

Pressmeddelande 2025-03-12

## Trendspaning med Fredrik Schelin

# Traditionella vinproducenter expanderar till andra länder

Det är en fascinerande trend att följa traditionella vinproducenter som expanderar och etablerar sig i nya länder. Ett exempel på detta är det franska champagnehuset Taittinger, som har grundat vingården *Domaine Evremond* i Kent, England. Detta fenomen är dock inte nytt. Redan på 1970-talet etablerade sig vinhusen Miguel Torres och Baron Philippe i Chile, när de insåg den stora potentialen i landets klimat och terroir. Deras insatser har sedan dess haft en betydande inverkan på Chiles vinindustri, där de har bidragit med europeisk expertis och kunskap. Idag öppnar klimatförändringarna upp nya möjligheter för vinproduktion i områden som tidigare ansågs vara olämpliga för odling, vilket ytterligare förändrar vinlandskapet globalt.



Denna trend med vinproducenter som etablerar sig i nya regioner blir allt vanligare, särskilt med tanke på klimatförändringar som öppnar upp nya områden för vinodling. I England har vinodlingarna ökat markant, med fyra gånger mer planterad mark jämfört med 2001, vilket gör landet till en betydande producent av mousserande viner. Taittinger planterade chardonnay-, pinot noir- och meunierdruvor på cirka 60 hektar år 2015 och skördade sina första druvor för fem år sedan. I september 2024 presenterade de sin första *Classic Cuvée*, och planerar att lansera 100 000 flaskor på den brittiska marknaden under mars 2025. Även Champagne Pommery har utökat sin verksamhet till England. År 2017 planterade de 40 hektar vinodlingar på *Pinglestone Estate* nära *Alresford* i Hampshire. Denna satsning resulterade i lanseringen av deras engelska mousserande vin under namnet *Louis Pommery England*.

Vilka är egentligen för- och nackdelarna med att vinproducenter byter mark?

Att vinproducenter etablerar sig i andra länder bidrar till flera strategiska möjligheter. Det möjliggör anpassning till klimatförändringar och säkerställer framtida produktion, exempelvis genom att odla i svalare regioner som England, där förhållandena är gynnsamma för kvalitetsviner. Samtidigt skapas nya marknadsmöjligheter, beroendet av export minskar och producenter kan bättre anpassa sina viner efter lokala smakpreferenser. Dessutom stärker en närvaro i flera länder varumärkets synlighet och underlättar kunskapsutbyte mellan traditionella och moderna vinregioner. På så sätt skapar internationell expansion både stabilitet och möjligheter för tillväxt i en föränderlig vinindustri.

Vin är dock djupt förknippat med sitt ursprung – klimat, jordmån och traditioner. När producenter expanderar till andra länder kan det uppstå en risk att deras viner tappar den unika identiteten som gjort dem framgångsrika. Druvsorterna kan bete sig annorlunda beroende på klimat och jordmån, vilket kan leda till att producenter måste ändra sina produktionsmetoder och eventuellt kompromissa med kvaliteten. En risk är också att när vinproducenter från till exempel Frankrike eller Italien expanderar till nya vinregioner, kan det skapa konflikter med lokala vinodlare. De kan ses som konkurrenter som driver upp markpriserna och pressar småskaliga vinodlare ur marknaden. Att etablera sig i ett nytt land är dyrt och kräver stora investeringar i mark, utrustning och personal.

– Vinproducenters expansion till andra länder erbjuder en rad fördelar, såsom möjligheten att anpassa sig till klimatförändringar, nå nya marknader, diversifiera sin produktion och utveckla innovativa smaker. Denna strategi kan också stärka varumärket, skapa nya tillväxtpotentialer och utnyttja teknologiska framsteg. Samtidigt medför expansionen betydande utmaningar, inklusive kvalitetsvariation, risk för varumärkesförlust och ekonomiska osäkerheter. Att etablera sig i nya vinregioner kräver en noggrann anpassning till lokala förhållanden och kan leda till konflikter med befintliga producenter. Därför är det avgörande att hitta en balans mellan tradition och innovation för att lyckas med internationella satsningar, menar Fredrik Schelin, vin- och dryckexpert.

**För mer information eller intervjufrågningar med Fredrik Schelin, kontakta gärna:**

Magdalena Höglund, presskontakt, tel: 0733 338840 eller e-post: [magdalena@highlandpr.se](mailto:magdalenah@highlandpr.se)

**Fredrik Schelin** är en av landets främsta vinexperter och har en förkärlek för mousserande viner i allmänhet och champagne i synnerhet. Han bevakar det som rör branschens utveckling, utmaningar, trender och nyheter, exempelvis klimatpåverkan. Han fascinerades redan som 18-åring av hantverket bakom bubblorna. Hans första möte med drycken blev en livslång relation, vilket också har lett till att han idag bor delvis i Champagne. Fredrik drivs av att dela med sig av sina erfarenheter, kunskaper och av sin passion för dryck i kombination med god mat. Han vill på ett inbjudande, enkelt och inkluderande vis inspirera till mer kunskaper om vin och mousserande viner för att just du ska hitta dina bästa smakupplevelser.

Redan 1995 öppnade Fredrik tillsammans med sin familj sin första restaurang. Stockholm Wine Club grundades 2005 som via vänner och kontakter spridit sig över landet och numera finns i många städer under namnet Sweden Wine Club. År 2009 startade Fredrik det digitala magasinet DinVinguide.se som sedan dess fått ett systemmagasin med topplistor, DryckesListan.se.

