



Julie Carpentier et Michael Ganne ont lancé Baghera/wines en 2015.

BAGHERA L'ART DE LA MISE EN SCÈNE

Transformer les enchères de vin en remettant le produit et l'humain au cœur, telle fut la stratégie de la société genevoise, devenue leader du secteur.

PAR ANDREA MACHALOVA

Redonner ses lettres de noblesse aux enchères de vin, telle était la volonté de Michael Ganne et Julie Carpentier lorsque, en 2015, ils ouvraient Baghera/wines. Une maison de vente aux enchères genevoise, spécialisée dans la vente de vins d'exception. Depuis, plusieurs vacations exceptionnelles ont contribué à écrire l'histoire de la société, à commencer par la dispersion de la cave d'Henri Jayer, maître du pinot noir, adjugée pour 34,5 millions de francs en 2018. Du jamais-vu ! Pour réussir à mettre la main sur le meilleur des flacons, la stratégie de ces deux anciens experts de chez Christie's était claire : traiter le vin comme un produit de luxe.

Cela va du choix des crus à leur vente, en passant par leur présentation. «Le vin est un des rares produits du luxe vivants. Il se bonifie jusqu'à un certain pic, puis

commence à se dégrader. C'est à nous de comprendre ces cycles qui ne sont pas les mêmes pour un sauternes, un bordeaux ou un vin valaisan», confie Julie Carpentier. Mais il y a d'autres aspects à prendre en compte, notamment lors de la visite des caves. Afin de s'assurer que la qualité des nectars proposés soit optimale, le duo source ses produits principalement auprès de vignerons et de collectionneurs aguerris. «On ne laisse rien passer. Il y a plein de détails qui peuvent nous indiquer si la cave garde la même température été comme hiver. Une sécheresse périodique peut laisser des traces, par exemple sur les graviers qui peuvent révéler des excès d'hydro-métrie. Il faut également apprendre à lire un bouchon et rester attentif au moindre détail!»

De luxueux catalogues comme carte de visite

Vient alors la présentation des crus. Dans les catalogues de Baghera, pensés comme de véritables beaux livres, les flacons sont mis en scène dans des compositions soignées, rappelant des natures mortes de l'âge d'or de la peinture flamande. Des mises en scène dans lesquelles un œil averti décèlera des clins d'œil aux notes de dégustation du vin en question. «On n'est que des passeurs, rappelle avec humilité Michael Ganne. On ne crée pas de valeur, si ce n'est celle de mettre des objets en valeur.» Une approche qui a permis aux fondateurs de Baghera d'accéder à des crus exceptionnels, comme les bourgognes de la maison Bouchard Père et Fils, vendus ce printemps. «Il ne faut pas se mentir, il y a un ego. En présentant les lots ainsi, les vendeurs ont la garantie que l'on respecte davantage leur produit», note Michael Ganne. «Les catalogues sont aujourd'hui notre carte de visite, ajoute Julie Carpentier. C'est ce qui nous ouvre la porte vers la prochaine vente.»

Se rapprocher de ceux qui les font vivre, à savoir le vendeur, l'acheteur et le vigneron, fut un autre choix décisif. «Chez Christie's, le nom du vendeur devait rester secret. Aujourd'hui, j'ai la liberté de réunir autour d'une même table, s'ils le souhaitent, le vendeur, l'acheteur et pourquoi pas le sous-enchérisseur pour partager une bonne bouteille de vin. Et si ensuite, s'ils venaient à collaborer autour d'un projet, j'en serais le premier ravi», ajoute-t-il.

Passionné de vin depuis son plus jeune âge, ce que Michael Ganne aime par-dessus tout, c'est raconter des histoires. «Le vin ce n'est pas qu'une étiquette. Pour le comprendre, il faut s'intéresser aux conditions dans lesquelles il a été produit. Lorsque l'on sait, qu'en 1945, c'étaient les femmes qui faisaient la vinification, afin de perpétuer le travail et ne pas délaissier les vignes, le moment de la dégustation ne peut être que plus solennel.» ■