Redaktör Ludvig Hertzberg

Kriget om världens mest berömda bubblor

Renommé Champagne förknippas med terroir, tradition, firande och lyx. Bakom bubblorna gömmer sig en armé av jurister som i mer än ett sekel har försvarat en av Frankrikes värdefullaste tillgångar: själva namnet.



Rekordtidig skörd av Chardonnay-druvor på vingården Gobillard i Hautvillers, Champagne, 18/8 2026. Foto: Aurelien Morissard/AP

Skörden i Champagne var tidig i år. Extremt tidig. Att den ägt rum i augusti har bara hänt några gånger tidigare under de senaste hundra åren. Men efter den extremhetta som drabbade Frankrike under våren och sommaren 2026 krävs inga siffror för att konstatera klimatförändringarnas påverkan på landets nordligaste vinproducerande region, som också råkar vara ett av världens minsta vinområden. 34 200 hektar – utspridda över 319 kommuner i de fem departementen Aisne, Aube, Haute-Marne, Marne och Seine-et-Marne – utgör 0,5 procent av den globala vinarealen, men producerar 31 procent av världens mousserande vin, sett till värde. Det råder visserligen ingen tvekan om att det dricks betydligt fler flaskor prosecco än champagne – endast 8 procent av den totala mängden mousserande vin härstammar från Champagne – men äpplen och päron är som bekant inte jämförbara.

I Champagne, där inte bara jordmånen utan kyla, regn, frost och lynniga skyar skapat ett unikt mikroklimat, skakas nu förutsättningarna för världens mest berömda bubbel i grunden. Men klimatförändringarna är bara ett hot mot principen att ”champagne kan bara komma från Champagne”. Devisen, som myntats av Comité Champagne, branschorganisationen i spetsen för en sektor värderad till strax under 6 miljarder euro, kan låta enkel. Men att befästa och bevaka att den här kopplingen mellan vin och plats håller över tid och rum, har krävt och fortsätter kräva hårt arbete. Och det arbetet sker inte bara ute på vingårdarna.

Jag har i flera år forskat på en sida av champagne som sällan syns, och gör den det så uppfattas den knappast som särskilt ”champangsk”. Om jag hamnar i ett nytt middagssällskap och ska berätta om vad jag gör och säger att jag skriver om champagne så tar frågorna aldrig slut. Nyfikenheten är påtaglig. Det brukar ta lite längre tid att förklara att även om jag älskar att dricka och samla champagne så är jag i den meningen bara en *amateur*.

Jag beundrar dem som besitter kunskapen och förmågan att sätta ord på det som finns i glaset: färg, *terroir*, doft, bubblornas rörelse och storlek. Men min vokabulär är lite annorlunda: kapital, investering, universell, värde, rättsfall. Den ena uppsättningen av ord utesluter inte den andra, men det är två språk som möts, eller kanske stångas mot varandra.

Under åren har jag insett hur mycket vinhistoria som skrivs som en historia om producenter, druvor, smak. Knappast något att förvånas över, särskilt inte i Champagne där det finns så många berömda hus med så många starka varumärken, och samtidigt en enorm kunskap om marken, druvorna, traditionen i hantverket.

Men champagne är inte bara ett av världens minsta vinområden, det är också ett av de mest reglerade. Logiskt kan man tycka, eftersom det som produceras är exklusivitet och autenticitet på flaska. Det som skålas i vid bröllop, dop, alla de viktiga tillfällen då något ska firas, markeras och minnas. Men ordet ”vin” är på något sätt otillräckligt i sammanhanget. Champagne är vin, men ändå inte. För att låna ett begrepp från den franske ekonomen Lucien Karpik är champagne kanske bäst beskrivet som en singularitet, utanför traditionella marknadslogiker.

En sådan position skapas i sin tur av en uppsättning regler i produktionen, vilka druvor som är tillåtna, hur skörden ska gå till, hur länge flaskorna ska lagras innan de får säljas. Reglerna kan töjas på, som i år, då det blev tillåtet att höja alkoholprocenten från det vanliga 13 till 15. Men den reglering som skyddar namnet champagne och det kapital och värde det inkapslar är inte lika töjbar.

Den historien handlar bara delvis om det som många kanske tänker på först, nämligen hur reklam, film, mode och sport, celebritets- och *collab*-kulturen har gjort namn och varumärken som Moët & Chandon, Bollinger, Veuve Clicquot, Dom Pérignon, Ruinart, Krug omedelbart igenkännliga som symboler för lyx och exklusivitet. Men den länk som etableras mellan plats och produkt genom champagne, de värden som till alla pris måste försvaras genom platskopplingen är delvis en annan, parallell historia.

Klart är att champagne alltid har varit en exportvara signalerande lyx, exklusivitet, autenticitet och franskhet. Poängen är dock här att dessa kategorier knappast uppstår organiskt utan snarare konstrueras, upprätthålls och – framför allt – kontrolleras. Sociologen Pierre Bourdieu frågade en gång: ”Vem vill inte bli koloniserad av Frankrike?” Bourdieu visste bättre än att bagatellisera Frankrikes koloniala historia. Det han talade om var det globala inflytande landet sedan sekler tillbaka utövar genom produkter vi associerar med lyx men också hantverk, särskilt inom parfym, mode, vin och mat. Och champagne.

