¹²⁷

iii) L'AOC martiniquaise : fonctionnement, portée et limites patrimoniales

L'obtention de l'AOC pour le rhum agricole de Martinique a nécessité plus de trente années de travail. L'une des étapes les plus longues et les plus complexes fut la rédaction du cahier des charges, document fondamental qui fixe les conditions de production, de transformation et d'identification du produit. Ce dernier a pour double objectif de préserver un savoir-faire traditionnel tout en garantissant la qualité et la singularité du rhum produit sur l'île. Il constitue ainsi un véritable socle de patrimonialisation, à la fois technique et symbolique.

Comme le rappelle Michel Fayad, directeur du Musée du Rhum à Saint-James, impliqué depuis les années 1970 dans ce processus : “Ça a été mis en place dans les années 70. Oui, c'est vrai, que quelques producteurs de canne qui se sont dit : “Bon, on a quand même un produit d'exception, et actuellement la filière est en train de s'écrouler...” Ils ont commencé à travailler sur le dossier. Ils ont mis plus de 30 ans à l'obtenir.”¹²⁸

La rédaction du cahier des charges a mobilisé de nombreux acteurs : producteurs, techniciens, experts (dont le CIRAD), représentants des institutions, etc. Ce travail collectif visait à garantir la légitimité du label, tout en veillant à inclure un maximum de producteurs répondant aux critères fixés. Le document final ne se limite pas à une simple description technique : il reflète une vision globale de ce que représente le rhum pour la Martinique – à la fois en termes de pratiques, de territoire, et de mémoire.

Dans un premier temps, le cahier des charges encadre l'ensemble des étapes de la production, depuis la culture de la canne jusqu'à la mise en bouteille. On y trouve notamment des éléments :

1. techniques (variétés autorisées, méthodes de fermentation, distillation),

¹²⁷ Long, Suzanne. Entretien réalisé par l'auteur, experte internationale des spiritueux de canne à sucre, février 2025.

¹²⁸ Michel Fayad, directeur du Musée du Rhum Saint James, entretien avec l'auteur, Sainte-Marie, février 2025.

2. géographiques (aire de production précise),
3. historiques et culturels (ancrage dans les pratiques locales).

Un des points les plus importants concerne la variété de canne autorisée, car il existe plus de 2 000 variétés dans le monde. L'adaptation aux conditions locales, notamment face au réchauffement climatique, a été un enjeu important dans l'évolution du cahier des charges : “Les variétés de cannes à sucre (genre *Saccharum*) autorisées sont inscrites dans une liste établie par l'Institut technique tropical (CIRAD) et validée par l'INAO. Elles doivent être adaptées aux conditions pédoclimatiques locales et respecter des critères de richesse en sucre, de vigueur végétative et de résistance aux maladies.”¹²⁹

La phase de fermentation est également strictement encadrée : les jus doivent fermenter pendant 120 heures maximum, sans ajout d'enzymes ni d'adjoints, et ne pas dépasser 7,5 % d'alcool avant distillation. Ces critères renforcent l'idée que la qualité du produit final découle d'une maîtrise rigoureuse des processus de fabrication, du champ à la bouteille.

Si les étapes de distillation et de vieillissement sont également définies, il ne s'agit pas ici de détailler l'ensemble des processus, mais bien de comprendre en quoi le cahier des charges crée un lien entre technique, qualité et transmission. Il ne s'agit pas uniquement d'encadrer un produit : il structure une mémoire collective, en définissant ce qui fait l'essence du rhum agricole martiniquais.

Cette mémoire s'incarne aussi dans la dimension historique du document, où l'on retrouve des éléments relatifs à l'évolution des savoir-faire, comme le souligne encore le cahier des charges : “Les savoir-faire de la culture de la canne se sont organisés essentiellement autour de la sélection variétale (...) et de la mécanisation qui a accompagné le développement de la culture de la canne depuis des décennies.”¹³⁰

Enfin, il est important de noter que le cahier des charges du rhum de Martinique est aussi exigeant que celui des autres produits labellisés par l'INAO (vins, fromages, etc.). Il suit la même rigueur réglementaire, avec des durées de validation et des processus de contrôle

¹²⁹ Cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée « Rhum de la Martinique » homologué par le décret n°2014-1542 du 18 décembre 2014 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Rhum agricole Martinique »

¹³⁰ ibid

similaires. Le rhum agricole est donc pleinement inscrit dans une logique de labellisation nationale de qualité, qui participe pleinement à sa reconnaissance comme patrimoine culturel encadré et transmis.

“L’AOC est un outil de distinction qui repose sur la reconnaissance d’un lien fort entre le produit et le territoire. Elle valorise les savoir-faire locaux et crée une dynamique de valorisation patrimoniale.”¹³¹

iv) Effets territoriaux de l’AOC : organisation de l’espace, valorisation du terroir et protection des terres agricoles

Afin de structurer l’espace de production et de garantir l’origine géographique du produit, les acteurs de la filière ont défini une aire géographique précise dans laquelle la canne à sucre doit être cultivée, et où elle peut être distillée. Toutefois, la totalité de la canne produite en Martinique ne se trouve pas dans cette aire : “La SAU (surface agricole utile) consacrée à la culture de la canne à sucre en Martinique est d’environ 3 900 hectares dont près de 3 000 hectares constituant l’aire géographique de l’AOC rhum agricole.”¹³²

Certaines distilleries ont choisi de travailler en dehors de cette zone. Cela peut s’expliquer par des différences de terroir, de climat ou de méthode de production. C’est le cas, par exemple, de la maison A1710, seule marque de rhum martiniquais à ne pas bénéficier de l’AOC. Leur canne provient de zones situées en dehors de l’aire délimitée, et ils utilisent des méthodes de distillation spécifiques, différentes de celles imposées par le cahier des charges. “Certains producteurs hors AOC développent des stratégies de niche, misant sur l’originalité, la rareté ou l’histoire familiale pour compenser l’absence de reconnaissance officielle.”¹³³

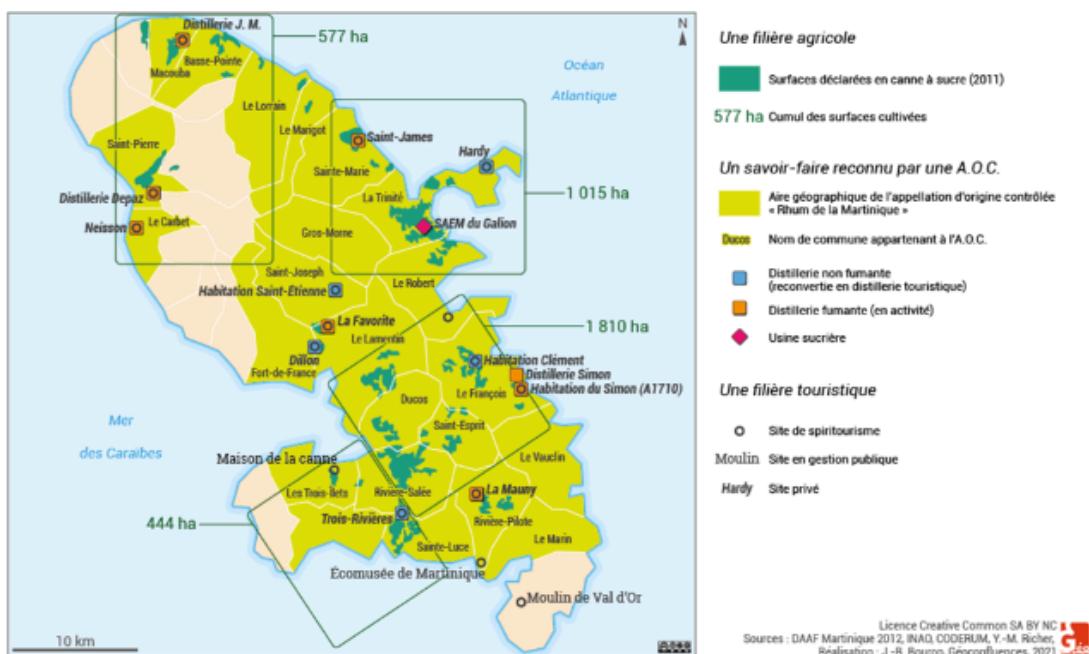
Lecture cartographique de l’AOC : ancrage territorial et logiques d’implantation

Pour mieux comprendre les effets spatiaux de l’AOC, l’analyse de la carte de l’aire géographique est révélatrice :

¹³¹ Richer, Yves-Marcelle (2021). *La Martinique, la filière rhum et la canne à sucre : entre dynamiques agricoles, logiques industrielles et recompositions territoriales*. Géoconfluences. Publié le 7 juillet 2021.

¹³² Marmayou, Jean-Michel (2021). *La complexité juridique des rhums ultramarins français*. Journal of Wine & Spirits Law / Revue du droit du vin et des spiritueux, 2021.

¹³³ Richer, Yves-Marcelle (2021). *La Martinique, la filière rhum et la canne à sucre : entre dynamiques agricoles, logiques industrielles et recompositions territoriales*. Géoconfluences. Publié le 7 juillet 2021.



On y distingue quatre grandes zones de production. À la lecture de nos entretiens et observations, il apparaît que la plupart des distilleries privilégient l'usage de cannes cultivées à proximité immédiate de leur site : “Nous avons un attachement particulier à valoriser notre terroir local et à utiliser les cannes produites dans un rayon de 40 kilomètres autour de la distillerie. Cela permet d'offrir une typicité à nos rhums.”¹³⁴

Ce choix renforce le lien entre produit, territoire et identité locale. Il participe également à l'ancrage symbolique du rhum dans le paysage martiniquais. D'un point de vue géographique, il est notable que la majorité des distilleries sont situées en bord de mer.

Cela s'explique d'abord par l'histoire coloniale : les infrastructures étaient orientées vers l'exportation maritime. Mais cette implantation s'explique aussi par des facteurs pratiques, comme l'accès à une quantité importante d'eau douce, indispensable au processus de distillation, ainsi que des conditions climatiques plus favorables en zones littorales. “En assurant une rentabilité à la culture de la canne, l'AOC contribue à la préservation des paysages agraires. Elle empêche le mitage foncier par l'urbanisation diffuse.”¹³⁵

v) Les effets de l'AOC : coordination des acteurs, valorisation symbolique et retombées territoriales

¹³⁴ M. Lucy, directeur de l'Habitation Beauséjour (HBS), entretien avec l'auteur, octobre 2024.

¹³⁵ Richer, Yves-Marcelle (2021). *La Martinique, la filière rhum et la canne à sucre : entre dynamiques agricoles, logiques industrielles et recompositions territoriales*. Géoconfluences. Publié le 7 juillet 2021.

L'aboutissement du travail mené autour de l'AOC a permis l'émergence d'une véritable gouvernance territoriale de la filière rhum. Très tôt, des groupes de défense, composés à la fois de professionnels et d'institutionnels, se sont formés pour défendre et structurer le marché du rhum en Martinique. : “Un comité de défense et d'organisation du marché du rhum (CODERUM) est créé en Martinique dès 1960 [...] Le CIRT-DOM devient l'interlocuteur direct des ministères. [...] Un groupe de travail mixte Administration-Profession est mis en place dès 1997”¹³⁶

L'AOC a ainsi favorisé la mise en place d'une coopération durable entre les différents maillons de la filière : producteurs de canne, distilleries, représentants institutionnels, experts techniques. Elle a permis de fédérer ces acteurs autour d'un projet commun, celui de la reconnaissance patrimoniale d'un produit agricole singulier. : “ L'AOC rhum agricole de Martinique est la seule AOC pour un rhum au monde. Elle participe à la construction d'un récit territorial basé sur l'excellence, l'histoire et la spécificité des savoir-faire agricoles et industriels.”¹³⁷

Cette dynamique collaborative a donné au rhum martiniquais une visibilité sans équivalent. Il s'agit en effet du seul rhum au monde à bénéficier d'une Appellation d'Origine Contrôlée. “L'AOC a joué un rôle de catalyseur en incitant les différents acteurs de la filière à coopérer autour d'un projet commun.”¹³⁸

Cette reconnaissance contribue à forger une image d'excellence qui rejaillit directement sur la Martinique en tant que territoire. Le label ne protège pas seulement un produit : il incarne une mémoire collective et une valeur culturelle forte, désormais intégrées dans le discours touristique et patrimonial. “La valorisation touristique du rhum est renforcée par l'AOC, qui joue un rôle dans la mise en scène du patrimoine agricole et industriel... La distillerie devient un élément du paysage patrimonial, un lieu de mémoire où se raconte l'histoire de l'île et de ses savoir-faire.”¹³⁹

¹³⁶ Michel DESSE (2013). Les îles de la Caraïbe, enjeux et perspectives, collection itinéraires géographiques, L'Harmattan, 290 pages.

¹³⁷ Richer, Yves-Marcelle (2021). *La Martinique, la filière rhum et la canne à sucre : entre dynamiques agricoles, logiques industrielles et recompositions territoriales*. Géoconfluences. Publié le 7 juillet 2021.

¹³⁸ ibid

¹³⁹ ibid

Cette valorisation a aussi des retombées économiques concrètes. L'AOC facilite l'accès à des dispositifs de soutien public, notamment à travers des subventions européennes ou des régimes fiscaux favorables, ce qui contribue à renforcer la compétitivité de la filière. "Les acteurs du secteur bénéficient de politiques de soutien importantes, notamment via des subventions européennes et des régimes fiscaux favorables, mais doivent également composer avec des normes strictes, comme les critères d'appellation d'origine ou les restrictions publicitaires"¹⁴⁰

Enfin, l'AOC a permis de renforcer le rayonnement international du rhum martiniquais, qui s'inscrit aujourd'hui pleinement dans des dynamiques de spiritourisme. Ce secteur, en plein essor, joue désormais un rôle majeur dans l'économie locale, en contribuant à la mise en valeur du patrimoine vivant, à l'attractivité du territoire, et à la création d'emplois.

Conclusion de la partie a - L'AOC martiniquaise : fonctionnement, portée et limites patrimoniales

L'Appellation d'Origine Contrôlée du rhum agricole de Martinique constitue bien plus qu'un simple label de qualité : elle est le fruit d'un long processus collectif, ancré dans l'histoire économique, sociale et culturelle de l'île. À travers un cahier des charges rigoureux, elle encadre les pratiques agricoles et techniques, valorise les savoir-faire locaux et organise un territoire autour de la canne et du rhum.

En structurant une aire géographique délimitée, en préservant les terres agricoles, en encadrant les variétés de canne autorisées et les procédés de fabrication, l'AOC devient un outil de patrimonialisation technique et territoriale. Elle agit également comme un catalyseur de coopération, favorisant la mise en réseau des producteurs, des distilleries et des institutions publiques.

¹⁴⁰ Marmayou, Jean-Michel (2021). *La complexité juridique des rhums ultramarins français*. Journal of Wine & Spirits Law / Revue du droit du vin et des spiritueux, 2021.

Les retombées sont multiples : protection juridique, reconnaissance symbolique, accès à des soutiens financiers, développement touristique, rayonnement international. Cependant, cette dynamique exclut certains producteurs situés hors zone, obligeant ces derniers à adopter des stratégies alternatives pour exister et se différencier.

En définitive, l'AOC martiniquaise incarne un modèle structuré de patrimonialisation, où se conjuguent identité territoriale, excellence technique et inscription institutionnelle. Elle offre un cadre exemplaire pour comprendre comment un produit agricole peut devenir un support de mémoire, de transmission et de développement pour tout un territoire.

b) Les dispositifs administratifs mis en place par la Guadeloupe

Si la Martinique a su structurer sa filière rhum autour d'une reconnaissance officielle à travers l'AOC, la situation en Guadeloupe s'inscrit dans une dynamique différente, marquée par des initiatives plus fragmentées, portées à la fois par des acteurs privés, des collectivités territoriales et des dispositifs administratifs ponctuels. Il n'existe pas en Guadeloupe de cadre unifié comparable à l'AOC martiniquaise ; cependant, cela ne signifie pas l'absence d'actions institutionnelles. Bien au contraire, la Guadeloupe a mis en place divers leviers administratifs, souvent de nature plus souple ou expérimentale, pour accompagner la production et encourager la valorisation patrimoniale du rhum.

L'un des dispositifs les plus notables est le recours à l'Indication Géographique Protégée (IGP). Moins contraignante que l'AOC, l'IGP permet néanmoins de lier un produit à un territoire donné, en valorisant des pratiques locales sans imposer des critères aussi stricts. Certaines distilleries guadeloupéennes ont ainsi opté pour cette voie, dans une logique de compromis entre liberté de production et reconnaissance institutionnelle. Toutefois, comme en témoignent plusieurs professionnels du secteur, l'IGP reste moins valorisée symboliquement que l'AOC, notamment à l'international, et ne suscite pas toujours la même adhésion au sein de la filière.

En parallèle, d'autres mesures ont été déployées : soutien régional à l'investissement, accompagnement à la labellisation EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant), intégration de la filière dans des programmes européens de développement rural comme LEADER, ou encore mise en valeur touristique via le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe (CTIG). Ces

dispositifs témoignent d'une volonté réelle des institutions locales de soutenir le patrimoine rhumier, tout en s'appuyant sur les forces économiques, culturelles et artisanales du territoire.

Cependant, ces démarches, bien qu'engagées et souvent innovantes, souffrent d'un manque de coordination à l'échelle de la filière. La Guadeloupe ne dispose pas d'un organisme de type CODERUM ou d'un cahier des charges fédérateur. Cela engendre des formes d'isolement institutionnel, qui freinent parfois la reconnaissance du rhum guadeloupéen comme patrimoine culturel structuré et partagé.

Dans cette sous-partie, nous allons donc analyser les principaux dispositifs administratifs et institutionnels mis en place en Guadeloupe, à la lumière des entretiens menés avec les professionnels et des lectures spécialisées. Il s'agira de comprendre comment, malgré l'absence d'un cadre centralisé, les acteurs du territoire mobilisent divers outils pour préserver, transmettre et valoriser le rhum guadeloupéen comme élément vivant de leur héritage.

i) L'Indication Géographique Protégée (IGP) : compromis entre reconnaissance et flexibilité

Comme rappelé en introduction, la Guadeloupe a fait le choix d'une démarche différente de celle adoptée par la Martinique. Plutôt que de s'inscrire dans un processus d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), elle a opté pour l'Indication Géographique Protégée (IGP), une voie plus souple mais néanmoins structurée. L'IGP "Rhum de la Guadeloupe" a été officiellement obtenue le 22 janvier 2015, soit près de vingt ans après l'AOC martiniquaise, mise en place en 1996.

