



La directrice générale du négociant et distributeur bordelais Duclot, à Bordeaux, le 16 juin.

CHRISTOPHE GOUSSARD/VU POUR «LE MONDE»

PINARDOTHEK | CHRONIQUE

PAR SANDRINE GOEYVAERTS

Et la chair, bordel!



J'ai bu quantité de vins dans ma vie. Dans des dizaines de contextes différents, avec des gens de toutes origines. Des vins de tous continents : des vins moches mais

avec un bon fond, des gentils, des tendres, des émouvants, des timides, des renfrognés, des pas faciles ou bien, au contraire, un peu trop. Des grands ? Oui, quelquefois. Pas forcément les plus réputés : je me souviens parfaitement de ce païen suisse, dégotté je ne sais plus où, qui m'avait impressionnée plus qu'aucun autre avant lui. De ce cahors au velours théâtral. De ce jura pétulant, qu'il a fallu secouer pour qu'il daigne montrer sa volupté. Et de ce hongrois à la robe presque d'encre, inoubliable.

Rencontrer un grand vin, c'est un peu comme rencontrer l'amour : les genoux qui cognent, l'estomac qui fait un 8, les tripes en vrac. Rien n'est gagné d'avance ! Il se peut qu'il fuie devant vous juste après vous avoir allumé, trouvant une parade pour se défilier : sacré bouchon ! Mais s'il est au rendez-vous, c'est merveilleux.

Humides déjà du plaisir promis, vos lèvres rencontrent ses sortilèges. Vous fermez les yeux, comme lors d'un baiser important, pour mieux êtreindre. Vos joues rosissent, vos sens sont comme démultipliés : plus rien n'existe que cette vague de plaisir ascendante. Surpris, vous lui trouvez des charmes que vous n'aviez même pas soupçonnés. Vous percevez – au-delà des arômes – ce quelque chose en plus, cette étincelle qui fait que ce ne pouvait être que lui, ce ne pouvait être que vous. Des années plus tard, vous vous souviendrez encore longtemps, parfaitement, de son goût.

Pas de prix, une valeur

Qu'il coûte une poignée d'euros ou plusieurs dizaines n'est pas vraiment le souci. Ce vin n'a plus de prix : vous lui avez accordé une valeur. Toute sentimentale. Loin du boursicotage ou de la spéculation. Bien sûr, on vous expliquera par le menu que tout a un prix : foncier, rendement, réputation, investissements... On entretiendra l'illusion que plus c'est cher, plus c'est rare, et donc meilleur !

Alors peut-être vous laisserez-vous tenter, si votre portefeuille vous le permet. Peut-être parierez-vous, chercherez-vous à acheter au meilleur prix, en primeurs souvent, puis à revendre des années après en réalisant une belle plus-value. Peut-être verrez-vous les cotes de « vos » vins grimper, en sentant le long de l'échine le frisson de l'enchère. Par ici la monnaie. Trépassez, quilles moins bien nées, pas adoubees comme il faut, pas encensées par la critique : vous n'êtes pas les bienvenues. Mais n'oubliez jamais : ce monde qu'on appelle – à tort sûrement – celui des « grands vins » est détaché du sensuel. Ces bouteilles, qui se vendent à des sommes folles fixées arbitrairement, des centaines, voire des milliers d'euros pour un seul flacon de soixante-quinze centilitres, sont un fantasme intellectuel. Où est la jouissance ? Et la chair, bordel ?

Un grand vin – celui qu'on boit plus qu'on ne l'achète – n'est pas cérémonieux. Il ne quémande pas de fantaisies culinaires. Il n'a pas besoin de cristal, de nappe blanche, de smoking ou de robe en lamé. Il est monumental parce qu'il ne s'embarrasse de rien. Il est tout seul, tout cru, sans fard, loin des étiquettes et des postures ronflantes.

Il est capable de bouleverser une vie : il peut faire jeter l'ancre à un marin, le rendre paysan, terrien jusqu'au tréfonds. Il peut aussi n'être qu'un souvenir élégant qu'il sera plaisant de convoquer aux jours ordinaires, les mains dans la vaisselle sale. Il vous offre la possibilité de la mélancolie. Il parle de la vie, de la dureté au mal, du temps nécessaire, de l'amour qu'il faut : il raconte les hommes et les femmes qui l'ont fait naître, grandir, évoluer, jusqu'à ce soir où il meurt dans votre gosier. Et surtout, plus que tout, il donne un plaisir fou ! Cette petite mort due aux grands vins est-elle comptable ? En verres ou en vers, la poésie n'a pas de prix. ■

Sandrine Goeyvaerts est caviste à Bruxelles et blogueuse.
Lapinarodtheque.wordpress.com

Ariane Khaida, reine du négoce

PORTRAIT | Venue au vin un peu par hasard, cette ancienne ingénieure dirige le groupe Duclot, le plus gros négociant de Bordeaux. Des sites Internet aux Galeries Lafayette, elle va chercher le consommateur partout où il se trouve