I ett större perspektiv är champagne på sätt och vis det perfekta studieobjektet – skyddet av en idé och ett namn – för historien om immateriella rättigheter och deras betydelse för hur vi kontrollerar kultur, vetenskap och information. En av samtidens stora frågor. Så stor att den inte går att lämna åt juristerna. Det låter kanske bakvänt, men det är i skärningspunkten mellan magin i glaset och de juridiska system som under 1900-talet får sin moderna form som en annan och mer okänd historia om champagne växer fram. Det är den historien jag arbetar med.



Champagnens renommé är ett kapital som skyddas av en armé av jurister som håller utkik efter varje användning av ”c-ordet”. Foto: Aurelien Morissard/AP

Den har tagit sin kraft från dynamiken mellan det regionala och det globala och börjar på allvar med framväxten av internationella marknader, och internationella rörelser för att reglera dessa marknader. Och inget land har drivit utvecklingen mot reglering mellan vin och plats lika hårt och lika övertygat som Frankrike. Mot fiender inom landet och fiender utomlands, traditionellt i Tyskland och USA.

Det huvudsakliga målet? Att skydda namnet eller beteckningen champagne mot att bli generiskt. I början av 1900-talet var fienden amerikanska producenter som Gold Seal Champagne från Urbana, New York, eller Great Western-champagnen från den lilla orten Rheims, New York. Från det amerikanska perspektivet ett problemfritt användande eftersom konsumenterna knappast kunde tvivla på att dessa vinproducenter var verksamma i USA, även om det var olyckligt för de franska champagnehusen att Rheims i New York påminde mycket om champagnens centralort, staden där alla franska kungar kröntes, Reims. För Frankrike var det bara ytterligare ett steg mot urvattnandet av det värde som namnet representerar.

Det som ytterst ska skyddas via namnet på ett vin och en plats är något mycket svårfångat och mycket värdefullt: renommé. Det krävdes tid för Frankrike att övertyga världen om att champagne inte var ett generiskt uttryck för en viss typ av produktionsmetod, utan bara kunde användas på vin från Champagne.

Resultatet av den kampen ser vi i dag i form av geografiska beteckningar, ett samlingsbegrepp för just kopplingen och skyddet av produkt och plats, ett allt viktigare instrument för den ökade integrationen mellan regionernas mat och vin, hantverk, turism, kulturarv. Andra använder begreppet territoriellt varumärke. Vad det än kallas är det hela inbyggt i det globala handelssystemet, inte minst genom WTO:s TRIPS-avtal.

Men att ett sådant system existerar betyder inte att handelskrig inte skulle återkomma med viss regelbundenhet, som under sommaren 2021 då Rysslands president Vladimir Putin undertecknade en ändring av den federala lagen som reserverade användningen av det ryska ordet *sjampanskoje* för mousserande viner producerade i Ryssland. Fransk champagne, å sin sida, skulle från och med nu behöva märkas som ”mousserande vin” för att få säljas på den ryska marknaden.

För Comité Champagne var detta liktydigt med en krigsförklaring. Spansk cava, italiensk prosecco och framför allt rysk sjampanskoje hade aldrig varit och skulle aldrig bli champagne. På motsvarande vis var tanken att den äkta varan skulle kunna reduceras till något så intetsägande som ”mousserande vin” helt otänkbar. Ett fullskaligt handelskrig var nära förestående. Den franska pressen ställde sig bakom dåvarande handelsminister Franck Riester: den ryska omklassificeringen var ett regelrätt angrepp på en ovärderlig nationell skatt. För att inte tala om det hot den utgjorde mot en av Frankrikes viktigaste exportindustrier.

> ”Champagne är vin, men ändå inte.”

Champagnens renommé är ett kapital som skyddas av en armé av jurister som håller utkik efter varje användning av ”c-ordet” som inte anses acceptabelt av Comité Champagne. Som 1994, när Yves Saint Laurent fick dra tillbaka sin parfym ”Champagne”, lanserad för ”kvinnor som bubblar.” Eller den långvariga striden i den lilla schweiziska byn Champagne om rätten att producera sitt eget vin under sitt eget namn. YSL och Schweiz förlorade sina strider. Comité Champagne vann.

Sedan 2015 befinner sig Champagne (kullarna, champagne-husen och deras källare) på Unescos världsarvslista. Den statusen har uppnåtts genom reglering och immateriella rättigheter, diplomati och handelsteknik, medier och celebritetskultur, idéer om exklusivitet och autenticitet. Stora värden står på spel: ekonomiska och symboliska. Det är alltså inte särskilt långsökt att rama in såväl klimatförändringen som hotet mot namnet i termer av invasion och krig. Eller mobilisering och försvar.

Champagne brukar dyka upp när något särskilt ska firas. Om man nu känner att höja ett glas för lagstiftning så väntar ett tillfälle nästa sommar. Den 22 juli 2027 är det 100 år sedan konflikten mellan Marne i norr och Aube i söder slutligen bilades – en strid som ministern Étienne Clémentel hade beskrivit som ett ”modernt inbördeskrig”. Efter två decenniers strider i parlamentet och på gatorna erkändes Aubes rätt till namnet champagne och gränserna drogs för det område vi känner i dag. *Santé*!

Eva Hemmungs Wirtén
Professor em i medierad kultur vid Linköpings universitet
understrecket@svd.se