L'objectif de l'IGP est de protéger une aire géographique déterminée, tout en reconnaissant les savoir-faire traditionnels associés à un produit. Contrairement à l'AOC, l'IGP offre aux producteurs une plus grande flexibilité, notamment dans les techniques de fabrication, tout en garantissant la provenance et une certaine qualité du produit fini. Comme le résume un acteur de la filière : "En 2015, la Guadeloupe a obtenu une IGP pour ses rhums, ce qui nous permet une plus grande flexibilité que les producteurs martiniquais, qui sont soumis à des normes strictes avec leur AOC."¹⁴¹

¹⁴¹ Hervé Damoiseau, Distillerie Damoiseau, entretien avec l'auteur, Le Moule, 14 janvier 2025.

Le cahier des charges de l'IGP impose cependant un certain nombre de règles, notamment sur le lien au territoire. Toutes les étapes de production de la culture de la canne jusqu'au vieillissement du rhum doivent être réalisées dans le département de la Guadeloupe. Ce lien fort avec le sol guadeloupéen est affirmé dans ce passage : “La production du matériel végétal destiné aux plantations, la production des cannes, l'extraction et le stockage des jus et des résidus, la fermentation, la distillation, le stockage, la maturation, l'élevage et le vieillissement sont réalisés dans l'aire géographique constituée du territoire du département de la Guadeloupe”¹⁴²

L'IGP actuelle s'inscrit dans une histoire plus ancienne : bien avant la reconnaissance officielle en 2015, la mention “IG Guadeloupe” était déjà associée à des rhums appréciés pour leur qualité. L'INAO rappelle dans son cahier des charges : “L'indication géographique "Guadeloupe" était utilisée dès l'implantation de la canne à sucre en Guadeloupe et de plus en plus d'eaux-de-vie étaient conditionnées au sein même de l'habitation, car cela apparaissait comme un facteur de qualité”¹⁴³

Pour les producteurs guadeloupéens, notamment les petites distilleries, l'IGP représente un outil à la fois accessible et adapté à leur réalité. Le cahier des charges est moins rigide que celui de l'AOC, ce qui facilite son adoption tout en maintenant une reconnaissance officielle à l'échelle européenne. Comme le souligne un professionnel du secteur : “Nous avons choisi une autre voie. Les contraintes d'une appellation d'origine contrôlée (AOC) sont parfois trop rigides et ne garantissent pas toujours la qualité. Nous avons opté pour une indication géographique protégée (IGP), qui certifie la provenance de nos produits tout en nous laissant une certaine liberté. Ce choix nous permet de nous adapter aux attentes des consommateurs tout en restant fidèles à nos traditions.”¹⁴⁴

Ainsi, l'IGP apparaît comme un compromis équilibré, permettant de valoriser le patrimoine rhumier guadeloupéen tout en laissant place à l'adaptation et à l'innovation, dans une logique plus souple mais tout aussi territorialisée.

Cas concret : la distillerie Bologne – Une stratégie affirmée autour de l'IGP

¹⁴² INAO, *Cahier des charges de l'IGP « Rhum de la Guadeloupe »*, 2014, Bulletin officiel du Ministère de l'agriculture.

¹⁴³ ibid

¹⁴⁴ Grégoire Hayot, directeur et maître de chai chez Karukera, entretien avec l'auteur, Capesterre-Belle-Eau, 13 janvier 2025.

Sur le territoire guadeloupéen, l'IGP reste encore peu mobilisée à des fins commerciales par la majorité des producteurs. Lors de notre enquête de terrain, nous avons eu l'opportunité de visiter l'ensemble des distilleries de l'île. Il en ressort que la distillerie Bologne est la seule à afficher clairement le logo IGP sur l'ensemble de ses bouteilles.

Pour cette maison, l'IGP représente un véritable gage de qualité, mais aussi un outil marketing stratégique. Elle permet de valoriser un ancrage territorial fort, reconnu officiellement par l'INAO et par l'Union européenne, tout en rassurant le consommateur sur l'origine, la traçabilité et le respect des pratiques de fabrication. Dans un contexte de concurrence croissante sur le marché international des spiritueux, l'IGP constitue ainsi une marque de confiance.

En revanche, l'absence de cette mise en valeur chez la majorité des autres producteurs interroge. Lors de l'un de nos entretiens, un acteur de la filière nous a confié : "Pour nous, l'IGP n'a pas vraiment d'intérêt commercial. Elle ne nous aide pas à vendre davantage. En revanche, elle a un vrai intérêt patrimonial : elle protège notre savoir-faire et encadre notre production."¹⁴⁵

Cette position révèle une tension fréquente entre fonction patrimoniale et valorisation économique de l'IGP. Le label est perçu comme un outil de protection, mais pas encore comme un levier de différenciation commerciale par l'ensemble des acteurs guadeloupéens.

ii) Avantages et limites de l'IGP dans la valorisation patrimoniale du rhum guadeloupéen

L'IGP « Rhum de la Guadeloupe » présente à la fois des atouts patrimoniaux indéniables et des limites symboliques, en comparaison avec des dispositifs plus stricts comme l'AOC.

Les avantages : ancrage territorial et traçabilité complète

"La production du matériel végétal destiné aux plantations, la production des cannes, l'extraction et le stockage des jus et des résidus, la fermentation, la distillation, le stockage, la maturation, l'élevage et le vieillissement sont réalisés dans l'aire géographique constituée du territoire du département de la Guadeloupe."¹⁴⁶

¹⁴⁵ Guylaine Roussel, responsable marketing chez Montebello, entretien avec l'auteur, 13 et 16 janvier 2025.

¹⁴⁶ INAO, *Cahier des charges de l'IGP « Rhum de la Guadeloupe »*, 2014, Bulletin officiel du Ministère de l'agriculture.

Cette exigence permet de renforcer l'identité territoriale du rhum guadeloupéen. En garantissant que toutes les étapes de production sont réalisées sur place, l'IGP contribue à ancrer le produit dans un environnement géographique, climatique et culturel spécifique, ce qui constitue un fondement de sa valeur patrimoniale.

Une limite : un encadrement technique moins exigeant qu'en AOC

“Le moût destiné à la production de rhum "agricole" est issu exclusivement du jus de canne. Le chaulage de ce jus est interdit. Le recours à toute technique d'enrichissement en sucres du jus de canne ou du moût est interdit.”¹⁴⁷

Malgré certaines restrictions techniques, le cahier des charges de l'IGP demeure moins rigoureux que celui d'une AOC: il autorise aussi bien les rhums agricoles que les rhums de sucrerie, sans différenciation interne de terroirs. Cela peut limiter sa portée symbolique dans une logique de valorisation patrimoniale « à la française ».

Par ailleurs, l'encadrement technique n'est pas seulement défini à l'échelle nationale. Le label IGP étant reconnu au niveau européen, les producteurs sont également soumis à des réglementations communautaires spécifiques. Lors de notre entretien avec Hervé Damoiseau, ce dernier a exprimé une forme d'inquiétude face aux directives européennes, qui ne tiennent pas toujours compte des spécificités agricoles des territoires ultramarins : “Or nous, nous sommes soumis à des circulaires européennes [...] ce qui pose problème, car la canne à sucre en climat tropical ne bénéficie pas des mêmes conditions que les productions agricoles européennes.”¹⁴⁸

Cette inquiétude s'est exprimée à plusieurs reprises au cours de l'échange, notamment lorsqu'il évoque la baisse de la production et un sentiment d'abandon institutionnel : “La production de canne à sucre a très sensiblement baissé en Guadeloupe, en Martinique aussi, et même à La Réunion. [...] On se demande s'il n'y a pas une volonté de tuer l'économie sucrière dans les DOM. C'est peut-être un choix délibéré de l'État français”¹⁴⁹

À ces contraintes s'ajoute une absence de cohésion entre les acteurs guadeloupéens de la filière rhumière. Contrairement à la Martinique, où les producteurs ont su fédérer leurs efforts autour d'un objectif commun (l'AOC), la Guadeloupe souffre d'un manque de vision

¹⁴⁷ ibid

¹⁴⁸ Hervé Damoiseau, Distillerie Damoiseau, entretien avec l'auteur, Le Moule, 14 janvier 2025.

¹⁴⁹ ibid

partagée. Chaque distillerie semble poursuivre sa propre stratégie, ce qui freine l'émergence d'un projet collectif de valorisation patrimoniale : "Il n'y a pas une vision commune de la valorisation du rhum en tant que patrimoine. Cela entraîne des rivalités inutiles et empêche une véritable reconnaissance du rhum guadeloupéen comme un produit emblématique du patrimoine local."¹⁵⁰

Enfin, pour certains producteurs, l'IGP reste une voie stratégique, plus souple et adaptée à leur réalité économique, en comparaison avec une AOC jugée trop contraignante : "Nous avons choisi une autre voie. Les contraintes d'une appellation d'origine contrôlée (AOC) sont parfois trop rigides et ne garantissent pas toujours la qualité. Nous avons opté pour une indication géographique protégée (IGP), qui certifie la provenance de nos produits tout en nous laissant une certaine liberté. Ce choix nous permet de nous adapter aux attentes des consommateurs tout en restant fidèles à nos traditions."¹⁵¹

iii) Le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) : reconnaissance des savoir-faire artisanaux

Créé en 2005 par l'État français, le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) est une distinction officielle décernée aux entreprises françaises qui détiennent un savoir-faire d'excellence, rare ou ancestral, dans le domaine de l'artisanat ou de l'industrie.

Attribué par le ministère de l'Économie après une instruction conduite par l'Institut national des métiers d'art (INMA), ce label vise à reconnaître, valoriser et transmettre des savoir-faire considérés comme faisant partie intégrante du patrimoine économique et culturel de la France.

Pour être labellisée, une entreprise doit répondre à plusieurs critères :

1. La maîtrise d'un savoir-faire spécifique, traditionnel ou innovant, lié à la haute technicité ou à la rareté ;
2. La détention d'un patrimoine économique ou culturel notable, comme des outils anciens, des procédés uniques, ou une implantation historique ;
3. L'engagement dans la transmission de ce savoir-faire, notamment par la formation ou l'apprentissage.

¹⁵⁰ Mathieu Lange , Gestionnaire de l'entreprise individuelle Histoire du Rhum, contributeur à la rubrique "Histoire" de Rumporter, conférencier aux Rhumfests Paris et Marseille. Entretien réalisé par l'auteur.

¹⁵¹ François Longueteau , Directeur de la distillerie Longueteau. Entretien réalisé par l'auteur, 6 janvier 2025.

La distillerie Bologne : un exemple vivant du patrimoine rhumier guadeloupéen :

À ce jour, la distillerie Bologne est la seule maison de rhum en Guadeloupe à avoir obtenu le label "Entreprise du Patrimoine Vivant" (EPV). Cette distinction officielle, décernée par l'État français, récompense les entreprises détenant un savoir-faire d'excellence rare ou ancestral. Elle témoigne à la fois de l'attachement de Bologne à son histoire, de la maîtrise technique de ses équipes et de sa volonté de transmission.

Lors de notre visite de la distillerie, cette reconnaissance patrimoniale ne nous a pas semblé symbolique, mais profondément incarnée. Elle se manifeste tant dans la communication que dans les pratiques humaines de l'entreprise. En effet, nous avons eu l'occasion d'échanger avec le chef distillateur, qui nous a confié que son père occupait déjà ce même poste avant lui. Sans lien familial avec les propriétaires, cette transmission témoigne de l'attachement durable de certaines familles d'ouvriers à l'outil de production, ainsi que de la fidélité de l'entreprise envers ceux qui font vivre son savoir-faire.

Ce témoignage illustre avec force le lien entre patrimoine immatériel, technique et humain. Il s'inscrit dans la logique même du label EPV, qui vise à reconnaître des gestes, des métiers et des récits vivants, souvent transmis au sein de communautés discrètes et engagées.

Comme le souligne la direction de la distillerie : "Aujourd'hui, on se distingue avec notre approche respectueuse de l'environnement et notre engagement pour des produits d'exception. [...] Nous sommes aussi très fiers de notre label HVE et de notre titre d'Entreprise du Patrimoine Vivant."¹⁵²

La distillerie Bologne réussit ainsi à conjuguer tradition et exigence contemporaine, en articulant ses engagements environnementaux (HVE) avec la mise en valeur de son héritage technique et humain (EPV). Elle se positionne comme un modèle d'intégration patrimoniale réussie, où la mémoire du rhum ne repose pas seulement sur la matière, mais aussi sur les hommes et femmes qui la façonnent.

iv) La certification Haute Valeur Environnementale (HVE) : protection environnementale et qualité

¹⁵² Maeva Flandrina (Responsable communication et marketing), Distillerie Bologne. Entretien réalisé par l'auteur, 15 janvier 2025

Le label Haute Valeur Environnementale (HVE) est un dispositif officiel français créé par la loi Grenelle II de 2010, encadré par le ministère de l’Agriculture. Il vise à encourager les exploitations agricoles à adopter des pratiques respectueuses de l’environnement, tout en valorisant celles qui s’engagent déjà dans cette voie.

Il s’inscrit dans une logique de transition agroécologique, et repose sur une évaluation globale de l’exploitation selon quatre indicateurs :

1. La biodiversité (présence de haies, de bosquets, de prairies naturelles...)
2. La stratégie phytosanitaire (réduction des intrants chimiques)
3. La gestion de la fertilisation
4. La gestion de l’irrigation

Pour obtenir la certification HVE, une exploitation doit répondre à des exigences de niveau 3, le plus élevé du dispositif. Elle peut alors apposer le logo HVE sur ses produits.

Le cas de la distillerie Bologne : une pionnière de la durabilité en Guadeloupe :

En Guadeloupe, la distillerie Bologne est actuellement la seule distillerie de rhum à avoir obtenu la certification HVE. Ce choix s’inscrit pleinement dans une stratégie globale de valorisation éthique, patrimoniale et environnementale de l’entreprise.

En 2020, Bologne a lancé une nouvelle gamme de rhum biologique, le premier du genre en Guadeloupe. Ce produit, issu d’une parcelle cultivée sans aucun intrant chimique, témoigne de la volonté affirmée de la distillerie de s’inscrire dans un modèle de production durable. Cette démarche ne se limite pas à une exigence de qualité “produit” : elle traduit un engagement profond en faveur de la protection des terroirs, de la santé des sols et du respect des écosystèmes locaux.

Cet engagement environnemental, combiné à l’obtention du label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), fait de Bologne une référence insulaire en matière de distillation responsable. Elle incarne ainsi une vision du rhum qui dépasse le simple produit marchand, pour s’affirmer comme un héritage vivant, ancré dans son époque et tourné vers l’avenir.

Conclusion de la partie b - Les dispositifs administratifs mis en place par la Guadeloupe

L'analyse des dispositifs administratifs mis en place en Guadeloupe pour valoriser la filière rhumière montre une approche plurielle, souple et pragmatique, à rebours du modèle centralisé et normatif porté par l'AOC martiniquaise. En mobilisant des outils comme l'IGP, les labels EPV et HVE, la Guadeloupe affirme une volonté de reconnaissance patrimoniale qui privilégie l'adaptation aux réalités locales et la mise en valeur de savoir-faire vivants, sans figer ces derniers dans un cadre trop rigide.

La distillerie Bologne apparaît ici comme une figure emblématique de cette démarche. Elle conjugue certification environnementale, reconnaissance patrimoniale (EPV) et valorisation territoriale (IGP), tout en incarnant des formes de transmission artisanale intergénérationnelle profondément ancrées dans la culture guadeloupéenne.

Malgré cela, des limites importantes subsistent. L'IGP, bien qu'utile, reste moins structurante symboliquement que l'AOC, et peu exploitée commercialement par les producteurs. À cela s'ajoute une fragmentation de la filière qui freine l'émergence d'un discours collectif sur le rhum comme élément du patrimoine culturel guadeloupéen. Certains producteurs expriment par ailleurs un sentiment de marginalisation vis-à-vis des politiques européennes, peu adaptées aux contraintes agricoles ultramarines.

Pourtant, des perspectives d'avenir émergent. Lors de notre enquête, il nous a été rapporté que des échanges ont eu lieu entre Vanessa Ferey, porteuse de la candidature du Cognac à l'inscription au patrimoine immatériel de l'UNESCO (dossier déposé en janvier 2024), et plusieurs producteurs et représentants institutionnels guadeloupéens. Ces pourparlers visent à envisager la reconnaissance des savoir-faire liés au rhum antillais comme patrimoine culturel immatériel, en s'appuyant sur l'expérience acquise dans la filière cognac.

Cette dynamique ouvre une nouvelle voie de valorisation, moins centrée sur les appellations et plus attentive à la dimension humaine, technique et culturelle du produit. Elle laisse entrevoir une reconnaissance plus globale du rhum guadeloupéen, non seulement comme produit d'excellence, mais comme expression vivante d'un territoire, d'une histoire et de savoirs transmis au fil des générations.

Conclusion de la partie A - Mesures administratives pour la patrimonialisation du rhum en Guadeloupe et en Martinique

À travers l'étude comparée des démarches administratives mises en œuvre en Guadeloupe et en Martinique, cette première partie a mis en lumière deux stratégies distinctes, mais également légitimes, de valorisation du rhum en tant que patrimoine.

D'un côté, la Martinique a choisi très tôt de s'inscrire dans une logique d'excellence et de structuration normative, en obtenant dès 1996 une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) – une première mondiale pour un rhum. Ce cadre, longuement négocié avec l'INAO, repose sur un cahier des charges rigoureux intégrant terroir, savoir-faire technique et traditions agricoles. Il a permis à la filière martiniquaise de fédérer ses producteurs autour d'un projet collectif fort, au prix toutefois d'une certaine rigidité technique et d'une sélection drastique des opérateurs éligibles.

