

ARMAGNAC. Les producteurs d'armagnac ont recruté deux ambassadrices américaines

Charme américain



Jessica Bell et May Aliah vont éduquer leurs compatriotes au « true french spirit ». (photo michel amat)

Elles sont belles, grandes, américaines... Non ce ne sont pas les dauphines de Miss USA mais les futures ambassadrices de l'armagnac aux États-Unis. Jessica Bell et May Aliah auront pour mission de promouvoir l'armagnac auprès des professionnels des spiritueux de l'autre côté de l'Atlantique.

L'idée a été initiée par le Bureau national interprofessionnel de l'armagnac (BNIA) en collaboration avec neuf maisons qui exportent déjà aux États-Unis. Les deux ambassadrices ont une semaine pour apprendre les techniques de production et mieux connaître les producteurs de la région. Elles devront ensuite éduquer leurs confrères

américains à ce qu'ils appellent le « true french spirit » et recruter de nouveaux prescripteurs pour commercialiser le produit. Elles animeront 50 sessions réparties sur deux villes : New York et Chicago.

Pourquoi ne pas avoir envoyé des Françaises ? Car ce sont les plus à même de connaître les attentes des clients. Si des Américaines aiment un produit et savent en parler, leurs compatriotes se laisseront plus facilement convaincre.

Pros mais aussi fans

May a 42 ans, Jessica en a 31. Elles sont toutes deux des professionnelles des relations publiques. Par goût pour la bonne chère, elles se sont spécialisées après deux ans d'études dans les vins et spiritueux.

D'origine libanaise, May a baigné dans une culture où la nourriture et le vin tenaient une place importante. Jessica est une grosse mangeuse dont la soeur est chef-cuistot. Les bons vins ce n'est pas seulement leur métier, c'est aussi leur passion.

Elles aiment avant tout échanger avec les gens. Elles se considèrent comme des éducatrices et veulent, plus que vendre un produit, partager une expérience. « On peut apprendre beaucoup dans les livres, mais connaître les choses en vrai, c'est quand même mieux ! » explique May, qui est une véritable « fan » : « Chez nous, tout le monde connaît le cognac, mais moi, je préfère l'armagnac ! ».

L'Armagnac way of life

Ce qu'elles retiennent de leur séjour ? La philosophie des gens, l'accueil, le partage, les bons repas... « Aux États-Unis on n'a pas cette culture. On ne prend pas le temps de partager, discuter autour d'un verre, se poser » déplore Jessica, « quand nous présenterons le produit, nous mettrons l'accent sur le mode de vie qui va avec. »

Elles ont aussi été marquées par l'implication des jeunes générations dans la production. « On s'attendait à voir une vieille conception traditionnelle alors que les relations intergénérationnelles sont très fortes », explique Jessica.

Lors des sessions de présentation, elles auront peu de temps pour vanter les mérites de l'armagnac. Elles ont donc élaboré un discours : « C'est comme le cognac. Mais... » et elles essaieront de retransmettre tout ce qu'elles ont ressenti ici. « On pourra dire aux gens que c'est bon, comment c'est fait... mais ils préféreront qu'on leur raconte une histoire. » Et celle de l'armagnac est longue. May parle même de « voyage dans le temps » lorsqu'elle déguste un armagnac de 1934.

En attendant de pouvoir partager ce voyage, la première chose que comptent faire les deux ambassadrices une fois de retour au pays de l'oncle Sam : le régime !

Auteur : Marion Lagravère