BORDEAUX, envoyée spéciale

Pour Ariane Khaida, « le millésime 2015 ne comprend pas de blockbusters, mais il montre de la sincérité et de la pureté. Les vins sont adaptés à la demande, comme ils ne l'ont pas été depuis longtemps ». A 40 ans, la jeune femme dirige le groupe Duclot, la plus importante maison de négoce de la place de Bordeaux. Arrivée en mars 2014 dans l'historique quartier des Chartrons, elle fait partie des personnes les plus influentes du monde du vin. Elle achète des millions de bouteilles, qu'elle place ensuite sur le marché français et étranger, et que le consommateur retrouvera dans les supermarchés, dans les restaurants ou chez les cavistes.

Totale liberté

Sa spécificité est d'acquérir des vins à tous les prix. C'est notamment grâce à elle que les « petits bordelais » trouvent leur place à New York ou en Californie, deux gros consommateurs connus pour convoquer à table des étiquettes au prix exorbitant. Selon les millésimes, le groupe Duclot exporte 50% à 70% des vins qu'il achète. Ariane Khaida n'est pas œnologue, mais son analyse est respectée car elle donne la tendance avec pertinence. Son jugement compte. Et elle déguste les vins en compagnie de ses équipes. « C'est fondamental », dit cette femme à l'abord simple.

Bien que d'origine champenoise, elle ne tombe pas dans les bulles. Elle est ingénieure, diplômée de l'Ecole centrale, et travaille

d'abord quatre ans pour le groupe de luxe Louis Vuitton, à Paris. Rien ne l'aurait menée au vin si elle n'avait dû suivre son mari à Bordeaux, en 2003. « La seule chose qui m'intéressait dans cette ville, c'était le vin, raconte la négociante. J'ai eu la chance de rencontrer, par pur hasard, Bruno Borie, le propriétaire du

« Nous n'achetons qu'en direct auprès des châteaux, jamais par d'autres sources, pour éviter les faux »

prestigieux Château Ducru-Beaucaillou. Alors que je n'y connaissais rien, il a misé sur moi et m'a fait confiance. Nous avons travaillé trois ans ensemble. » Elle découvre alors tous les aspects du vin, de son élaboration à sa commercialisation. Et se prend de passion pour ce secteur « profondément dynamique, où il y a beaucoup à faire ».

Elle met les deux pieds dans le négoce en saisissant l'opportunité de diriger la Maison Descaves, dont l'actionnaire principal est Roederer. Elle y reste six ans, le temps, comme à Ducru-Beaucaillou, de redessiner les contours et les projets de l'entreprise. Ce

qui frappe chez elle, c'est son esprit de synthèse, qui est recherché et fait merveille. Elle rappelle aussi : « La Maison Descaves a toujours été dirigée par une femme... »

Mais il lui faut de nouveaux défis, des enjeux plus importants. Acteur phare du négoce, Duclot, qui emploie 200 personnes, comble l'appétit d'Ariane Khaida. Sa force ? Elle n'est pas du sérail, vient d'une région et d'un monde extérieurs à la place de Bordeaux. Elle ne possède pas de parts dans un vignoble. Sa liberté est donc totale. Elle le confirme, non sans assurance : « J'ai la chance de pouvoir apporter un regard neuf, extérieur et salvateur. » Cette liberté dans le travail lui permet de faire évoluer son métier de négociante, et de se concentrer sur les enjeux d'avenir. « Le métier a radicalement changé depuis dix ans. »

Tous les réseaux

Pour comprendre, il faut voir comment Duclot travaille. Il y a déjà la force de frappe impressionnante. Le groupe a dernièrement acquis un entrepôt de 20 000 m² pour y entreposer 10 millions de bouteilles. Qui proviennent de 200 propriétés du Bordelais, sans compter les autres vignobles. « Nous n'achetons qu'en direct auprès des châteaux, jamais par d'autres sources, pour éviter les faux. On offre une vraie garantie à ce niveau-là », justifie Ariane Khaida. La négociante a développé l'idée d'un négoce qui n'achète plus exclusivement en primeurs auprès des propriétés, mais durant toute l'année.

Ensuite, il faut vendre les flacons. « Notre particularité est d'avoir exploité tous les canaux de distribution. C'est l'aspect du métier qui me passionne et que j'ai développé. » Les bouteilles sont placées dans toutes sortes de magasins, mais également sur les sites Internet (Chateaunet.com, Chateau-primeur.com), des structures spécialisées dans la restauration, l'export... « Nous avons accès à tous les réseaux, en France comme à l'étranger. » Par exemple, Duclot a repris la gestion de la cave des Galeries Lafayette, soit 400 m² de vins et spiritueux en plein Paris. Rarement le négoce aura été si près du consommateur. Et c'est exactement ce que cherche Ariane Khaida. ■

L. G.