De l'autre côté, la Guadeloupe a fait le choix d'une démarche plus souple, en obtenant en 2015 une Indication Géographique Protégée (IGP). Cette reconnaissance européenne, bien que moins symboliquement valorisée qu'une AOC, permet de préserver l'origine et les pratiques traditionnelles tout en laissant une marge de manœuvre plus large aux producteurs. La Guadeloupe a également mobilisé des dispositifs complémentaires comme le label EPV ou la certification HVE, dans une logique de valorisation du patrimoine vivant et de transition écologique.

Cependant, la comparaison révèle aussi des fragilités propres à chaque territoire. Si la Martinique bénéficie d'une image forte à l'international, elle demeure contrainte par un système rigide qui peut parfois décourager l'innovation. La Guadeloupe, quant à elle, souffre d'un manque d'unité entre ses producteurs, ce qui freine l'émergence d'un discours collectif sur le rhum en tant que patrimoine culturel commun.

Pour autant, les lignes commencent à bouger. Lors de notre enquête, il nous a été rapporté que des échanges ont eu lieu entre Vanessa Ferey – responsable du dépôt de la candidature du cognac à l'UNESCO – et des acteurs guadeloupéens, tant institutionnels que professionnels. Ces pourparlers visent à initier un travail commun autour de l'inscription des savoir-faire liés au rhum antillais au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, une reconnaissance qui dépasserait les cadres juridiques nationaux pour embrasser pleinement la valeur humaine, historique et identitaire de cette filière unique.

Ainsi, malgré leurs différences administratives, la Guadeloupe et la Martinique convergent vers une ambition partagée : faire du rhum non seulement un produit d'excellence, mais un véritable emblème patrimonial, à la croisée des mémoires, des savoirs et des territoires.

B) Des politiques départementales contrastées entre soutien, tourisme et développement économique

L'analyse des dispositifs administratifs engagés respectivement par la Martinique et la Guadeloupe a mis en évidence deux voies de reconnaissance patrimoniale bien distinctes. Si l'AOC martiniquaise structure fermement la production autour de normes précises, l'IGP guadeloupéenne se veut plus souple et inclusive. Cependant, au-delà des cadres juridiques, la valorisation du rhum comme produit identitaire repose aussi sur l'engagement des institutions territoriales : collectivités, agences régionales, directions agricoles, et acteurs du développement économique.

Dans cette perspective, la présente partie se propose d'examiner les politiques départementales menées dans chacune des deux îles, en étudiant la manière dont elles articulent soutien à la production, valorisation touristique, et stratégies de développement territorial. Il ne s'agit plus seulement d'observer les normes encadrant la fabrication du rhum, mais de comprendre comment celui-ci devient un levier politique et économique, mobilisé par les institutions locales dans la construction d'une image de marque, d'un récit identitaire et d'un moteur de croissance.

Nous verrons ainsi que la Martinique développe une politique intégrée et cohérente, où le rhum est pleinement reconnu comme un patrimoine d'excellence, tandis que la Guadeloupe peine encore à faire émerger une stratégie unifiée, malgré des initiatives ambitieuses et des acteurs fortement engagés.

a) En Martinique : une politique intégrée et cohérente

Depuis les années 1990, la Martinique s'est engagée dans une démarche structurée visant à reconnaître et valoriser le rhum comme produit patrimonial d'exception, à travers une synergie entre les acteurs agricoles, institutionnels et touristiques. L'obtention de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) en 1996 n'a pas seulement constitué une

reconnaissance technique : elle a marqué le point de départ d'une politique publique territoriale cohérente, portée par les institutions locales et appuyée par une volonté collective de structurer la filière.

La Collectivité Territoriale de Martinique (CTM), les organisations professionnelles comme le CODERUM, mais aussi les agences de développement agricole et touristique, ont progressivement intégré le rhum dans leurs dispositifs d'accompagnement, de promotion et de planification. Le rhum devient ainsi un vecteur de développement économique, un symbole identitaire, mais aussi un produit touristique d'appel, au croisement du patrimoine et de la modernité.

Cette sous-partie se propose d'examiner comment cette politique intégrée se décline, d'une part, à travers le soutien régional à la filière rhumière, et d'autre part, par l'intégration du rhum dans les stratégies touristiques et agricoles du territoire, faisant du spiritueux un véritable levier de rayonnement local et international.

i) Un soutien régional fort à la filière rhumière et à l'AOC

Un appui politique constant à l'AOC depuis les années 1990

Depuis la création de l'AOC Rhum Martinique dans les années 1990, un soutien politique constant s'est mis en place en faveur de la filière rhumière. Ce label de qualité a entraîné d'importantes retombées économiques et symboliques, incitant les institutions locales à développer de nombreux programmes d'accompagnement et de financement destinés aux producteurs de rhum. Cet accompagnement peut être direct, via des subventions ou dispositifs fiscaux, ou indirect, par l'action de divers organismes comme la Chambre d'agriculture, le CODERUM, mais aussi les municipalités locales.

Plusieurs initiatives ont vu le jour pour valoriser le rhum et soutenir son développement, notamment dans le domaine du tourisme. Des visites de distilleries, des dégustations, ou encore des expériences immersives sont proposées afin de faire découvrir le produit in situ. Ce *spiritourisme* permet non seulement de générer des revenus supplémentaires, mais également de renforcer l'image du rhum martiniquais auprès des visiteurs, qui deviennent ensuite les ambassadeurs d'un produit de terroir.

Les efforts portent aussi sur l'internationalisation de la filière : la participation à des salons internationaux, des campagnes de communication ciblées ou encore le développement de partenariats commerciaux visent à positionner le rhum martiniquais comme un produit haut de gamme, reconnu pour sa qualité et son authenticité.

Par ailleurs, des dispositifs fiscaux spécifiques ont été mis en place pour compenser les surcoûts liés à l'insularité et à l'éloignement des marchés. Ces mesures permettent de renforcer la compétitivité du rhum martiniquais à l'export. Des projets ambitieux émergent également, comme la création d'une Cité du Rhum, inspirée de la Cité du Vin à Bordeaux, qui proposerait un espace dédié à l'histoire, à la culture et à la dégustation du rhum martiniquais, renforçant ainsi son attractivité culturelle et touristique.

Le Conseil régional de Martinique joue un rôle important dans cet accompagnement, comme en témoigne cette citation de Suzanne Long : “Le Conseil régional de la Martinique finance régulièrement des campagnes autour de l'AOC, de l'agriculture locale et des savoir-faire liés au rhum.”¹⁵³

Ainsi, la politique menée depuis la création de l'AOC envoie un signal fort. Elle fédère une vision commune autour du produit : “Le fait d'avoir un pavillon AOC Martinique, c'est très fort politiquement. [...] Les visiteurs ne viennent pas pour une marque, mais pour une vision commune du rhum martiniquais.”¹⁵⁴

Ce soutien politique ne se limite pas aux collectivités locales. De nombreuses aides proviennent également de l'État et de l'Union européenne. Bien que ces aides concernent l'ensemble des départements d'outre-mer, les retours d'entretien montrent que les Martiniquais se sentent particulièrement concernés, notamment en raison de la taille et de la structuration de leurs exploitations. “Politiques de soutien importantes, subventions et régimes fiscaux favorables”¹⁵⁵

Parmi les exemples d'actions menées pour soutenir la filière rhumière, on peut citer :

¹⁵³ Suzanne Long, Entretien réalisé par l'auteur, experte internationale des spiritueux de canne à sucre, février 2025.

¹⁵⁴ Jérôme Foguet, président du CODERUM Martinique et du Groupe BBS (Campari Groupe). Entretien réalisé par l'auteur, Salon de l'Agriculture, Paris, 26 février 2025, 1h10

¹⁵⁵ Marmayou, Jean-Michel (2021). *La complexité juridique des rhums ultramarins français*. Journal of Wine & Spirits Law / Revue du droit du vin et des spiritueux, 2021.

- Réduction des droits d'accise sur le rhum traditionnel : pour compenser les surcoûts liés à l'insularité et à la concurrence, un régime fiscal spécifique permet l'application d'un taux réduit.
- Pour compenser les surcoûts liés à l'insularité et à la concurrence internationale, un régime fiscal spécifique permet d'appliquer un taux d'accise réduit sur le rhum traditionnel produit dans les départements d'outre-mer (DOM)

“En 2011, cette réduction représentait une aide de 78,6 millions d'euros. En 2012, avec l'ajustement de la fiscalité, le montant total de l'aide a été porté à 111,4 millions d'euros.”¹⁵⁶

- Aides ciblées aux acteurs de la filière, comme :
 - l'aide au transport de la canne (10 millions d'euros pour les trois DOM),
 - l'aide nationale à la production de canne (56 millions d'euros annuels),
 - l'aide forfaitaire d'adaptation de l'industrie sucrière du POSEI (59,2 millions d'euros annuels),
 - l'aide à l'écoulement et au soutien logistique (plafonnée à 24 millions d'euros par an).

Ces différents dispositifs illustrent clairement l'intérêt porté par les pouvoirs publics à la valorisation du rhum. Si toutes ces aides ne découlent pas directement de la création de l'AOC, il est indéniable que cette dernière a renforcé la légitimité de la filière et contribué à sa reconnaissance, tant sur le plan économique que patrimonial.

Une reconnaissance du rhum comme pilier du développement agricole local

Le rhum constitue, à l'échelle locale, un véritable pilier de l'économie martiniquaise. En 2021, le chiffre d'affaires de la filière rhum en Martinique était estimé à 400 millions d'euros, ce qui représente une part considérable de l'économie locale. À cela s'ajoute la création de près de 2 200 emplois directs et indirects, répartis entre la culture de la canne, la transformation industrielle, la commercialisation et le tourisme.

Plusieurs leviers expliquent ce rôle central : d'abord, la dimension historique de la filière, qui s'inscrit dans une longue tradition agricole et industrielle. Ensuite, la reconnaissance

¹⁵⁶ Sénat. *Proposition de résolution tendant à la création d'une commission d'enquête sur le régime fiscal du rhum*. Paris : Sénat, 2013.

officielle de la qualité du produit à travers l’Appellation d’Origine Contrôlée (AOC) obtenue en 1996, qui a structuré et valorisé la production locale. Enfin, le développement du spiritourisme — incluant visites de distilleries, dégustations et expériences culturelles — a permis de diversifier les revenus agricoles tout en renforçant le lien entre terroir, patrimoine et économie.

Au-delà de son poids économique, le rhum s’intègre pleinement dans un modèle de développement durable, valorisant les ressources locales, les savoir-faire traditionnels et la cohérence territoriale. Les politiques agricoles locales ont d’ailleurs accompagné ce mouvement, comme en témoigne cette mesure de soutien : “ Les politiques agricoles locales ont permis de stabiliser les prix de la canne à sucre livrée aux distilleries grâce à un appui régional sur les charges de transport.”¹⁵⁷

Sur le plan international également, le rhum martiniquais reste un atout stratégique. La filière continue d’être soutenue dans le cadre des politiques agricoles nationales et européennes, malgré les fortes contraintes liées à la mondialisation : “La filière canne-sucre-rhum reste au cœur des politiques agricoles dans les DROM malgré les contraintes liées à la concurrence internationale”¹⁵⁸

Ainsi, le rhum martiniquais ne se limite pas à un produit de consommation : il est un symbole de l’économie locale, un vecteur de développement territorial et un élément structurant de l’identité agricole de l’île.

ii) Une intégration progressive dans les stratégies touristiques et territoriales

Le rhum comme produit d’appel dans la stratégie touristique régionale

Comme évoqué précédemment, le tourisme joue un rôle clé dans le développement de la filière rhum en Martinique. Il s’inscrit désormais au cœur de nombreuses dynamiques locales. Les distilleries ont su s’adapter à cette nouvelle demande en développant des espaces d’accueil, des circuits de visite et des animations spécifiques destinées aux visiteurs.

¹⁵⁷ Emmanuel Bécheau , Fanny Pougeoise & Leïla Pueyo (2024). *La production de rhum agricole en Martinique : objectif zéro déchet et neutralité carbone*. Économie rurale, n°389, pp. 57–64.

¹⁵⁸ Michel DESSE (2013). Les îles de la Caraïbe, enjeux et perspectives, collection itinéraires géographiques, L’Harmattan, 290 pages.

Cette évolution a été accompagnée, voire encouragée, par les pouvoirs publics à travers des soutiens financiers, mais aussi via une politique structurée de développement du tourisme régional : “les distilleries ont su s’intégrer dans le paysage martiniquais, appuyées par une politique de promotion touristique régionale”¹⁵⁹

Une véritable stratégie territoriale autour du spiritourisme s'est progressivement mise en place. Au fil de nos entretiens, un discours commun a émergé quant à l'importance de cette orientation pour le développement local : “Alors après c'est ça parce qu'en... au niveau politique ? Moi, je pouvais préparer les politiques touristiques. Effectivement, là oui, effectivement, il y a comme... il y a vraiment une vraie stratégie de mise en avant du rhum en Martinique [...] Ils ont une stratégie de réussite. [...] Ils ont, pour amplifier, intégrer le spiritourisme au même titre que la gastronomie martiniquaise.”¹⁶⁰

Bien que cette question soit développée plus en détail dans un axe d'analyse spécifique consacré au spiritourisme, il nous semblait important d'en souligner ici brièvement la portée stratégique, tant elle s'impose comme une composante essentielle de la valorisation territoriale du rhum.

iii) Vers une gouvernance partagée entre producteurs, collectivités et institutions

Le rôle fédérateur du CODERUM

Parmi les acteurs clés de la structuration de la filière rhumière en Martinique, le CODERUM (Comité Martiniquais du Rhum) occupe une place centrale. Crée en 1960 dans un contexte de recomposition de la filière canne-sucre-rhum, cet organisme a été fondé pour représenter collectivement les distillateurs de l'île. Il naît d'un besoin de coordination face aux mutations du secteur et à la nécessité de valoriser un produit fortement ancré dans l'histoire économique et culturelle de la Martinique.

Depuis sa création, le CODERUM œuvre à la promotion du rhum agricole martiniquais, notamment à travers la défense de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), obtenue en 1996, qui confère au produit un prestige international.

¹⁵⁹ Michel DESSE (2013). Les îles de la Caraïbe, enjeux et perspectives, collection itinéraires géographiques, L'Harmattan, 290 pages.

¹⁶⁰ Jérôme Foguet , président du CODERUM Martinique et du Groupe BBS (Campari Groupe). Entretien réalisé par l'auteur, Salon de l'Agriculture, Paris, 26 février 2025, 1h10

L'organisme joue également un rôle de représentation auprès des instances politiques, économiques et réglementaires, notamment dans le cadre de négociations fiscales ou douanières, comme en témoigne sa mobilisation récente face à la hausse des droits de douane aux États-Unis. Par ailleurs, le CODERUM s'inscrit dans une logique de développement territorial et touristique, en encourageant le spiritourisme et en collaborant avec des partenaires comme la SCIC Odyssea pour développer un tourisme durable autour de la canne et du rhum. Il soutient également les innovations techniques et environnementales, notamment en valorisant la bagasse comme ressource énergétique renouvelable. Ainsi, le CODERUM incarne une figure de médiation entre tradition et modernité, et contribue activement à faire du rhum non seulement un produit agricole d'exception, mais aussi un levier de développement économique, culturel et durable pour la Martinique.

“En Martinique, les politiques agricoles ont été co-construites localement avec le soutien de l’État, mais aussi des collectivités, dans une logique de continuité des structures héritées du CODERUM.”

Des alliances pour renforcer l'image du rhum martiniquais à l'échelle internationale

Dans une logique de valorisation à l'export, la filière rhum martiniquaise a su s'organiser autour de partenariats stratégiques afin de promouvoir le produit au-delà des frontières locales. Les producteurs participent régulièrement à de grands salons internationaux — tels que le Salon international de l'agriculture à Paris, les salons professionnels du vin et des spiritueux comme Vinexpo, ou encore des foires en Allemagne, aux États-Unis ou au Japon — avec le soutien actif des institutions régionales. Ces actions permettent de positionner le rhum martiniquais non seulement comme un produit agricole, mais comme un ambassadeur culturel de l'île, porteur d'une identité forte et d'un savoir-faire reconnu.

Cette dynamique collective a pu être observée lors de ma visite au Salon de l'Agriculture de Paris en 2025. La Martinique y était présente sous la bannière unifiée de l'Appellation d'Origine Contrôlée, avec un espace commun intitulé “*Rhum de la Martinique – AOC*”, regroupant l'ensemble des distilleries de l'île. Cette présentation conjointe, harmonieuse et structurée, mettait en valeur la cohérence du discours martiniquais autour de la qualité et de l'identité du produit. En contraste, les producteurs guadeloupéens étaient présents de manière plus dispersée, chacun disposant de son propre stand, sans coordination institutionnelle marquée. Ce contraste illustre l'avantage stratégique qu'offre l'unité martiniquaise dans les

grandes manifestations internationales, renforçant l'image d'un produit structuré, cohérent et reconnu.

Les institutions jouent un rôle clé dans ces démarches, notamment en soutenant la communication collective autour du rhum via des campagnes promotionnelles, des visuels partagés ou des prises de parole institutionnelles valorisant l'AOC. Des projets conjoints sont ainsi mis en œuvre pour renforcer la visibilité de la filière dans les médias spécialisés, dans la gastronomie ou à travers des partenariats avec des acteurs du luxe. Ces collaborations nourrissent une image cohérente, élégante et authentique du rhum martiniquais. Cette reconnaissance dépasse désormais le cadre strictement économique ou agricole. Elle touche à l'identité même de la Martinique, comme en témoigne cette citation issue de nos entretiens : “Traîner un peu la batterie sur le niveau de subvention. Oui, mais aujourd’hui, tout le monde est très fier que ce soit un produit emblématique de la Martinique. Vous voyez ? Alors non seulement emblématique, mais en plus qui, dans le monde entier, symbolise quand même justement le rhum.”¹⁶¹

Le rhum est donc perçu comme un symbole fort, à la fois local et international, qui incarne l'excellence d'un territoire. Les alliances entre producteurs, institutions et opérateurs économiques permettent ainsi de renforcer sa présence sur les marchés mondiaux tout en affirmant la singularité de la Martinique au sein du monde des spiritueux.

b) En Guadeloupe : un appui plus dispersé et ponctuel

i) Des initiatives institutionnelles fragmentées et souvent événementielles

Un soutien régional par le biais du tourisme et de la communication (CTIG)

Créé en 2003 par les collectivités régionales et départementales, le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe (CTIG) est devenu un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) en 2018. Sa mission principale consiste à développer, structurer et promouvoir la destination “Îles de Guadeloupe”, tant à l'échelle nationale qu'internationale. À travers une stratégie transversale, le CTIG valorise les multiples facettes du territoire : patrimoine naturel, culturel, gastronomique, art de vivre et savoirs-faire locaux.

