

PS. NYA SIDOR AV
DI WEEKENDRedaktör:
Nina Åkerberg
ps@di.se
08-573 650 00Champagne-
försäljning■ Systembolagets
försäljning av champagne,
antal liter

Bubbligare än börsen

Champagnen flödar i Sverige medan världsmarknaden tappar

Historiskt har försäljningen av champagne följt börsutvecklingen. Så är det inte längre, åtminstone inte i Sverige.

Här fortsatte dyrt bubbel att sälja stort även under finans-krisen.

Sedan Lehman Brothers-kraschens år 2008 har försäljningen av champagne på Systembolaget ökat med 25 procent till 1,2 miljoner liter per år. Första gången detsålades mer än en miljon liter var 2010.

En producent som har ökat sin försäljning mer än marknaden som helhet är det anrika champagnehuset Pol Roger, känt som den brittiske premiärministern Winston Churchills favoritmärke. Pol Roger har sedan 2009 ökat sin totala försäljning i Sverige med 62 procent, från 62 000 liter till 89 000 liter.

För Pol Roger är Sverige en mycket viktig exportmarknad, den näst största efter England.

"Jag tror att vår champagne har en smak som passar det svenska sinnet. Och så har vi en historia. Folk som gillar vad de dricker gillar också historien bakom ett vin", säger Patrice Noyelle, avgående

vd för Pol Roger och den förste på posten som inte är familjemedlem.

I Pol Rogers fall är historien intimt förknippad med Sir Winston Churchill. För två år sedan bytte gatan där företagets huvudkontor ligger namn till Rue Winston Churchill. Pol Rogers adress är förstås nummer ett och staden är Epernay, där champagnehuset grundades 1849.

"När Churchill var ung, i 20-årsåldern, fanns det två trendiga champagnemärken i London, Pol Roger och Pommery. Av någon anledning valde Churchill Pol Roger", berättar Patrice Noyelle.

"Grumlat hans omdöme"

Redan 1908 ska Winston Churchill ha köpt sin första flaska av fabrikket, som han förblev trogen fram till sin död 1965. Drygt tio år senare, 1976, lanserade Pol Roger sin prestigechampagne, Cuvée sir Winston Churchill.

"Det utvecklades väldigt starka vänskapband mellan Churchill och familjen Pol Roger. Vi har fortfarande nära kontakt med hans yngsta dotter, Mary Soames, som är 91 år."

Winston Churchills dryckesvanor är omtalade. Han sägs bland annat ha konsumerat en flaska champagne om dagen.

I sin recension av en nyutkommen biografi om Winston Churchill av Bengt



EN FLASKA PER
DAG. Winston
Churchill drack
helst Pol Roger.

FOTO: SCANPIX

Liljegren konstaterar kritikern Mats Gellerfelt i SvD: "För normalförbrukaren av alkohol är det närmast ofatbart hur mycket Churchill drack och det bör väl ha grumlat hans omdöme emellanåt."

Då ska man betänka att han som brittisk premiärminister inte minst hade ett världskrig att sköta.

God svensk ekonomi

Sverige är den tionde största exportmarknaden för champagne fastän befolkningen bara uppgår till 9,6 miljoner personer. Att det råder champagneyra i Sverige kan tolkas som ett gott betyg till svensk ekonomi.

"Det finns definitivt ett samband mellan tillståndet för världsekonomin och försäljningen av champagne", säger Laurent d'Harcourt, tillträdande vd för Pol Roger.

"Champagneförsäljningen toppade 2007. Därefter har det varit trögt. Den ökar inte längre, tvärtom minskar den något. Världsekonomin kunde ju vara i bättre skick", konstaterar bolagets avgående vd, Patrice Noyelle.

Systembolaget har två förklaringar till att försäljningen i Sverige ökar.

Den ena är att många ville fira in millemiskiftet med champagne och då fick smak på den ädlare drycken och lämnade de billigare mousserande vinerna. Det

syns också tydligt i statistiken. 1999 fördubblades försäljningen, och därefter har volymerna legat kvar på en betydligt högre nivå än under 1990-talet.

Den andra förklaringen är att champagne inte är lika dyrt i dag eftersom Systembolagets sortiment har breddats med billigare märken.

Kineser föredrar bordeaux

Den största marknaden för champagne är alltså Frankrike. Inte ens hälften (44 procent) av champagneproduktionen går på export.

Kineserna har fått upp ögonen för exklusiva bordeauxviner och drivit upp priset på dessa, men för champagne är den kinesiska marknaden fortfarande liten. Bara 2 miljoner flaskor av de cirka 320 miljoner som produceras varje år går till Kina, enligt Patrice Noyelle.

"Min uppfattning är att kineserna inte gillar bubbler. Möjligen de yngre - och japanerna älskar bubbler."

Precis som svenskar, alltså.

GÖRAN
JONSSON

goran.jonsson@di.se

08-573 651 48

