N°2 — OCTOBRE 2026
DEUXIÈME NUMÉRO

LA REVUE DE L'ÉCOSYSTÈME RHUM

La Lettre du Mondial du Rhum

« Derrière chaque rhum, il y a une terre. Derrière chaque terre, il y a des femmes et des hommes. »

MONDIAL du RHUM

CARTE BLANCHE ÉDITION 2 Une voix de l'Écosystème Rhum, sans filtre, à chaque numéro

RECHERCHE ET PERCEPTION — MONDIAL DU RHUM 2026

Le rhum comme expérience : faire dialoguer les savoirs pour mieux raconter les territoires

Pour ce deuxième numéro de La Lettre du Mondial du Rhum, le stylo est donné à la chercheuse de renommée internationale. Le Dr Muriel Jacquot, enseignant-chercheur à l'Université de Lorraine, explique pourquoi comprendre le rhum comme une expérience complète oblige les savoirs à se parler.

Par **Dr Muriel Jacquot**, Enseignant-chercheur à l'Université de Lorraine

Paris, 3e arrondissement — Carreau du Temple



Dr Muriel Jacquot pendant sa masterclass **Dual Perception Experience**, Mondial du Rhum 2026, Carreau du Temple, Paris. *© Mondial du Rhum*

Le rhum est un produit de matière, de temps et de gestes. Il naît d'une canne, d'un sol, d'un climat et d'une distillation. Mais il ne se réduit jamais à un procédé de fabrication. Il est une expérience, une couleur, un parfum, une texture, une attente, un souvenir, parfois une histoire familiale ou un attachement à un territoire. C'est précisément ce qui rend le rhum si intéressant pour la recherche sur la perception.

Nous ne percevons pas un produit avec un seul sens. Nous construisons une perception à partir de plusieurs informations qui arrivent ensemble : ce que nous voyons, ce que nous sentons, ce que nous goûtons, ce que nous entendons. Mais le contexte compte également. Une dégustation dans un chai, sur un salon, dans un restaurant ou chez soi ne produit pas la même expérience, même lorsque le liquide est identique.

Depuis plus de 20 ans, je développe ma recherche en ingénierie de la perception. Je cherche à mieux comprendre ces mécanismes complexes qui font qu'un produit devient mémorable. L'ambition n'est pas de standardiser l'émotion ou de réduire le consommateur à des données. Elle consiste à identifier les conditions dans lesquelles une expérience peut devenir plus cohérente et plus fidèle à l'intention du producteur. Elle pose des questions simples, mais exigeantes : qu'est-ce qu'une personne ressent réellement ? Quels indices orientent son jugement ? Quels effets sont robustes ? Les retrouve-t-on dans des contextes différents et auprès de publics différents ?

Pour y répondre, aucune expertise ne suffit à elle seule. L'ingénierie de la perception est par essence pluridisciplinaire. La chimie renseigne sur la composition. L'agronomie éclaire le lien avec le terroir et les conditions de production. Les sciences sensorielles décrivent les perceptions. Les sciences cognitives étudient l'attention, la mémoire et l'émotion. Les sciences humaines et sociales replacent le rhum dans son histoire, ses pratiques culturelles et ses représentations. Le design et la communication interrogent la manière dont cette expérience est mise en scène et transmise.

« Comprendre le rhum comme une expérience complète permet de mieux respecter sa diversité. »

DR MURIEL JACQUOT

INSTANTANÉ



Le Dr **Muriel Jacquot**, enseignant-chercheur à l'Université de Lorraine.

Cette diversité est une force, à condition que les expertises se parlent réellement. Les disciplines ne partagent pas toujours le même vocabulaire, les mêmes méthodes ni le même rapport au temps. Il faut formuler une question commune, accepter de ne pas tout maîtriser et sortir de sa zone de confort. Ce travail demande de l'énergie, de la confiance et du temps. Il reste encore insuffisamment reconnu. La spécialisation de la recherche a permis des avancées scientifiques considérables. Mais cette spécialisation a parfois mis de côté la valeur d'une curiosité qui relie l'art, la technique et l'observation du vivant. Faire dialoguer ces regards ne signifie pas effacer les singularités. Au contraire. Il s'agit de mieux comprendre ce que chaque métier voit, mesure, ressent ou transmet. Cette démarche peut aider à concevoir des expériences plus authentiques, à mieux valoriser les savoir-faire et à éviter les promesses qui ne correspondent pas à ce que les personnes vivent réellement.

L'AUTRICE

Dr Muriel Jacquot

Enseignant-chercheur à l'Université de Lorraine. Depuis plus de 20 ans, elle développe sa recherche en ingénierie de la perception, à la croisée de la chimie, des sciences sensorielles, des sciences cognitives, des sciences humaines et du design.

Le Mondial du Rhum offre un espace rare pour cette conversation. On y rencontre des producteurs, des artistes, des chercheurs, des acteurs du tourisme, des institutions et des passionnés. Tous n'emploient pas le même langage. Tous n'ont pas les mêmes priorités. Mais ils partagent un même objet, profondément vivant, qui relie une terre, des femmes et des hommes, des pratiques et des imaginaires. C'est peut-être là que se situe l'avenir de la filière : dans sa capacité à continuer d'innover sans perdre ce qui fait sa profondeur. Comprendre le rhum comme une expérience complète permet de mieux respecter sa diversité et de construire, collectivement, des récits, des produits et des rencontres à la hauteur des territoires qu'il porte. ■

REPÈRES

- **Masterclass** Dual Perception Experience
- **3e édition** du Mondial du Rhum, 9 au 11 juin 2026
- **Carreau du Temple**, Paris 3e
- Thème : **Terres et Territoires de Rhum**
- Prochain numéro : **une nouvelle voix** de l'Écosystème Rhum

EN IMAGES Masterclass Dual Perception Experience, Carreau du Temple



Une salle attentive autour de la **masterclass**.



Le Dr **Muriel Jacquot** à la parole.



Avec **Patrick Loger** et **Hervé Novelli**.