¹⁶¹ Michel Fayad, entretien réalisé par l'auteur, directeur du Musée du Rhum Saint James, février 2025.

Forte d'une équipe de 42 collaborateurs et d'un budget annuel compris entre 7 et 9 millions d'euros, la structure pilote plus de 500 projets chaque année. Elle est implantée sur l'ensemble du territoire, avec un siège à Pointe-à-Pitre et des points d'accueil aux principales portes d'entrée de l'île (aéroport, port maritime), ainsi qu'à l'étranger via des représentations à Paris, New York, Montréal et Stuttgart.

Dans cette stratégie territoriale globale, le rhum est perçu comme un produit emblématique à fort potentiel de rayonnement. Le CTIG cherche à l'intégrer dans une démarche de valorisation plus large, mobilisant d'autres éléments identitaires forts comme la culture, la gastronomie ou les paysages. Comme l'exprime Manuella Birhou Nerville: "L'objectif du CTIG, c'est aussi de faire rayonner les savoir-faire locaux à travers le rhum, mais pas uniquement. On cherche à inclure le rhum dans une stratégie plus large de valorisation du territoire : culture, gastronomie, paysage, art de vivre."¹⁶²

Le CTIG accompagne également les distilleries dans leur participation à des événements majeurs tels que le Salon International de l'Agriculture à Paris ou d'autres salons spécialisés à l'étranger. Il joue un rôle d'intermédiaire entre les producteurs de rhum et les instances administratives, facilitant les échanges et la mise en œuvre d'actions concrètes. Cette double proximité — avec le terrain d'un côté et les institutions de l'autre — lui permet de proposer des actions adaptées aux réalités du secteur.

Cependant, cette médiation se heurte parfois à des attentes fortes de la part des producteurs, notamment en matière de financement, qui ne trouvent pas toujours d'écho auprès des décideurs politiques. Comme le confiait Delphine Termoriris : "Nous avons prévu de participer au Salon de l'Agriculture à Paris cette année. C'est important pour nous de montrer notre savoir-faire à un public large, mais cela demande des moyens importants, et nous n'avons pas toujours le soutien espéré."¹⁶³

Ainsi, si le CTIG affiche une volonté de valoriser les produits locaux à travers le tourisme, les résultats sur le terrain restent parfois en deçà des attentes. Un acteur interrogé souligne ce décalage entre discours et réalité : "La région parle beaucoup de développement, de tourisme,

¹⁶² Manuela Birhou Nerville, chargée de mission pour la valorisation et la promotion de la culture et du patrimoine de la Guadeloupe au CTIG, entretien avec l'auteur, janvier 2025 CTIG de guadeloupe

¹⁶³ Delphine Termosiris, responsable Communication et Marketing de la distillerie Reimonenq. Entretien réalisé par l'auteur, 17 janvier 2025, Sainte-Rose, Guadeloupe.

de valorisation des produits locaux, mais dans les faits, on a peu de retombées concrètes. Les actions sont souvent ponctuelles, pas assez suivies.”¹⁶⁴

Ce constat révèle une certaine fragilité dans la coordination entre les ambitions politiques régionales et les besoins structurels des acteurs de la filière rhumière. Il interroge la capacité des politiques touristiques à s’inscrire dans une dynamique de long terme, véritablement structurante pour le territoire.

Des actions isolées mais structurantes : le cas de la distillerie Bologne

Comme nous avons pu le souligner dans la partie A-a-ii, la distillerie Bologne constitue aujourd’hui une référence majeure dans le paysage rhumier guadeloupéen. Acteur innovant et engagé, elle se distingue par son implication dans de nombreux programmes de valorisation du patrimoine vivant et de promotion d’un modèle agricole durable.

Bologne est en effet la seule distillerie de Guadeloupe à bénéficier du label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), à avoir obtenu la certification Haute Valeur Environnementale (HVE), et à proposer un rhum bio, le seul à ce jour sur le territoire guadeloupéen. Ces distinctions témoignent d’une volonté affirmée de se positionner à l’avant-garde, tant en matière de qualité que de responsabilité environnementale.

L’entreprise collabore étroitement avec le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe (CTIG), notamment dans le cadre de grands événements tels que le Salon de l’Agriculture à Paris ou le Ti Punch Day, symbole de la culture rhumière locale. Cette coopération permet une valorisation conjointe du produit et du territoire, dans une logique de marketing territorial structurant. Comme en témoigne un représentant de l’entreprise lors d’un entretien : “On travaille avec le CTIG sur plusieurs événements comme le Ti Punch Day, mais aussi des campagnes de communication autour du rhum guadeloupéen. C’est important de montrer que la Guadeloupe a ses propres spécificités.”¹⁶⁵

Cette citation illustre le rôle stratégique que joue le CTIG dans l’accompagnement des producteurs, en assurant une médiation entre les besoins exprimés par la filière rhum et les politiques publiques. Le cas de Bologne incarne ainsi une dynamique exemplaire d’intégration entre initiative privée, valorisation patrimoniale et soutien institutionnel.

¹⁶⁴ Guylaine Roussel, représentante de la distillerie Montebello. Entretien réalisé par l’auteur, le 15 janvier 2025

¹⁶⁵ Maéva Flandrina et Élodie Jean-Louis. Visite de la distillerie Bologne et échange avec les responsables marketing et relations publiques. Réalisés par l’auteur, 15 janvier 2025 à 9h, distillerie Bologne, Basse-Terre, Guadeloupe.

Toutefois, cette trajectoire reste isolée et ne saurait être généralisée à l'ensemble des distilleries guadeloupéennes, dont les niveaux d'engagement et de structuration sont encore très hétérogènes.

ii) L'absence de coordination à l'échelle de la filière rhumière.

Une structuration faible comparée au modèle martiniquais

En Guadeloupe, la filière rhumière souffre d'un manque de structuration propre, notamment en comparaison avec le modèle martiniquais. À ce jour, il n'existe pas de syndicat exclusivement dédié à la défense des producteurs de rhum guadeloupéens. Ces derniers sont représentés au sein du CIRT-DOM (Conseil Interprofessionnel du Rhum Traditionnel des Départements d'Outre-mer), une organisation interprofessionnelle regroupant les acteurs de la filière rhumière des territoires ultramarins français, à savoir la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane et La Réunion. Bien que cette structure œuvre à la valorisation collective du rhum traditionnel, elle ne permet pas toujours de répondre aux enjeux spécifiques du territoire guadeloupéen.

Le CIRT-DOM joue un rôle important en matière de communication, de représentation et de structuration de la filière. Il organise des campagnes de promotion sur les marchés nationaux et internationaux, agit comme intermédiaire auprès des pouvoirs publics pour défendre les intérêts de la filière, et encourage des démarches de qualité à travers l'obtention de certifications comme HVE, bio, IGP ou AOC. Le site rhum-outremer.com, qui lui est dédié, présente de manière pédagogique les distilleries membres, leurs savoir-faire, et le processus de fabrication du rhum, tout en mettant à disposition des chiffres clés et un agenda des événements liés à la filière.

En Guadeloupe, plusieurs figures majeures participent activement à cette interprofession, à l'image d'Hervé Damoiseau, membre du bureau du CIRT-DOM et ancien président. Toutefois, malgré cette présence, de nombreux producteurs interrogés déclarent ne pas se sentir pleinement représentés ou soutenus par la structure. Ce sentiment de déconnexion s'étend également aux institutions publiques locales, perçues comme peu investies dans la valorisation du rhum en tant que produit patrimonial. Comme l'exprime Hervé Damoiseau lors d'un entretien : "Les politiques publiques locales ne nous aident pas assez à promouvoir

le rhum comme un produit d'exception. Il y a beaucoup d'initiatives individuelles, mais peu de coordination ou de soutien réel de la part des collectivités.”¹⁶⁶

Ce manque de coordination nuit à la visibilité et à la compétitivité du rhum guadeloupéen. Si certains acteurs revendentiquent la richesse de leur autonomie artisanale, cela s'accompagne aussi d'un manque d'unité dans la communication. L'un des producteurs interrogés souligne ainsi : “Contrairement à la Martinique, où les grands groupes dominent, la Guadeloupe conserve une dimension artisanale et familiale qui nous distingue. Cela nous permet de rester proches de nos racines et d'offrir un produit authentique”¹⁶⁷

Mais cette force identitaire ne parvient pas à se structurer autour d'une vision commune, comme le regrette un autre acteur du secteur : “On voit bien que la Martinique a su fédérer autour de l'AOC, avec une image commune du rhum martiniquais. En Guadeloupe, c'est chacun pour soi, et c'est regrettable.”¹⁶⁸

La création d'un syndicat propre à la Guadeloupe, à l'image du CODERUM en Martinique, pourrait permettre de fédérer les producteurs autour d'une stratégie commune. Cependant, plusieurs obstacles rendent cette perspective difficile. Contrairement à la Martinique, où la majorité des distilleries appartiennent à quelques groupes puissants, les distilleries guadeloupéennes sont pour la plupart des structures familiales, souvent indépendantes, ce qui rend plus complexe l'adoption d'une orientation partagée.

Ainsi, si la Guadeloupe dispose d'un savoir-faire rhumier reconnu et d'une production d'excellence, son absence de structuration collective reste un frein à sa reconnaissance institutionnelle et à sa pleine valorisation sur la scène nationale et internationale.

c) La dimension sociale et économique de ces politiques

i) La protection des emplois agricoles et des petits producteurs

Le rôle de la filière rhumière dans l'emploi local

La production de rhum occupe une place centrale dans l'économie des départements d'outre-mer, en particulier en Guadeloupe et en Martinique. Il s'agit non seulement d'un

¹⁶⁶ Hervé Damoiseau, propriétaire de la distillerie Damoiseau. Entretien réalisé par l'auteur, 14 janvier 2025, Distillerie Damoiseau, Guadeloupe. Durée : 1h20.

¹⁶⁷ François Longueteau, propriétaire de la distillerie Longueteau, le 6 janvier 2025, Distillerie Longueteau, Guadeloupe. Durée : 1h10.

¹⁶⁸ Hervé Damoiseau, propriétaire de la distillerie Damoiseau. Entretien réalisé par l'auteur, 14 janvier 2025, Distillerie Damoiseau, Guadeloupe. Durée : 1h20.

produit agricole à haute valeur ajoutée, mais aussi d'un véritable bassin d'emploi structurant pour les territoires insulaires. Selon les données de la Direction de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt (DAAF), la filière canne-sucre-rhum représenterait près de 10 000 emplois directs et indirects en Guadeloupe et environ 8 000 en Martinique. Elle constitue, avec le tourisme et la production de bananes, l'un des trois piliers économiques majeurs de ces îles.

La spécificité de cette filière réside dans sa capacité à irriguer l'emploi rural. Elle mobilise une diversité de profils professionnels, de la culture de la canne à sucre à la transformation industrielle, en passant par la logistique, la maintenance, l'embouteillage ou encore le spiritourisme. Lors de nos entretiens, plusieurs travailleurs agricoles ont souligné que cette industrie emploie des personnes issues de tous horizons sociaux, contribuant ainsi à une forme de mixité sociale au sein du tissu économique local.

La filière apparaît également comme un acteur de régulation à l'échelle régionale, disposant d'une reconnaissance institutionnelle forte. Comme l'indique l'un des auteurs ayant travaillé sur le sujet : "La filière canne-sucre-rhum a su entretenir des ressources institutionnelles [...] et représente la totalité de la production martiniquaise. Elle constitue l'interlocuteur central des pouvoirs publics nationaux et européens dans la régulation agro-industrielle."¹⁶⁹

Ainsi, au-delà de sa fonction économique, le rhum joue un rôle d'intégration sociale et de stabilisation territoriale. Il permet de maintenir des activités dans des zones reculées, de transmettre des savoir-faire intergénérationnels, et de contribuer à l'aménagement équilibré du territoire. Dans un contexte où les enjeux de désenclavement rural, de précarité sociale et de reconversion agricole sont particulièrement sensibles, la filière rhumière s'affirme comme un levier de développement local durable.

Les revendications syndicales et les tensions sociales : le cas du LKP

Le LKP (*Lyannaj Kont Pwofitasyon*, littéralement "Collectif contre l'exploitation outrancière") constitue l'un des mouvements sociaux les plus marquants de l'histoire contemporaine de la Guadeloupe. Né à la fin de l'année 2008, en réaction à la hausse du prix des carburants, le collectif élargit rapidement ses revendications à des problématiques plus

¹⁶⁹ J.-F. Parrot (2024). *La filière canne-sucre-rhum en Martinique : une analyse socio-économique*. HAL Archives ouvertes.

profondes, touchant à la structure même du modèle économique et social guadeloupéen, perçu comme inégalitaire et hérité du passé colonial et esclavagiste.

Officiellement lancé le 20 janvier 2009, le mouvement aboutit à une grève générale qui paralysa l'île pendant 44 jours. La mobilisation fut massive, rassemblant jusqu'à 65 000 manifestants, soit près de 15 % de la population guadeloupéenne. Si la hausse du prix de l'essence en fut le déclencheur, les revendications s'étendirent très vite au coût de la vie, au chômage structurel, à la précarité croissante, aux inégalités sociales, et plus largement à la question de la justice économique. Le terme *pwofitasyon*, d'origine créole, désigne une forme d'exploitation abusive au profit d'une minorité dominante.

Le LKP se distingue par sa structuration inédite : il réunit plus de 49 organisations issues de milieux syndicaux (notamment l'UGTG), culturels, environnementaux et politiques. Cette forme de *lyannaj* (alliance) permet une mutualisation des ressources, des compétences et des moyens, donnant au mouvement une portée intersectorielle et une légitimité populaire importante. La plateforme revindicative présentée comportait 149 propositions, dont une mesure phare : l'augmentation de 200 euros pour les bas salaires.

La stratégie du LKP fut marquée par une grande maîtrise du calendrier et de la communication. Il imposa des négociations tripartites (État, patronat, collectivités locales), occupa l'espace médiatique local et national, et s'appuya sur une réinterprétation historique des luttes sociales antérieures, ancrant sa mobilisation dans la continuité des résistances à l'esclavage et aux formes contemporaines de domination.

Le 26 février 2009, un accord interprofessionnel, dit "accord Bino", fut signé sur les salaires, suivi d'un protocole d'accord le 5 mars. Toutefois, l'application de ces mesures se heurta à de nombreuses difficultés et à des retards. Une nouvelle mobilisation fut relancée en octobre 2010, témoignant de la persistance des tensions et du caractère inachevé des réformes engagées.

Les producteurs de rhum ont également été directement impactés par ce mouvement social. Lors de notre entretien, Hervé Damoiseau, figure emblématique de la filière, nous a livré son témoignage sur cette période de crise : "On ne pouvait plus rien faire, plus de matière première, plus de livraisons, tout était à l'arrêt."¹⁷⁰

¹⁷⁰ Hervé Damoiseau, propriétaire de la distillerie Damoiseau. Entretien réalisé par l'auteur, 14 janvier 2025, Distillerie Damoiseau, Guadeloupe. Durée : 1h20.

Cette grève générale n'a pas seulement provoqué une crise logistique, elle a aussi révélé des fractures profondes entre certains chefs d'entreprise et les revendications portées par le LKP. Dans une vidéo diffusée par le média local Piankhy, Hervé Damoiseau tient des propos particulièrement virulents à l'encontre du mouvement : "L'UGTG, si vous consultez leur site, prône ouvertement l'indépendance de la Guadeloupe, et semble vouloir instaurer le désordre dans l'île. Pourtant, ils ne proposent aucun projet économique concret. Dans leurs statuts, on retrouve même des termes comme "détruire", ce qui est significatif. Il est vrai qu'il existe un héritage colonial fort, nul ne le nie. Nous le connaissons, eux aussi. Toutefois, on oublie souvent de rappeler que cela arrange bien le LKP de ne pas évoquer certaines réalités historiques, comme le fait que les premiers vendeurs d'esclaves étaient, parfois, d'autres Africains. Si la situation en Guadeloupe est jugée si insupportable, certains affirment que de nombreux Guadeloupéens ont des origines sénégalaises : qu'est-ce qui les empêcherait alors d'aller visiter le Sénégal pour comparer les réalités et juger s'ils y trouveraient un cadre de vie plus favorable qu'en France ?"¹⁷¹

Ces déclarations ont profondément marqué les esprits et ont contribué à attiser les tensions sociales. Leur tonalité, perçue comme méprisante et réductrice, a été largement critiquée. Pourtant, dans un article paru dans *Le Monde*, Hervé Damoiseau semble adopter une position bien différente : "le LKP a raison. La vie est trop chère"¹⁷²

Ces propos contradictoires, selon les contextes de prise de parole, révèlent la complexité des rapports entre certains acteurs économiques et les mouvements sociaux guadeloupéens. Ils témoignent également des tensions identitaires et mémoriales toujours vives dans l'espace public. Si aucune retombée économique directe n'a pu être formellement identifiée pour l'entreprise Damoiseau à la suite de ces déclarations, cet épisode demeure révélateur de la difficulté à articuler discours économique, mémoire collective et aspirations sociales dans un contexte postcolonial.

ii) Subventions agricoles et incitations fiscales : un levier d'équilibre économique

Les aides européennes et nationales à la filière canne-rhum-sucre

¹⁷¹Damoiseau, H. (2009, 2 février). *Un Blanc-pays vante les bienfaits du Sénégal* source Piankhy.com

¹⁷²Gurrey, B. (2009, 28 février). *Les Damoiseau, une famille, un nom, un patrimoine*. Le Monde.

La filière canne-sucre-rhum bénéficie d'un soutien institutionnel important, à la fois au niveau européen et national. Parmi les instruments les plus mobilisés figure le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER), l'un des principaux outils de la politique de cohésion de l'Union européenne. Créé en 1975, ce fonds vise à réduire les disparités de développement entre les régions européennes en finançant des projets structurants favorisant la croissance économique, l'innovation, la création d'emplois et le développement durable.

Pour la période 2021-2027, le FEDER dispose d'une enveloppe de plus de 9,1 milliards d'euros pour la France. Les financements sont prioritairement orientés vers plusieurs domaines clés : la recherche et l'innovation, la compétitivité des PME, le développement des technologies de l'information et de la communication, la transition énergétique, la mobilité durable et la valorisation du patrimoine culturel et naturel. En complément, le FEDER intervient aussi dans le cadre de programmes de coopération territoriale (Interreg), soutenant des projets transfrontaliers, transnationaux et interrégionaux.

En France, la gestion de ces fonds est décentralisée : ce sont les conseils régionaux qui définissent et mettent en œuvre les programmes opérationnels selon les besoins de leur territoire. Cette approche permet d'adapter les financements aux spécificités locales, notamment dans les départements d'outre-mer comme la Guadeloupe et la Martinique. Pour la filière rhumière, ces aides sont cruciales, car elles permettent de financer aussi bien la modernisation des équipements de production que la valorisation touristique ou environnementale des distilleries.

Les effets ambigus de ces soutiens

Toutes les distilleries que nous avons visitées en Guadeloupe et en Martinique ont bénéficié, à un moment ou un autre, de subventions issues des fonds européens ou nationaux. L'exemple de la distillerie Bologne illustre bien cette dynamique : pour la rénovation de son espace d'accueil touristique, avec la construction d'une "cabane à rhum", un investissement de 338 000 euros a été réalisé. Sur cette somme, 165 000 euros ont été financés par le FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural). Ce soutien substantiel a permis d'améliorer l'image du site, tout en renforçant l'attractivité de la destination auprès des visiteurs.

Ce cas est loin d'être isolé : dans les neuf distilleries que nous avons rencontrées sur le terrain, toutes affichaient clairement, souvent dès l'entrée du site, qu'elles avaient reçu le

soutien de l'Union européenne. Ces aides, bien que très positives en matière de développement économique, posent toutefois certaines questions sur la durabilité du modèle économique qu'elles soutiennent. En effet, certaines distilleries restent partiellement dépendantes de ces subventions pour financer leurs projets, ce qui peut limiter leur autonomie financière à long terme. De plus, les critères d'éligibilité peuvent parfois favoriser les structures déjà bien organisées au détriment des plus petites.

En définitive, si les subventions européennes et nationales constituent un levier incontournable pour soutenir la filière canne-sucre-rhum, elles s'accompagnent de réalités contrastées, entre dynamisme économique, effets d'aubaine et nécessité de consolider les modèles économiques locaux.

Conclusion de la partie B – Des politiques départementales contrastées entre soutien, tourisme et développement économique

L'analyse comparée des politiques publiques menées en Martinique et en Guadeloupe autour de la filière canne-sucre-rhum révèle des approches profondément contrastées. Tandis que la Martinique s'illustre par une stratégie intégrée, articulant reconnaissance patrimoniale, structuration économique, promotion touristique et gouvernance partagée, la Guadeloupe peine à faire émerger une vision cohérente et collective. Si des initiatives fortes existent à l'image de la distillerie Bologne ou du rôle du CTIG elles apparaissent souvent isolées, et ne parviennent pas à fédérer l'ensemble des acteurs autour d'un récit commun.

Ces écarts s'expliquent en partie par des logiques d'organisation différentes : en Martinique, l'unification de la filière autour du CODERUM et de l'AOC a permis d'instaurer un cadre de travail stable et ambitieux, facilitant la coopération entre les producteurs, les institutions et les territoires. En Guadeloupe, en revanche, la fragmentation des initiatives, le poids de l'artisanat familial et l'absence d'un syndicat fédérateur spécifique limitent la capacité d'action collective et la lisibilité du positionnement rhumier sur la scène nationale et internationale.

Par ailleurs, les enjeux sociaux et économiques liés à la filière apparaissent comme des révélateurs des tensions postcoloniales et des inégalités persistantes. Le cas du LKP en Guadeloupe, ou encore la dépendance partielle à des aides publiques parfois inégalement

réparties, soulignent les fragilités du tissu économique local et la nécessité de mieux articuler politiques agricoles, stratégies de développement et exigences sociales.

En finalité, cette étude montre que le rhum dépasse largement le statut de simple produit agricole : il incarne un levier stratégique au service de la construction territoriale, de la diplomatie culturelle et du développement endogène. La Martinique l'a compris et est structurée en tant que telle ; la Guadeloupe, quant à elle, possède tous les atouts pour s'engager sur cette voie, à condition de surmonter ses divisions internes et de mieux coordonner ses efforts.

C) Les relations entre institutions et producteurs : vers une co-construction du patrimoine ?

Si les dispositifs administratifs et politiques jouent un rôle central dans la valorisation du rhum, leur efficacité dépend en grande partie des relations qu'ils entretiennent avec les acteurs de terrain. La patrimonialisation d'un produit agricole ne peut reposer uniquement sur une reconnaissance juridique ou un label technique ; elle suppose une gouvernance partagée, une vision collective, et surtout une coopération durable entre institutions publiques, collectivités locales et producteurs.

Or, en comparant la Martinique et la Guadeloupe, on observe des différences marquées dans la manière dont les producteurs et les structures administratives collaborent. En Martinique, une gouvernance ancienne et bien structurée a permis d'instaurer des outils collectifs puissants, tels que le CODERUM, et de faire de l'AOC un projet commun à la filière. À l'inverse, la Guadeloupe souffre encore d'un manque de coordination interprofessionnelle, limitant les démarches communes et freinant l'émergence d'un discours patrimonial unifié autour du rhum.

Dans cette partie, il s'agira donc d'examiner comment les relations entre producteurs et institutions contribuent – ou non – à la construction patrimoniale du rhum. Nous analyserons d'abord la gouvernance structurée mise en place en Martinique, puis les tensions et faiblesses de la structuration guadeloupéenne. Enfin, nous reviendrons sur le rôle des collectivités territoriales, souvent en première ligne dans les initiatives de mise en valeur, pour mieux comprendre les dynamiques de co-construction à l'œuvre dans les deux îles.

a) La cogestion État-profession en Martinique : un modèle de gouvernance structuré

Des structures interprofessionnelles historiques et performantes

Le CODERUM joue un rôle central dans la structuration et la défense collective de la filière du rhum martiniquais. Organisation professionnelle née d'un besoin de régulation et de représentation, il agit comme interface entre les producteurs, les institutions locales (comme la CTM) et les autorités nationales. Depuis les années 1990, et particulièrement après l'obtention de l'AOC en 1996, le CODERUM s'est affirmé comme un acteur-clé de la gouvernance territoriale du rhum, en coordonnant les démarches de promotion, de communication, et de défense des intérêts économiques des producteurs.

Son action dépasse la simple représentation syndicale : il contribue à l'élaboration de stratégies agricoles, à la valorisation du rhum sur les marchés internationaux, et à la cohérence des actions entre tourisme, agriculture et culture. Dans ce sens, il participe activement à la patrimonialisation du rhum martiniquais, en veillant à ce que les savoir-faire locaux soient à la fois protégés, valorisés et intégrés dans les dynamiques de développement territorial.

Mais le Coderum n'est pas le seul à instaurer des relations stables entre les producteurs et les pouvoirs publics. Le Conseil Interprofessionnel du Rhum Traditionnel des DOM (CIRT-DOM) est également un acteur structurant, évoqué notamment dans les travaux du CRIT-DOM, qui se penchent entre autres sur le cas de la Guadeloupe. Bien qu'il ne soit pas spécifique à cette île, le CIRT-DOM joue un rôle transversal sur l'ensemble des territoires ultramarins producteurs de rhum. Sa mission est de créer un lien entre les différentes îles, en fédérant les dynamiques professionnelles.

Le CIRT-DOM, présenté sur le site rhum-outremer.com, est une organisation interprofessionnelle réunissant les acteurs de la filière canne-sucre-rhum des départements d'outre-mer (Guadeloupe, Guyane, Martinique, Réunion). Crée en 1995, il est reconnu par les pouvoirs publics et constitue un relais administratif essentiel pour la filière. Il est structuré en quatre collèges départementaux, représentant respectivement les producteurs de canne à sucre, les producteurs de mélasse, les distillateurs et les négociants. Ses missions sont multiples : défendre les intérêts des professionnels auprès des instances françaises et

europeennes, promouvoir les signes de qualité (tels que l'AOC ou l'IGP), et organiser le marché du rhum traditionnel des DOM.

Par délégation de la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects (DGDDI), le CIRT-DOM est également chargé de la délivrance des titres de mouvement (Documents Administratifs Électroniques, Certificats de Qualité et d'Origine) ainsi que du suivi des exportations de rhums traditionnels. Il joue, à ce titre, un rôle central dans la régulation administrative et la valorisation de la filière rhumière ultramarine.

Comme le souligne pertinemment l'étude de M. Parrot : “En Martinique, le CIRT-DOM joue un rôle de coordination entre les professionnels du rhum agricole, les chambres d’agriculture, les services déconcentrés de l’État et les élus locaux”¹⁷³. Cette citation illustre parfaitement le rôle pivot du CIRT-DOM dans l’animation des relations entre les différents acteurs du monde du rhum.

Les travaux de Parrot & Joltreau mettent en lumière la solidité des relations entre les acteurs de la filière rhumière martiniquaise. Une forte cohésion semble exister entre les différents intervenants du secteur, facilitée par un fonctionnement en coalition. Comme ils le soulignent: “ Le fonctionnement en coalition permet d’assurer une défense cohérente de la filière rhum au niveau local comme européen, en s’appuyant sur des relais institutionnels à chaque échelle”¹⁷⁴

Cependant, il convient de nuancer cette apparente unité. Cette cohésion est en grande partie favorisée par la structure économique du secteur, dominé par de grands groupes industriels. En Martinique, la majorité des distilleries appartiennent à des multinationales, dont le puissant Groupe Bernard Hayot (GBH), qui contrôle à lui seul deux des plus grandes distilleries de l’île (Clément et J.M) et dirige au total douze distilleries dans l’ensemble des Outre-mer. Dans un tel contexte, il est plus aisé d’entretenir des relations bien établies avec les institutions locales, régionales ou européennes, notamment lorsque ces mêmes groupes ont une influence considérable sur l’économie martiniquaise dans son ensemble.

GBH n'est toutefois pas le seul acteur majeur. Le groupe La Martiniquaise-Bardinet détient également quatre distilleries en Martinique. Ainsi, sur les sept distilleries principales de l’île,

¹⁷³ Parrot, J.-F. (2024). *La filière canne-sucre-rhum en Martinique : une analyse socio-économique*. HAL Archives ouvertes.

¹⁷⁴ Parrot, J.-F. (2024). *La filière canne-sucre-rhum en Martinique : une analyse socio-économique*. HAL Archives ouvertes.

six sont contrôlées par des groupes industriels d'envergure. La seule exception demeure La Favorite, une distillerie restée familiale et indépendante, propriété de la famille Dormoy.

Dans les parties précédentes, cette distinction n'avait pas été mise en avant, car elle n'était pas directement liée aux dynamiques de patrimonialisation. En revanche, lorsqu'il est question de relations institutionnelles, cette domination joue un rôle déterminant. Parrot et Joltreau le rappellent avec justesse : "Quand les élus comprennent le potentiel du rhum, ils s'impliquent."¹⁷⁵

Ce potentiel est intimement lié aux enjeux économiques, à la structure des acteurs en place et à l'influence des dirigeants des grandes distilleries, qui agissent comme des interlocuteurs privilégiés pour les pouvoirs publics.

Une gouvernance collaborative et une voix unifiée pour la filière

Au regard des éléments précédemment exposés, il est difficile de nier que la filière rhumière martiniquaise se distingue par une qualité remarquable de ses relations institutionnelles et professionnelles. Si la structuration autour de grands groupes facilite indéniablement la stabilité des échanges, c'est avant tout la capacité des acteurs à parler d'une seule voix qui fait figure d'exemple dans le paysage ultramarin.

Cette dynamique collaborative trouve en partie ses origines dans la mise en place de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) pour le rhum de Martinique, qui a constitué un véritable tournant structurant pour l'ensemble de la filière. Comme le souligne M. Froget :

"Le dialogue entre distillateurs, collectivités territoriales et services de l'État s'est progressivement institutionnalisé, notamment autour de la gestion de l'AOC."¹⁷⁶

L'AOC impose une forme de gouvernance partagée, où producteurs, institutions publiques et syndicats doivent coopérer de manière régulière. Ce cadre réglementaire oblige à maintenir des relations solides et à rechercher des consensus, contribuant ainsi à la stabilité des rapports professionnels. Toujours selon M. Froget : "L'AOC oblige à travailler en commun avec des institutions"¹⁷⁷

¹⁷⁵ Entretien avec Jérôme Froget, président de CODERUM Martinique et du Groupe BBS (Campari Groupe), réalisé le 26 février 2025 au Salon de l'Agriculture, grâce à une mise en relation par Moana Dogué. Durée : 1h10.

¹⁷⁶ *Guadeloupe, Martinique, LKP, crise de 2009, crise économique, déclin économique. Études caribéennes*, No.17 écrit en 2010

¹⁷⁷ Entretien avec Jérôme Froget, réalisé le 26 février 2025 au Salon de l'Agriculture. Durée : 1h10.

Ce mode de fonctionnement favorise la transmission du savoir-faire, la cohérence du discours territorial, et renforce la visibilité de la filière au niveau national et européen. Il crée les conditions nécessaires à une valorisation collective, là où d'autres territoires peinent encore à fédérer leurs forces.

Ainsi, contrairement à la Guadeloupe, où les distilleries sont plus indépendantes et dispersées, la Martinique bénéficie d'une organisation plus centralisée et d'une stratégie commune. Cela facilite la mobilisation autour de projets collectifs. À ce sujet, un témoignage rapporté par Forgeur illustre bien cette dynamique : "Le fait qu'on ait eu le soutien du département pour présenter notre savoir-faire au salon de l'agriculture, ça change tout. On ne parle pas à titre individuel, mais au nom d'un territoire."¹⁷⁸

Cette parole unifiée constitue un véritable levier de reconnaissance et de rayonnement pour le rhum martiniquais, tant sur le plan patrimonial qu'économique.

Conclusion de la partie a :

À la lumière de ces éléments, il apparaît que la filière rhumière martiniquaise est traversée par une double dynamique : d'un côté, une structuration économique fortement dominée par de puissants groupes industriels, tels que le Groupe Bernard Hayot ou La Martiniquaise-Bardinet, et de l'autre, une capacité remarquable à entretenir un dialogue constant et organisé entre producteurs, syndicats et institutions. Cette configuration particulière confère à la Martinique une voix unifiée et puissante, aussi bien sur le plan local qu'auprès des instances nationales et européennes.

Il ne faut toutefois pas sous-estimer le rôle de cette structuration capitalistique dans la qualité des relations institutionnelles observées. Lorsqu'un petit nombre d'acteurs concentre l'essentiel des moyens de production, des leviers politiques et des outils de communication, la capacité à mobiliser et à créer des alliances solides est mécaniquement renforcée. C'est là une réalité qu'il convient de regarder avec lucidité, sans pour autant nier les avancées collectives qui en découlent.

Dans ce contexte, l'AOC a joué un rôle déterminant en posant les bases d'une gouvernance collaborative. Elle a permis d'institutionnaliser le dialogue, de faire émerger une culture du travail commun et d'incarner le rhum martiniquais comme produit du territoire, au-delà des

¹⁷⁸ Entretien avec Jérôme Froget, réalisé le 26 février 2025 au Salon de l'Agriculture. Durée : 1h10.

marques individuelles. Cette dynamique de coopération, en partie absente en Guadeloupe, renforce la capacité du rhum martiniquais à se construire comme un 9 partagé, reconnu et transmis.

Ainsi, si l'unité de la Martinique dans la filière rhum peut parfois sembler artificiellement soutenue par des logiques économiques puissantes, elle s'est néanmoins concrétisée autour de projets collectifs structurants. Cette alliance entre capital, tradition et territoire illustre à quel point la valorisation patrimoniale du rhum ne peut se penser sans prendre en compte les équilibres, parfois fragiles, entre indépendance, coopération et influence.

b) Les tensions et manques de coordination en Guadeloupe : un frein à la patrimonialisation collective

Si la Martinique parvient à faire entendre une voix unifiée dans la promotion et la défense de sa filière rhumière, la Guadeloupe, quant à elle, se distingue par une situation plus fragmentée. Malgré l'existence de distilleries dynamiques, portées par des producteurs passionnés et engagés dans la valorisation de leurs savoir-faire, les initiatives demeurent majoritairement individuelles. Cette absence de coordination globale empêche l'émergence d'une stratégie collective de patrimonialisation, capable de fédérer les forces vives du territoire.

Les entretiens menés avec plusieurs distillateurs guadeloupéens – tels que Longuetateau, Montebello ou encore Bologne – témoignent de démarches sincères, ancrées dans la tradition, mais développées selon des logiques propres à chaque maison. Le manque d'un syndicat stable, ou d'un organe interprofessionnel structuré, rend difficile la construction d'un récit patrimonial commun, à l'image de celui que l'AOC a permis de structurer en Martinique.

Cette situation s'explique en partie par des tensions historiques, des concurrences locales et une culture entrepreneuriale davantage orientée vers l'indépendance. Elle constitue aujourd'hui un frein réel à la reconnaissance et à la transmission d'un patrimoine rhumier guadeloupéen cohérent, porté par un récit unifié. Dans cette partie, nous analyserons les effets de cette désunion, à la fois sur le plan professionnel et institutionnel, et ses conséquences sur les tentatives de valorisation collective, qu'il s'agisse de projets de labellisation, de routes du rhum, ou d'ambitions de reconnaissance à l'échelle internationale.

Des initiatives individuelles de qualité, mais isolées:

Les entretiens menés auprès de plusieurs distilleries guadeloupéennes, telles que Longuetateau, Montebello et Bologne, mettent en lumière des initiatives individuelles marquées par la qualité et l'engagement. Chaque producteur semble développer sa propre stratégie de valorisation et de communication, souvent en lien avec l'histoire familiale, la qualité artisanale ou des choix commerciaux spécifiques. Toutefois, ces actions restent majoritairement isolées, sans coordination ni dynamique collective structurée.

Si les relations entre les producteurs de rhum et les pouvoirs publics en Guadeloupe sont globalement stables, et même cordiales selon certains témoignages, on observe un manque flagrant de travail commun et de synergie entre les distilleries elles-mêmes. Le contexte concurrentiel, renforcé par l'indépendance juridique et économique des distilleries, rend difficile la mise en place de projets collectifs pérennes. Par ailleurs, des tensions ou des désaccords ponctuels viennent freiner toute tentative de concertation approfondie.

Des initiatives remarquables voient pourtant le jour. C'est le cas du Mondial du Rhum, organisé par la distillerie Montebello, qui a connu un succès notable tant auprès du public que des professionnels. Toutefois, cet événement n'a pas bénéficié du soutien espéré de la part des autres producteurs guadeloupéens, comme l'explique M. Lange : "Le directeur de Montebello a eu l'idée de créer un Mondial du Rhum, une initiative qui aurait pu vraiment mettre en avant la diversité du rhum guadeloupéen. Mais il n'a eu que peu de soutien de la part des autres distilleries, ce qui a montré un manque de coopération."¹⁷⁹

Ce déficit de collaboration entre producteurs constitue un frein à la structuration d'un discours commun auprès des pouvoirs publics. Une stratégie partagée permettrait pourtant une prise de parole plus forte, plus lisible et sans doute plus influente auprès des instances administratives et territoriales. Une telle union pourrait ouvrir la voie à des reconnaissances patrimoniales, des subventions partagées ou des actions culturelles collectives.

Le Syndicat des Rhumiers Indépendants de la Guadeloupe (SRIG) constitue bien un point d'ancrage potentiel pour ce travail collectif. Toutefois, sa portée reste limitée comparée au CODERUM martiniquais, bien plus structuré et influent. Le SRIG permet aux distilleries membres de participer à des salons ou à des événements ponctuels, mais il ne semble pas impulser, à ce jour, de véritable dynamique à long terme. Comme l'a souligné Hervé

¹⁷⁹ Lange Mathieu. Entretien réalisé avec l'auteur le 2 février 2025. Caviste chez Excellence Rhum et journaliste pour le magazine Rumperter. Entretien d'une durée d'environ 1h15.

Damoiseau, ancien directeur de la distillerie Damoiseau : “Les collectivités viennent nous voir quand il s’agit de faire des vitrines lors d’événements ou de salons, mais sur le fond, il n’y a pas de vraie concertation. On ne construit pas ensemble une vision à long terme”¹⁸⁰

Ainsi, malgré une base associative existante, le manque de coordination stratégique demeure un enjeu majeur pour la reconnaissance patrimoniale du rhum guadeloupéen.

Des freins structurels à la mise en récit patrimoniale partagée

Les obstacles à une patrimonialisation collective du rhum en Guadeloupe s’expliquent en grande partie par un manque de cohésion entre les acteurs de la filière. Si les noms des distilleries en conflit n’ont pas été mentionnés durant les entretiens – par souci de confidentialité et d’objectivité – la plupart des producteurs interrogés ont reconnu l’existence de rivalités, voire de tensions parfois marquées au sein de la profession.

Ces divisions, bien que compréhensibles dans un contexte économique concurrentiel, freinent fortement la construction d’un discours patrimonial commun et affaiblissent leur capacité à dialoguer d’une seule voix avec les pouvoirs publics. Les plus petites structures, telles que certaines rhumeries ou distilleries artisanales, ressentent d’autant plus ce manque de lien. C’est notamment ce qu’a exprimé un représentant de la rhumerie Karukera : “On n’a pas de vrai soutien institutionnel au quotidien. Il y a des aides ponctuelles, des financements pour des projets précis, mais on ne sent pas une vision partagée entre les producteurs et les collectivités.”¹⁸¹

Bien que des dispositifs d’aide existent, tant au niveau local qu’à l’échelle nationale ou internationale, leur portée semble moins structurée qu’en Martinique. Là-bas, les efforts sont davantage coordonnés par des instances telles que le CODERUM, permettant de défendre une vision plus collective du patrimoine rhumier.

Cette désunion rend particulièrement difficile la mise en place de projets d’envergure collective, comme l’inscription des savoir-faire liés au rhum au patrimoine culturel immatériel de l’UNESCO, ou encore la création d’itinéraires touristiques cohérents, tels que des Routes du Rhum unifiées.

¹⁸⁰ Hervé Damoiseau, entretien avec l'auteur, 14 janvier 2025, distillerie Damoiseau, Guadeloupe. Durée : 1h20.

¹⁸¹ Hayot, G. (2025, 24 janvier). Entretien lors d'une visite à la rhumerie Karukera. Visite dirigée à la rhumerie Karukera, Sainte-Marie, Guadeloupe.

Les démarches pour porter un dossier UNESCO sont longues, exigeantes, et nécessitent une mobilisation collective autour d'un objectif partagé, ce qui semble aujourd'hui hors de portée si l'ensemble des producteurs guadeloupéens ne parvient pas à dépasser leurs différends. Pire encore, certains estiment que sans collaboration étroite entre la Guadeloupe et la Martinique, ce projet resterait illusoire. Si les deux îles présentent des spécificités en matière de canne, de terroirs ou de procédés, elles partagent néanmoins une histoire, une culture et un savoir-faire profondément ancrés dans leur quotidien. Une reconnaissance commune pourrait alors renforcer leur visibilité internationale.

Cette situation est bien résumée par un autre témoignage recueilli sur le terrain : “Il y a des moments où on sent que les institutions veulent nous aider, mais il y a aussi beaucoup de lourdeurs administratives, et parfois un manque d'écoute de nos réalités.”¹⁸²

En l'état actuel, les actions de valorisation patrimoniale restent éparques, individuelles, et souvent limitées à une logique d'exploitation propre à chaque producteur. Cette patrimonialisation morcelée reflète directement l'absence de dynamique interprofessionnelle structurée, et nuit à la lisibilité d'une identité rhumière guadeloupéenne forte, tant auprès des institutions que du grand public.

Conclusion de la partie b:

Les entretiens menés avec les différents acteurs du rhum en Guadeloupe révèlent une filière riche de talents, d'histoires et d'initiatives individuelles fortes. Des distilleries engagées dans des projets innovants ou patrimoniaux, comme Montebello avec le Mondial du Rhum, ou encore Karukera dans sa volonté de valoriser les étapes d'assemblage, témoignent d'un attachement profond à la qualité, à l'identité locale et à la transmission des savoir-faire.

Cependant, ces actions demeurent trop souvent isolées, freinées par des rivalités anciennes, un manque de coordination interprofessionnelle et une concertation encore limitée avec les pouvoirs publics. Les tensions internes et l'absence de vision partagée empêchent aujourd'hui l'émergence d'une narration patrimoniale commune, indispensable pour porter des projets ambitieux tels qu'une inscription à l'UNESCO ou la mise en place de Routes du Rhum guadeloupéennes structurées.

¹⁸² Delphine Termosiris, responsable marketing de la distillerie Reimonenq, entretien avec l'auteur, 17 janvier 2025, 14h45, distillerie Reimonenq, Sainte-Rose, Guadeloupe. Durée : 43 minutes.

Pourtant, le potentiel est bel et bien là. Si les distilleries parviennent à dépasser leurs différends et à s'unir autour d'un objectif collectif, la Guadeloupe pourrait faire valoir, à l'instar de la Martinique, une identité rhumière forte, cohérente et reconnue internationalement. La création de passerelles entre producteurs, le renforcement du rôle du SRIG, et une meilleure collaboration avec les collectivités territoriales pourraient poser les fondations d'une valorisation patrimoniale durable et ambitieuse.

Ainsi, la Guadeloupe n'est pas en retard : elle est à un tournant. À condition de bâtir des ponts plutôt que de creuser des distances, la filière rhumière guadeloupéenne pourrait non seulement affirmer son originalité, mais aussi se hisser au même niveau de reconnaissance que sa voisine martiniquaise, en devenant à son tour un véritable emblème culturel, historique et identitaire.

c) Le rôle des collectivités locales dans la construction patrimoniale du rhum

Alors que les distilleries guadeloupéennes peinent encore à construire une dynamique collective forte, les collectivités territoriales jouent un rôle de plus en plus visible dans la reconnaissance culturelle et patrimoniale du rhum. À travers des actions variées – soutien aux musées, accompagnement d'événements comme le *Ti Punch Day*, participation à des salons internationaux ou encore appui à la transformation des distilleries en lieux de mémoire – les communes, les collectivités départementales et régionales s'inscrivent progressivement dans une logique de valorisation du rhum en tant qu'élément identitaire du territoire.

Cependant, si l'engagement des collectivités témoigne d'un intérêt croissant pour cette filière, la coordination entre les différents niveaux d'intervention reste perfectible. Les entretiens menés, notamment avec Moana Dogué (CTIG) et Malcolm Martinon, soulignent des discontinuités structurelles entre les échelles communale, départementale et nationale, qui limitent la portée des initiatives. La fragmentation des compétences et l'absence de stratégie intersectorielle nuisent à l'efficacité des projets patrimoniaux, en particulier lorsqu'il s'agit d'articuler culture, tourisme et agriculture.

Dans cette partie, il s'agira donc d'analyser comment les collectivités locales s'emparent progressivement de la valorisation du rhum, tout en identifiant les défis de gouvernance territoriale auxquels elles sont confrontées. Ce questionnement permettra de mieux cerner les

leviers disponibles pour faire du rhum un objet patrimonial cohérent, partagé, et durablement inscrit dans le paysage culturel guadeloupéen.

i) Un appui touristique, culturel et événementiel croissant

Dans les deux îles, Martinique et Guadeloupe, de nombreuses actions ont été mises en place par les collectivités locales pour soutenir la valorisation du patrimoine rhumier. La Collectivité Territoriale de Martinique (CTM) et la Collectivité Territoriale de Guadeloupe (CTG) jouent un rôle essentiel en accompagnant les producteurs dans la mise en valeur de leur savoir-faire, de leur histoire, et de leur ancrage territorial. Leur engagement permet de faire du rhum un véritable levier de développement touristique et culturel.

Parmi les initiatives notables en Martinique, deux exemples illustrent cette dynamique :

1. Soutien au développement du spiritourisme à la distillerie Saint James

La CTM, en partenariat avec des fonds européens, a soutenu la distillerie Saint James dans la valorisation de son patrimoine industriel et culturel. Ce projet a permis la mise en place d'un parcours touristique complet : visite de la distillerie en activité, musée du rhum, balade en train à travers les plantations, et restauration de l'habitation Lassalle. Une application mobile a également été développée pour enrichir l'expérience du visiteur. Cette initiative s'inscrit dans une stratégie globale visant à promouvoir la Martinique comme destination touristique valorisant son terroir et ses productions locales.

2. Appui à la valorisation patrimoniale de l'Habitation Clément

L'Habitation Clément, ancienne distillerie transformée en centre culturel, a également bénéficié du soutien de la CTM pour sa restauration et sa reconversion en site patrimonial majeur. Le lieu abrite désormais un centre d'interprétation du rhum, des expositions d'art contemporain, et une bibliothèque dédiée à la culture caribéenne. En 2011, la maison de maître a reçu le label "Maison des Illustres", soulignant son importance historique et culturelle.

Ces deux exemples illustrent clairement l'attention portée par la CTM à la patrimonialisation du rhum et à son intégration dans une politique culturelle ambitieuse.

En Guadeloupe, la Collectivité Territoriale de Guadeloupe (CTG) s'inscrit dans une démarche similaire. Elle soutient activement des initiatives culturelles et touristiques mettant

en lumière les savoir-faire locaux liés au rhum. Le programme "*Arts & Rhum*", porté par le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe (CTIG), illustre cette volonté. Ce programme associe des événements artistiques à des dégustations au sein de plusieurs distilleries de l'île (Montebello, Bologne, Reimonenq, Longueteau), offrant une expérience sensorielle et culturelle immersive.

La CTG appuie également la participation des producteurs à des événements internationaux, tels que le Mondial du Rhum, en soutenant leur visibilité et en promouvant la diversité des rhums guadeloupéens à l'échelle mondiale. Ces actions témoignent de l'engagement de la collectivité à faire du rhum un vecteur de développement culturel et économique, en renforçant son ancrage patrimonial et en favorisant sa reconnaissance au-delà des frontières locales.

Dans cette dynamique de valorisation, l'événement du Ti Punch Day, célébré chaque 16 mars, joue un rôle symbolique fort. Dédiée au célèbre cocktail antillais – mélange de rhum agricole, de citron vert et de sucre de canne – cette journée met en valeur un art de vivre traditionnel profondément ancré dans les pratiques sociales locales. Certaines distilleries, comme Longueteau, s'en emparent pour proposer des visites, des dégustations et des animations culturelles, créant un pont entre production et patrimoine.

Bien que cette journée ne soit pas encore directement portée par la CTG, elle bénéficie du soutien de plusieurs acteurs locaux et de passionnés qui œuvrent à sa reconnaissance et à sa pérennisation. Le Ti Punch Day contribue ainsi à la valorisation du rhum en tant que patrimoine culturel vivant, en favorisant la transmission des savoir-faire et en stimulant l'intérêt touristique. Il s'inscrit dans une dynamique plus large de patrimonialisation portée par le territoire, et illustre combien les initiatives locales peuvent jouer un rôle essentiel dans la construction d'une identité culturelle partagée et dans la promotion du rhum guadeloupéen à l'échelle nationale et internationale.

ii) Les défis de la coordination territoriale

Malgré l'engagement croissant des collectivités territoriales dans la valorisation patrimoniale du rhum, la mise en œuvre d'une coordination interrégionale entre la Guadeloupe et la Martinique demeure un défi majeur. Si ces deux territoires partagent une histoire coloniale commune, des pratiques agricoles similaires et une identité insulaire façonnée autour de la canne à sucre, leurs visions de la patrimonialisation du rhum divergent profondément. En

Martinique, la présence d'un organisme interprofessionnel fort tel que le CODERUM, et la reconnaissance de l'AOC depuis 1996, ont permis de construire un discours patrimonial unifié et structuré. À l'inverse, en Guadeloupe, la diversité des modèles économiques, le morcellement des initiatives et les rivalités entre producteurs rendent toute tentative de gouvernance collective plus complexe.

Les entretiens réalisés ont également mis en évidence l'existence de tensions historiques, voire de méfiances entre acteurs des deux îles, alimentées par des approches différentes de la valorisation culturelle. Certains producteurs martiniquais défendent une patrimonialisation institutionnelle et réglementée, là où des producteurs guadeloupéens privilégient des démarches plus indépendantes et ancrées dans des logiques artisanales. Cette absence de vision partagée rend difficile toute collaboration ambitieuse, notamment pour des projets à portée symbolique forte comme une éventuelle inscription conjointe des savoir-faire rhumiers au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO.

Sans un travail de médiation entre les deux territoires et une meilleure articulation entre les échelles communales, régionales et nationales, la construction d'un récit patrimonial commun reste incertaine. Pourtant, si ces divergences venaient à être dépassées, l'union des deux îles autour d'un projet structurant permettrait de renforcer considérablement la reconnaissance internationale du rhum antillais.

Conclusion de partie c :

L'analyse des initiatives portées par les collectivités territoriales en Guadeloupe et en Martinique révèle un engagement croissant en faveur de la valorisation patrimoniale du rhum. Par leurs actions culturelles, touristiques et événementielles, les collectivités contribuent à inscrire le rhum au cœur des dynamiques territoriales. Qu'il s'agisse de la CTM en Martinique, avec son soutien au développement du spiritourisme et à la reconnaissance de sites comme l'Habitation Clément, ou de la CTG en Guadeloupe, impliquée dans des projets comme *Arts & Rhum* ou le soutien aux distilleries locales lors d'événements internationaux, ces institutions jouent un rôle de catalyseur dans la construction d'un récit patrimonial cohérent.

Toutefois, cette mobilisation institutionnelle se heurte encore à des limites structurelles. Les discontinuités entre les échelles communales, départementales et nationales, relevées notamment lors des entretiens avec Moana Dogué ou Malcolm Martinon, nuisent à la

cohérence des projets à long terme. Plus encore, les différences de vision entre la Guadeloupe et la Martinique, liées à des cultures professionnelles distinctes et à des logiques parfois concurrentes, freinent la possibilité de construire un récit commun, nécessaire à des démarches ambitieuses telles que l'inscription du rhum au patrimoine immatériel de l'UNESCO.

La Martinique bénéficie d'une gouvernance interprofessionnelle solide, incarnée par le CODERUM et soutenue par une structuration économique concentrée. Elle a su instaurer une dynamique collective autour de la valorisation du rhum, qui repose à la fois sur la reconnaissance d'une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) et sur des partenariats durables avec les collectivités territoriales. En Guadeloupe, à l'inverse, la dispersion des initiatives, l'indépendance des distilleries et l'absence d'une voix unifiée affaiblissent la portée des actions engagées, malgré un réel dynamisme individuel.

Et pourtant, le potentiel est là. L'existence d'un syndicat comme le SRIG, les actions exemplaires menées par certaines distilleries (Montebello, Longueteau, Karukera), et l'investissement croissant des collectivités locales démontrent qu'une trajectoire commune est possible. Si les clivages historiques et les divergences stratégiques venaient à être dépassés, une collaboration étroite entre producteurs et institutions — mais aussi entre les deux îles — pourrait faire émerger un récit patrimonial unifié, aussi puissant que celui de la Martinique.

Plus qu'un frein, cette fragmentation actuelle doit être vue comme un défi à relever. Car au-delà des différences, la Guadeloupe et la Martinique partagent un héritage commun, une mémoire de la canne, et un savoir-faire ancestral profondément ancré dans les sociétés locales. En bâtissant des passerelles entre territoires, et en articulant culture, tourisme et agriculture, les collectivités pourraient jouer un rôle déterminant dans l'édition d'un patrimoine du rhum vivant, reconnu et transmissible. À ce prix, le rhum des Antilles françaises pourrait devenir un emblème partagé, à la fois local et universel.

D) Patrimoine vivant : initiatives concrètes de valorisation autour du rhum

Si le rhum est aujourd'hui reconnu comme un produit agricole et économique majeur des Antilles françaises, il est aussi et peut-être surtout un élément vivant du patrimoine culturel

local. Enraciné dans l'histoire de la canne à sucre, dans les gestes des distillateurs, dans les mémoires orales et les paysages agricoles, le rhum est porteur d'identité, de transmission et de mémoire. À travers les siècles, il est devenu un symbole du lien entre les savoir-faire anciens et les dynamiques contemporaines, entre l'histoire coloniale et la fierté créole.

Dans ce contexte, de nombreuses initiatives locales ont vu le jour pour faire du rhum un objet patrimonial vivant, transmis non pas seulement par les mots, mais par les lieux, les gestes, les récits et les expériences. Les distilleries se transforment en véritables lieux de mémoire, valorisant non seulement leur patrimoine matériel (machines, bâtiments, outils) mais aussi immatériel (savoir-faire, récits, lignées familiales).

Par ailleurs, le tourisme culturel joue un rôle grandissant dans cette valorisation. Ateliers, parcours pédagogiques, expositions, circuits patrimoniaux : le rhum devient un support pour raconter l'histoire des hommes, des terroirs et des traditions. Ces efforts ne sont pas anecdotiques. Ils participent à inscrire le rhum dans une nouvelle forme de reconnaissance publique, à la croisée du tourisme, de l'éducation, de l'économie locale et du patrimoine.

Cette partie s'attachera donc à montrer comment les distilleries deviennent des lieux vivants de transmission, avant d'analyser les formes muséales et touristiques prises par la mise en valeur du rhum comme produit culturel à part entière.

a) Les distilleries comme lieux de mémoire

i) La visite guidée comme récit vivant du passé

Toutes les distilleries en Guadeloupe et en Martinique proposent aujourd'hui des visites, conscientes de l'importance de l'œnotourisme dans le développement culturel et économique des territoires. Comme évoqué dans la partie 4.2, ces visites constituent un outil fondamental pour faire vivre le patrimoine local. Chaque distillerie adopte sa propre approche : certaines misent sur des visites libres enrichies de panneaux pédagogiques, d'autres sur des visites guidées avec un discours plus scénarisé. La mise en scène du passé, la transmission des savoir-faire, et le rôle de la mémoire familiale varient selon les lieux. Pour illustrer cette diversité, nous prendrons deux exemples emblématiques :

1. la distillerie La Favorite en Martinique
2. la distillerie Bologne en Guadeloupe.

Si nous n'avons pas pu visiter la distillerie La Favorite, Emmanuelle Parent, responsable communication, nous a expliqué son fonctionnement lors d'un entretien. Située au Lamentin, au cœur de la Martinique, La Favorite est l'une des dernières distilleries familiales et indépendantes de l'île. Fondée en 1842 et reprise en 1905 par Henri Dormoy après l'éruption de la Montagne Pelée, elle perpétue depuis quatre générations un savoir-faire artisanal : de la coupe manuelle de la canne jusqu'à la mise en bouteille. Les visiteurs peuvent y admirer une authentique machine à vapeur datant de 1906, toujours en fonctionnement. La visite libre, gratuite, est complétée par des panneaux explicatifs, tandis que des visites guidées sont proposées sur rendez-vous. L'expérience se clôt par une dégustation mettant en valeur la richesse des cuvées La Favorite. Ici, l'histoire de la distillerie est au cœur du parcours : l'ancrage familial, les outils anciens, les gestes perpétués racontent un rhum profondément enraciné dans le territoire.

À la distillerie Bologne, en Guadeloupe, que nous avons eu le privilège de visiter, la transmission prend une autre forme, tout aussi vivante. Nous avons réalisé une visite privée avec Élodie Jean Louis, responsable des relations publiques, qui nous a raconté avec passion l'histoire de la maison et de ses équipes. Ce qui frappe ici, c'est l'importance accordée aux liens humains. Élodie a insisté sur le rôle essentiel des familles de distillateurs, dont les savoir-faire se transmettent de génération en génération. Un moment particulièrement marquant fut notre échange avec le responsable de la colonne de distillation, qui nous a confié que son père occupait ce même poste avant lui. Ce témoignage illustre parfaitement la continuité intergénérationnelle, et montre combien la distillerie Bologne fait de cette mémoire vivante un pilier de son identité patrimoniale.

Ces deux exemples ne sont pas isolés. Lors de nos différents entretiens, de nombreux producteurs ont exprimé leur volonté de mettre en valeur leur patrimoine : "Ce qu'on voulait, c'était de faire comprendre que derrière chaque bouteille, il y a une histoire, un territoire, une famille, une méthode."¹⁸³

Cette citation résume à elle seule la portée patrimoniale de ces visites, qui dépassent la simple présentation technique pour offrir un récit incarné et sensible. Une autre citation, recueillie lors d'un entretien en Guadeloupe, complète ce constat : "Nous avons mis en place un espace de visite qui retrace l'histoire de la distillerie, la culture de la canne, et l'évolution des

¹⁸³ Jérôme Foguet, président du CODERUM Martinique et du Groupe BBS (Campari Groupe). Entretien réalisé par l'auteur, Salon de l'Agriculture, Paris, 26 février 2025, 1h10

techniques de distillation. C'est un moyen pour nous de transmettre notre héritage et d'éduquer les visiteurs”¹⁸⁴

Ainsi, des deux côtés de l'archipel, les démarches sont similaires : raconter le rhum à travers les hommes, les gestes, les objets. Les distilleries deviennent des lieux de mémoire en acte, où le passé n'est pas figé mais continuellement partagé avec le présent.

ii) Conservation et restauration du patrimoine matériel

De nombreux projets de restauration du patrimoine sont menés chaque année dans les distilleries des Antilles. Ces établissements sont souvent installés dans d'anciennes habitations datant de l'époque coloniale. La restauration de ces bâtiments ne répond pas seulement à des exigences de préservation : elle permet également de valoriser l'offre touristique et de renforcer le lien entre patrimoine industriel et mémoire collective. L'État et l'Union européenne soutiennent activement ces initiatives, en apportant des subventions destinées à préserver ce patrimoine unique. Nous présenterons ici deux projets emblématiques, l'un en Guadeloupe et l'autre en Martinique, qui illustrent l'engagement des pouvoirs publics dans cette dynamique de valorisation.

En Guadeloupe : la restauration de l'ancienne usine Darboussier

Située à Pointe-à-Pitre, l'ancienne usine sucrière Darboussier a été transformée en un centre culturel majeur : le Mémorial ACTe. Ce projet ambitieux a permis de préserver et de réhabiliter le patrimoine industriel guadeloupéen, en particulier l'immeuble administratif datant de 1945, inscrit au titre des monuments historiques depuis 2006. Le site, profondément lié à l'histoire coloniale et industrielle de l'île, est devenu un lieu de mémoire essentiel.

Subventions associées : Dans le cadre du Contrat de Plan État-Région (CPER) 2015-2020, une enveloppe de 6 millions d'euros a été allouée aux investissements en faveur des sites patrimoniaux, incluant la restauration de l'usine Darboussier.

En Martinique : valorisation de la distillerie Saint-James

À Sainte-Marie, la distillerie Saint-James a su conjuguer activité de production et préservation patrimoniale. Transformée en musée du rhum, elle offre une immersion dans l'histoire de la production locale, à travers une mise en scène des équipements anciens –

¹⁸⁴ Hayot, G. (2025, 24 janvier). Entretien lors d'une visite à la rhumerie Karukera. Visite dirigée à la rhumerie Karukera, Sainte-Marie, Guadeloupe.

comme les colonnes de distillation ou les chariots de transport. Ce lieu patrimonial est aujourd’hui au cœur d’un circuit de visite touristique structuré.

Subventions associées : La filière canne-sucre-rhum en Martinique bénéficie de plusieurs dispositifs de soutien :

- Les aides européennes du POSEI, destinées à compenser les surcoûts liés à l’éloignement géographique et à renforcer la compétitivité des distilleries ultramarines face aux marchés extérieurs.
- Des aides nationales et locales, notamment pour les petits planteurs livrant jusqu’à 2 000 tonnes de canne, permettent de soutenir l’ensemble de la chaîne de production. Ces financements ont notamment contribué à l’aménagement d’espaces de dégustation, de muséographie et de parcours pédagogiques, renforçant ainsi l’attractivité touristique du site.

Ces deux projets, bien que très différents dans leur nature et leur ambition, témoignent de l’implication croissante des pouvoirs publics dans la sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine rhumier. Ils illustrent la capacité de ces lieux à conjuguer mémoire, transmission et développement territorial.

b) Rhum et tourisme culturel : vers une muséographie en action

i) Le parcours pédagogique : éducation, sensibilisation, transmission

Le rhum constitue à lui seul un formidable outil pédagogique. À la croisée de l’histoire, de l’agriculture, de l’économie, de la culture et des savoir-faire, il incarne un véritable vecteur de transmission, particulièrement dans les Antilles où il occupe une place centrale dans la vie sociale et territoriale. Ce rôle éducatif se traduit notamment par la mise en place de parcours muséographiques et d’outils de médiation dans plusieurs distilleries.

En Guadeloupe, la distillerie Reimonenq a créé un musée consacré à l’histoire du rhum, à l’intérieur même de son domaine. Nous avons eu l’honneur d’effectuer cette visite en compagnie de Léopold Reimonenq, propriétaire de la distillerie depuis 1950, décédé quelques jours après notre rencontre, à l’âge de 92 ans. Il nous a confié son attachement profond à la transmission des savoir-faire et sa volonté de faire vivre une mémoire collective autour du

rum guadeloupéen. Ce musée, à l'image de son fondateur, constitue un témoin précieux du patrimoine vivant de l'île.

Des supports variés sont mis à disposition du visiteur : objets anciens, panneaux explicatifs, vidéos, photographies et documents d'archives. La simplicité des éléments exposés ne nuit en rien à leur portée émotionnelle et historique. Comme nous l'a exprimé l'un des responsables du musée : "On a aussi créé un espace muséographique avec des objets anciens, des photos, des documents d'archives. Ce sont des choses simples, mais elles racontent une mémoire."¹⁸⁵

En Guadeloupe, ce musée est actuellement le seul véritable espace muséal dédié au rhum. À l'inverse, la Martinique possède une institution d'envergure : le Musée du Rhum Saint-James, situé à Sainte-Marie. Installé dans une ancienne demeure créole du XIX^e siècle et inauguré en 1981, ce musée retrace l'histoire du rhum agricole martiniquais à travers une riche collection d'objets anciens, notamment des alambics, des colonnes de distillation, et un moulin à bêtes du XVIII^e siècle. L'espace comprend également la Maison de la Distillation et le "Train des Plantations", un parcours reliant les champs de canne aux bâtiments historiques de l'Habitation La Salle.

L'un des atouts majeurs de ces lieux réside dans leur capacité à transmettre un patrimoine matériel et immatériel de manière vivante, accessible et immersive. Toutefois, plusieurs producteurs guadeloupéens rencontrés lors de nos entretiens ont souligné l'absence d'un musée du rhum à l'échelle de l'île, qui serait indépendant des marques ou des distilleries. Un tel projet permettrait de valoriser de manière transversale et collective le patrimoine rhumier guadeloupéen, en s'adressant tant aux touristes qu'aux habitants.

Certains interlocuteurs nous ont d'ailleurs confié – sous couvert d'anonymat – que des discussions seraient en cours, à l'échelle institutionnelle, pour la création d'un musée du rhum situé face au Mémorial ACTe. Si cette information ne peut être confirmée officiellement, elle témoigne néanmoins d'une volonté émergente de faire du rhum un objet de mémoire collective et partagée, dépassant les seules logiques commerciales.

ii) Le rhum dans les circuits patrimoniaux territorialisés

¹⁸⁵ Léopold Reimonenq, propriétaire de la distillerie Reimonenq. Entretien réalisé avec l'auteur, le 20 janvier 2025, Distillerie Reimonenq, Guadeloupe. Durée : 1h20.

Le rhum s'intègre pleinement dans les circuits patrimoniaux territorialisés, tels que la « Route du Rhum » et le circuit du patrimoine industriel. En effet, cette boisson emblématique joue un rôle central dans l'événement majeur qu'est la Route du Rhum, célèbre course transatlantique reliant Saint-Malo à Pointe-à-Pitre tous les quatre ans. Depuis sa création en 1978, cette course est devenue un événement essentiel de la vie locale guadeloupéenne. À chaque édition, l'arrivée des navigateurs dans le port de Pointe-à-Pitre déclenche une véritable ferveur populaire, accompagnée de célébrations traditionnelles mettant en valeur la culture maritime et festive de l'archipel. Cet événement contribue ainsi à renforcer l'identité guadeloupéenne, tout en stimulant l'économie et le tourisme locaux.

Cependant, la Route du Rhum n'est pas le seul événement à célébrer le patrimoine rhumier. De nouvelles manifestations voient le jour chaque année, à l'image du festival « Arts & Rhums », qui allie patrimoine culturel et tradition rhumière. Comme l'explique l'un des organisateurs : “On a lancé le festival Arts & Rhums pour mettre en lumière l'aspect culturel du rhum : à travers des expositions, de la musique, de la photographie, mais aussi des rencontres avec les maîtres de chai. Le but, c'est de raconter des histoires.”

Chaque édition du festival Arts & Rhums met en avant des distilleries emblématiques grâce à des masterclasses animées par des experts, permettant aux participants de découvrir les savoir-faire ancestraux liés au rhum guadeloupéen. En parallèle, des artistes locaux investissent les rues de Pointe-à-Pitre avec des expositions d'art contemporain, créant ainsi un dialogue riche entre tradition et modernité, culture créole et création artistique. Ce festival itinérant bénéficie du soutien du Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe, s'inscrivant clairement dans une stratégie de valorisation du spiritourisme et du patrimoine culturel de l'archipel. Il est devenu incontournable pour ceux qui souhaitent découvrir l'âme véritable de la Guadeloupe à travers l'art et le rhum.

Enfin, ces événements encouragent fortement les offices de tourisme et les collectivités locales à maximiser leur offre culturelle et touristique. Des programmes spécifiques sont ainsi organisés chaque année pour mieux valoriser ces initiatives. Michel Fayad, directeur du Musée du Rhum Saint James, témoigne de cet élan : “Ce phénomène a permis de développer toute la partie culturelle que les touristes ont découverte”¹⁸⁶

¹⁸⁶ Michel Fayad, entretien réalisé avec l'auteur, directeur du Musée du Rhum Saint James, février 2025.

Conclusion de la partie D - Patrimoine vivant : initiatives concrètes de valorisation autour du rhum

Ainsi, les démarches engagées autour du rhum témoignent d'un investissement fort des collectivités locales dans la valorisation patrimoniale. Grâce à une politique active et des campagnes de communication territorialisées qui mobilisent à la fois des éléments historiques, iconographiques et des récits de plantation, le rhum agricole est devenu un véritable symbole culturel et touristique des Antilles françaises. Les distilleries, conscientes de leur rôle crucial, accueillent aujourd'hui les visiteurs dans des espaces vivants où le patrimoine matériel et immatériel est soigneusement préservé et transmis.

Cette dynamique bénéficie d'un soutien institutionnel solide, comme en témoignent les projets de restauration majeurs menés en Guadeloupe avec l'usine Darboussier, transformée en Mémorial ACTe, ou en Martinique avec la distillerie Saint-James devenue un lieu incontournable du tourisme culturel. Par ailleurs, les circuits patrimoniaux tels que la Route du Rhum et le festival Arts & Rhums soulignent efficacement cette intégration culturelle et touristique, en célébrant chaque année l'identité créole et la richesse des savoir-faire locaux.

Les distillateurs et acteurs du secteur expriment d'ailleurs unanimement leur satisfaction concernant l'accompagnement apporté par les collectivités et offices de tourisme. Ces démarches cohérentes et structurées inscrivent durablement le rhum comme un élément majeur du patrimoine vivant des Antilles françaises.

E) Conclusion de l'hypothèse :

“Les disparités dans les administrations territoriales et leurs gouvernances entre la Guadeloupe et la Martinique influent sur l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine.”

L'analyse comparée des dynamiques de patrimonialisation du rhum en Guadeloupe et en Martinique confirme l'hypothèse initiale : les différences de gouvernance territoriale et de structuration administrative ont un impact direct sur la manière dont le rhum est intégré dans une logique patrimoniale. Si les deux îles partagent un même héritage colonial, agricole et

culturel autour de la canne à sucre, elles ont emprunté des trajectoires politiques et symboliques bien distinctes.

La Martinique se distingue par une démarche fortement institutionnalisée, amorcée dès les années 1970, et culminant avec l'obtention en 1996 de la seule Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) existante dans le monde pour un rhum. Cette AOC, plus qu'un label de qualité, est devenue le fondement d'une gouvernance structurée de la filière rhumière martiniquaise. Elle a permis une meilleure régulation de la production, mais surtout une solidarité entre les distilleries, comme le souligne un acteur interrogé : “En Martinique, l'AOC a non seulement permis une meilleure régulation de la production, mais aussi favorisé une solidarité entre les distilleries. Elles savent qu'en valorisant leur rhum ensemble, elles créent une image de qualité et d'unité qui bénéficie à tous.”¹⁸⁷

Cette dynamique fédératrice se traduit par une action collective, une communication unifiée et une visibilité renforcée sur la scène nationale et internationale. Elle s'appuie sur des institutions locales solides, notamment le CODERUM, et bénéficie d'un soutien politique constant de la Collectivité Territoriale de Martinique, qui a fait du rhum un pilier de sa stratégie agricole et touristique. Comme le résume un professionnel du secteur : “La filière rhum martiniquaise est un exemple rare de gouvernance sectorielle fortement structurée dans un département d'outre-mer, alors qu'en Guadeloupe, les dynamiques sont plus dispersées, et l'AOC n'a jamais été sollicitée.”¹⁸⁸

En miroir, la Guadeloupe offre une trajectoire plus éclatée, marquée par une multiplicité d'initiatives souvent portées par des distilleries indépendantes, sans fédération structurante. L'Indication Géographique Protégée (IGP), obtenue en 2015, offre une reconnaissance institutionnelle plus souple, mais son impact symbolique et commercial reste limité. Les distilleries guadeloupéennes conservent une forte autonomie, valorisant une identité artisanale et familiale, comme le rappelle un entretien : “La Guadeloupe conserve une dimension artisanale et familiale.”¹⁸⁹

¹⁸⁷ Lange Mathieu. Entretien réalisé avec l'auteur le 2 février 2025. Caviste chez Excellence Rhum et journaliste pour le magazine Rumperter. Entretien d'une durée d'environ 1h15.

¹⁸⁸ Parrot, J.-F. (2024). *La filière canne-sucre-rhum en Martinique : une analyse socio-économique*. HAL Archives ouvertes.

¹⁸⁹ François Longuetateau, entretien avec les auteurs, distillerie Longuetateau, Capesterre-Belle-Eau, 6 janvier 2025.

Mais cette liberté se paie d'une certaine dispersion : "En Martinique, l'AOC a permis de créer une vraie dynamique collective. Il y a un front uni, une volonté de porter l'image du rhum ensemble. En Guadeloupe, chaque distillerie fait sa promotion dans son coin. C'est une autre approche, plus individualiste, mais plus libre aussi."¹⁹⁰

Ce manque d'unité nuit à la reconnaissance collective du rhum guadeloupéen comme patrimoine structuré. Comme l'affirme un autre acteur : "Il n'existe pas, en Guadeloupe, d'équivalent au modèle martiniquais en matière d'organisation interprofessionnelle et de démarche patrimoniale structurée."¹⁹¹

Au-delà des seuls dispositifs juridiques, ce sont donc des visions politiques différentes du patrimoine qui s'expriment : en Martinique, une patrimonialisation organisée autour d'un projet commun, avec un « ADN de filière », comme certains l'ont formulé ; en Guadeloupe, une mosaïque de stratégies locales, souvent plus fragiles, mais parfois plus innovantes, comme en témoigne le cas exemplaire de la distillerie Bologne.

Ces différences s'enracinent aussi dans des réalités historiques et sociales plus profondes, comme le rappelle un entretien sur la place du pouvoir économique hérité : "En Guadeloupe, eux ils avaient totalement chassé, brûlé les békés qu'il y avait chez eux. Donc il y avait moins la question du béké, ils sont donnés qu'ils sont... eux, ils sont toujours chez nous, enfin chez nous, toujours en Martinique."¹⁹²

Cette donnée souligne que les processus de patrimonialisation ne peuvent être dissociés des rapports de pouvoir, des mémoires collectives et des trajectoires identitaires propres à chaque territoire.

En définitive, la patrimonialisation du rhum aux Antilles françaises ne peut être pensée hors de ses ancrages institutionnels. Si la Martinique a su faire du rhum un emblème patrimonial reconnu et fédérateur, la Guadeloupe peine encore à construire un récit partagé. Ces contrastes révèlent la manière dont les outils administratifs, la gouvernance publique et la cohésion d'une filière peuvent conditionner l'inscription d'un produit agricole dans le champ du patrimoine culturel. Deux modèles coexistent : l'un, normatif et structuré ; l'autre, libre

¹⁹⁰ Aurélien, directeur commercial, entretien avec les auteurs, distillerie Karukera, janvier 2025.

¹⁹¹ Suzanne Long . Entretien réalisé par l'auteur, experte internationale des spiritueux de canne à sucre, février 2025.

¹⁹² Jérôme Froget, entretien réalisé par l'auteur, Salon de l'Agriculture, Paris, 26 février 2025, 1h10

mais fragmenté. Tous deux traduisent des ambitions patrimoniales fortes, mais orientées selon des logiques de gouvernance profondément divergentes.

Ouverture de l'hypothèse 3 :

La patrimonialisation d'un produit tel que le rhum ne relève pas seulement d'un attachement culturel ou d'un héritage immatériel transmis de génération en génération. Elle est aussi le fruit d'un encadrement politique, d'un travail institutionnel et d'une volonté territoriale d'inscrire ce produit dans une logique de reconnaissance officielle. Dans les territoires ultramarins français que sont la Guadeloupe et la Martinique, le rhum ne saurait être dissocié des structures administratives qui encadrent sa production, sa valorisation et sa transmission.

Ces deux îles, pourtant voisines, présentent des trajectoires politiques, historiques et sociales bien distinctes. Le passé colonial, les relations de pouvoir économiques, la place des héritages culturels et la structuration de la filière agricole ont façonné des modèles de gouvernance contrastés. Dans ce contexte, la manière dont le rhum est reconnu comme patrimoine n'est pas uniforme : elle dépend étroitement de la manière dont chaque territoire mobilise ses outils juridiques, ses institutions locales et ses dynamiques collectives.

C'est à l'intersection de ces dimensions – administrative, politique et symbolique – que se situe notre réflexion. Nous avons donc formulé l'hypothèse suivante :

“Les disparités dans les administrations territoriales et leurs gouvernances entre la Guadeloupe et la Martinique influent sur l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine.”

Cette hypothèse invite à interroger non seulement les mécanismes de reconnaissance patrimoniale, mais aussi les logiques de pouvoir, les choix de structuration de filière, et les visions territoriales portées par les acteurs publics et privés. Elle suppose que le patrimoine, loin d'être une simple donnée culturelle, est aussi une construction politique, nourrie de visions contrastées du développement local, de la mémoire et de l'identité.

Chapitre VI : Validation, réponse et conclusion générale

A) Validations des hypothèses

- a) Hypothèse sociale** - Les interactions sociales entre les acteurs de l'industrie du rhum et les sociétés guadeloupéenne et martiniquaise influent différemment sur la valorisation de la patrimonialisation.

L'étude des interactions sociales dans les mondes du rhum guadeloupéen et martiniquais apporte un éclairage nuancé sur les logiques différencierées de patrimonialisation. Loin d'un modèle uniforme, ces interactions révèlent des dynamiques propres à chaque territoire, forgées par l'histoire locale, les structures économiques et les choix stratégiques des distilleries. Le rhum, bien plus qu'un produit, agit comme un médiateur culturel, catalysant des formes diverses d'ancrage social.

En Guadeloupe, certaines unités de production tissent des relations de proximité avec leur communauté, intégrant la population dans des démarches participatives ou éducatives. À l'inverse, d'autres structures, plus industrialisées ou tournées vers les marchés extérieurs, semblent évoluer en marge de leur environnement immédiat. Cette dualité se retrouve également en Martinique, mais avec des formes de mobilisation patrimoniale parfois plus institutionnalisées, notamment autour de l'AOC, qui structure un discours identitaire fort.

La patrimonialisation n'émerge donc pas uniquement d'enjeux économiques ou de politiques publiques ; elle s'inscrit dans un tissu relationnel où la reconnaissance symbolique s'acquiert aussi par la proximité, la mémoire partagée et l'engagement communautaire. Toutefois, ces relations sociales sont soumises à des tensions : éloignement des jeunes générations, manque de coopération entre acteurs ou encore pressions foncières et touristiques peuvent freiner l'émergence d'une valorisation réellement inclusive.

Ainsi, l'hypothèse formulée se voit partiellement confirmée : oui, les interactions sociales influencent la patrimonialisation, mais leur portée varie selon les formes d'organisation et les contextes locaux. La reconnaissance patrimoniale du rhum repose autant sur les liens humains que sur les dispositifs de valorisation, et c'est dans cet entrelacs que se joue sa légitimité culturelle.

- b) Hypothèse 2** - Les représentations culturelles associées au rhum varient entre la Guadeloupe et la Martinique, ce qui influence leur impact sur la valorisation du patrimoine.

L'analyse comparée des représentations culturelles du rhum en Guadeloupe et en Martinique met en lumière des sensibilités distinctes qui influencent la manière dont chaque territoire valorise ce patrimoine commun. Loin d'un modèle homogène, ces représentations s'enracinent dans des récits historiques, des pratiques sociales et des choix politiques qui, ensemble, façonnent des formes variées de mise en patrimoine.

En Martinique, le rhum s'inscrit dans une logique de reconnaissance codifiée, portée notamment par l'Appellation d'Origine Contrôlée. Cette formalisation s'accompagne d'un discours axé sur l'excellence, la tradition maîtrisée et une certaine quête de légitimité sur la scène internationale. La valorisation du rhum y passe souvent par des canaux institutionnels, des marques fortes et une esthétique travaillée qui tend à construire un imaginaire de prestige.

La Guadeloupe, en revanche, semble privilégier une approche plus souple et plurielle. Le rhum y circule dans des sphères plus informelles, porté par la diversité des expressions locales, une transmission davantage orale, et une valorisation qui mêle spontanéité, créativité et ancrage populaire. Les collaborations artistiques, la présence dans les fêtes communautaires ou encore la souplesse de l'IGP traduisent une vision du patrimoine plus vivante, moins corsetée, mais tout aussi signifiante.

Ces différences ne relèvent pas d'une opposition mais bien d'une complémentarité culturelle. Elles révèlent deux manières d'habiter le rhum, de le penser, de le transmettre. Si la Martinique peut sembler plus rigide, elle structure un discours patrimonial solide. Si la Guadeloupe paraît plus intuitive, elle permet une appropriation plus immédiate. Ces approches conditionnent les formes de reconnaissance, les publics touchés, et les canaux de diffusion.

En définitive, l'hypothèse se confirme : les représentations culturelles propres à chaque île influencent fortement les modalités de valorisation patrimoniale. Toutefois, il serait réducteur d'y voir un simple écart de style ou de stratégie. Ce sont des visions du monde qui s'expriment, nourries par des contextes humains et historiques singuliers, et qui, chacune à leur manière, participent à l'enracinement du rhum comme bien culturel à part entière.

- c) **Hypothèse 3** - Les disparités dans les administrations territoriales et leurs gouvernances entre la Guadeloupe et la Martinique influent sur l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine.

L'objectif de cette troisième et dernière partie était de démontrer que les disparités dans les administrations territoriales et les modes de gouvernance entre la Guadeloupe et la Martinique influencent directement l'intégration du rhum dans la valorisation du patrimoine. L'hypothèse posée en amont se trouve ici confirmée.

Dans un premier temps, nous avons montré que la Martinique bénéficie d'un modèle de gouvernance territoriale structuré, dans lequel le rhum est au cœur d'un projet collectif porté par des institutions solides. L'Appellation d'Origine Contrôlée obtenue en 1996 en est le symbole fort : elle dépasse la simple reconnaissance de qualité pour devenir un outil fédérateur. Elle assure une cohérence entre les distilleries, une solidarité interprofessionnelle et une ligne de conduite patrimoniale claire. Ce modèle repose sur une volonté politique affirmée, un encadrement interprofessionnel (comme le CODERUM) et une stratégie pensée à l'échelle du territoire.

À l'inverse, la Guadeloupe présente une dynamique plus éclatée. L'obtention de l'Indication Géographique Protégée en 2015, bien que notable, n'a pas engendré la même cohésion. Les distilleries restent largement indépendantes les unes des autres, valorisant un artisanat libre, familial, souvent éloigné des cadres institutionnels collectifs. Cette autonomie a ses vertus — elle favorise une expression plus personnelle, plus créative — mais elle limite aussi l'impact patrimonial global, car elle manque de la force d'un récit commun, construit et partagé.

Dans un deuxième temps, cette opposition entre structuration et dispersion trouve sa source dans des réalités historiques, sociales et politiques propres à chaque île. En Martinique, la persistance d'un pouvoir économique hérité, notamment des anciennes familles békés, a contribué à maintenir des logiques de centralisation et de maîtrise du récit patrimonial. À l'inverse, la Guadeloupe, marquée par une histoire plus conflictuelle avec ces élites, semble avoir favorisé une multiplicité de voix et de démarches, parfois innovantes, mais plus fragiles à long terme.

Enfin, cette analyse comparée montre que la patrimonialisation du rhum ne peut se réduire à des labels ou à des normes : elle s'inscrit dans une vision politique du territoire, dans une capacité collective à raconter une histoire, à fédérer des acteurs et à transmettre un sens commun. En Martinique, cette narration est construite, codifiée, et résolument tournée vers l'international. En Guadeloupe, elle est plus libre, plus spontanée, mais parfois morcelée.

Ainsi, cette troisième hypothèse se trouve validée. Elle souligne combien les cadres institutionnels, les choix de gouvernance et les mémoires politiques façonnent en profondeur la manière dont un produit aussi emblématique que le rhum est patrimonialisé. Si deux modèles s'opposent — l'un structuré, l'autre éclaté — ils traduisent chacun une volonté sincère de valorisation, selon des logiques territoriales qui leur sont propres.

B) Réponses à la problématiques

Les acteurs du rhum, en Guadeloupe comme en Martinique, jouent un rôle central dans la valorisation du patrimoine culturel et historique de leur territoire. Leur contribution se manifeste à travers trois grands axes complémentaires : l'ancrage social, la médiation culturelle, et l'organisation politico-économique de la filière.

Sur le plan social, la patrimonialisation du rhum est d'abord un processus porté "par le bas". Les distilleries, mais aussi les habitants, artistes et citoyens, nourrissent une mémoire collective vivante, en lien avec les usages du rhum dans les rituels, la fête, la gastronomie et la transmission familiale. En cela, le rhum n'est pas seulement un produit économique : il est un trait d'union entre générations, un témoin des pratiques vernaculaires et des identités créoles. Cet enracinement profond dans la vie quotidienne témoigne d'une volonté diffuse mais puissante de préserver ce marqueur culturel.

Sur le plan culturel, les deux îles empruntent des voies différentes mais complémentaires. En Martinique, les acteurs ont institutionnalisé la valorisation du rhum grâce à l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), obtenue en 1996. Ce choix stratégique, structuré par une gouvernance forte, a permis de faire du rhum un emblème identitaire reconnu, au croisement de la tradition et de l'excellence normée. À l'inverse, la Guadeloupe valorise davantage la diversité et l'expressivité culturelle de ses distilleries, privilégiant une approche artisanale, moins unifiée mais plus libre. Cette hétérogénéité traduit une autre forme de patrimonialisation, plus fragmentée mais tout aussi enracinée.

Enfin, du point de vue institutionnel et économique, les disparités entre les deux territoires influencent fortement la manière dont le rhum est intégré à une politique patrimoniale globale. La Martinique bénéficie d'un cadre structuré avec un soutien politique affirmé, des institutions interprofessionnelles solides (comme le CODERUM), et une vision collective de

la filière. En Guadeloupe, la logique reste plus individuelle, portée par des distilleries indépendantes, parfois pionnières mais isolées. Ce contraste révèle que la patrimonialisation ne peut être détachée des logiques de gouvernance locale et de la manière dont les acteurs coopèrent ou non pour construire une image commune.

En somme, les acteurs du rhum contribuent à la patrimonialisation de leur territoire en tissant des liens multiples entre tradition, culture, société et économie. Leur action n'est pas homogène mais résolument contextualisée. Là où la Martinique affiche un modèle structuré, collectif et institutionnalisé, la Guadeloupe exprime une dynamique locale, plus souple et enracinée dans les pratiques du quotidien. Ensemble, ces dynamiques montrent que le rhum est bien plus qu'un produit : il est un révélateur des mémoires, un médium identitaire, et un levier de développement patrimonial au cœur des sociétés antillaises.

C) Conclusion générale

Au terme de ce travail, il apparaît avec clarté que le rhum, au-delà de son statut de produit agricole ou de spiritueux de prestige, est un marqueur identitaire profond pour la Guadeloupe comme pour la Martinique. Cette recherche avait pour objectif de comprendre comment les acteurs de la filière — producteurs, institutions, artistes, citoyens — participent à la valorisation patrimoniale du rhum dans ces deux territoires aux trajectoires historiques et culturelles entremêlées, mais distinctes.

L'analyse des dynamiques sociales nous a permis de mettre en lumière la place essentielle du rhum dans les relations sociales locales. Enraciné dans les rites, les usages quotidiens et les liens intergénérationnels, il tisse un fil invisible entre passé et présent. Toutefois, cette patrimonialisation “par le bas”, portée par les communautés, n'est ni homogène ni systématique. Elle dépend largement de la volonté des distilleries de s'ancrer dans leur territoire et de dialoguer avec leur environnement humain.

Sur le plan culturel, le rhum est porteur d'une symbolique forte : celle de la mémoire, de la fête, du deuil, de l'art et de la gastronomie. Il incarne une richesse immatérielle que chaque île décline à sa manière. La Martinique s'est engagée dans une démarche codifiée et normée, portée par l'AOC, tandis que la Guadeloupe conserve une approche plus souple, axée sur la

diversité des expressions culturelles. Cette pluralité d'approches n'est pas à opposer mais à comprendre comme deux visages d'un même attachement.

Enfin, l'étude des dispositifs économiques et administratifs a révélé combien la structuration territoriale influence les formes de reconnaissance patrimoniale. Là où la Martinique a consolidé une filière autour de labels forts et d'une gouvernance cohérente, la Guadeloupe fait preuve d'une vitalité plus fragmentée, mais tout aussi sincère dans sa volonté de préserver et transmettre son patrimoine rhumier.

Ainsi, les trois hypothèses se rejoignent pour esquisser une réalité complexe : la patrimonialisation du rhum est un processus à la fois social, culturel et économique, porté par des acteurs aux intérêts parfois convergents, parfois divergents. Elle n'est jamais figée, toujours en tension entre tradition et modernité, entre transmission locale et reconnaissance internationale.

En définitive, le rhum n'est pas seulement un produit : il est une mémoire vivante, un langage commun et un miroir des sociétés antillaises. Loin d'être un simple objet patrimonial, il permet de mieux comprendre le lien entre ces territoires, leur histoire, leur culture et leur avenir.

Ouverture

Cette réflexion sur la patrimonialisation du rhum nous invite à poser un regard plus large sur les enjeux contemporains de transmission, de mémoire et d'identité dans les sociétés postcoloniales. Si le rhum, en Guadeloupe comme en Martinique, cristallise des tensions entre histoire douloureuse et fierté culturelle, il symbolise aussi une capacité à se réapproprier un passé complexe pour en faire une force créative, porteuse d'avenir.

À l'heure où le monde viticole, gastronomique et spiritueux cherche à renouveler ses récits et à inscrire ses produits dans des démarches durables et responsables, l'exemple du rhum des Antilles françaises pourrait inspirer d'autres régions. Il montre qu'un produit n'est jamais neutre : il est le reflet de ceux qui le façonnent, l'habitent, le racontent.

Il serait alors pertinent d'élargir cette étude à d'autres territoires ultramarins, ou même à d'autres productions issues de l'héritage colonial, afin d'interroger les dynamiques de

valorisation patrimoniale face aux défis de la mondialisation, de la mémoire partagée et du développement local.