vinetur

2025 में फ्रांसीसी फूडसर्विस खरीदारों ने Prosecco की खरीद 22.6% बढ़ाई

FranceAgriMer ने पाया कि Prosecco 2019 की तुलना में 175% बढ़ा, और घटते ऑन-ट्रेड वाइन बाज़ार में Champagne से आगे रहा।

गुरुवार, 24 सितंबर 2026



FranceAgriMer के व्होलसेलरों और कैश-एंड-कैरी ऑपरेटरों के जरिए वाइन खरीद पर किए गए एक अध्ययन के अनुसार, 2025 में फ्रांसीसी बारों, रेस्टोरेंटों और होटलों ने Prosecco काफी अधिक खरीदा, जबकि फूडसर्विस में व्यापक वाइन बाज़ार कमजोर बना रहा।

अध्ययन में पाया गया कि फ्रांसीसी ऑन-ट्रेड चैनल में बेची जाने वाली वाइनों में Prosecco ने सबसे तेज़ वृद्धि दर्ज की, और खरीद मात्रा 2024 की तुलना में 22.6% बढ़ी। 2019 की तुलना में यह बढ़ोतरी 175% तक पहुंच गई। यह नतीजा फ्रांस में खास तौर पर उल्लेखनीय है, जहां Champagne अब भी प्रमुख घरेलू स्पार्कलिंग वाइन है और जहां रेस्टोरेंट वाइन कारोबार के व्यापक क्षेत्र पर दबाव है।

FranceAgriMer ने कहा कि उसने जिस चैनल का अध्ययन किया, वह बाज़ार का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। उसके अनुमान के मुताबिक, संगठित वितरण के माध्यम से वाणिज्यिक फूडसर्विस की खरीद फ्रांस के वाइन बाज़ार का लगभग 40% मात्रा के आधार पर बनाती है। इस चैनल में, कैफे, होटल और रेस्टोरेंट में कुल वाइन बिक्री 2025 में पिछले वर्ष की तुलना में मात्रा में 3.6% और मूल्य में 3.8% घटी, जबकि कीमतें मोटे तौर पर स्थिर रहीं। संकट-पूर्व 2019 के स्तर की तुलना में मात्रा 21.1% कम थी। मूल्य के लिहाज से गिरावट कम, 8.9% रही, क्योंकि औसत कीमत महामारी से पहले की तुलना में 15.5% अधिक थी।

स्टिल वाइन सबसे बड़ा खंड बनी रहीं, लेकिन 2025 में उन्होंने हिस्सेदारी गंवाई। FranceAgriMer ने 2024 की तुलना में स्टिल वाइन की मात्रा में 4.9% और मूल्य में 5.2% की गिरावट दर्ज की। स्पार्कलिंग और सेमी-स्पार्कलिंग वाइन ने इसके विपरीत रुख दिखाया। उनकी मात्रा 6.3% बढ़ी, जबकि राजस्व 0.9% बढ़ा। मूल्य में कमजोर वृद्धि औसत विक्रय मूल्य में 5% गिरावट को दर्शाती है, जिसे अध्ययन ने 75cl समतुल्य के लिए 10.7 यूरो बताया।

इस बढ़त के बावजूद, स्टिल वाइन फ्रांसीसी फूडसर्विस बाज़ार पर हावी रहीं। उन्होंने चैनल में बेची गई कुल वाइन मात्रा का लगभग 88% हिस्सा बनाया, जबकि स्पार्कलिंग और सेमी-स्पार्कलिंग वाइनों की हिस्सेदारी 12% थी। लेकिन स्पार्कलिंग वाइन ही एकमात्र श्रेणी थीं जो 2019 के स्तर से ऊपर रहीं। FranceAgriMer ने कहा कि स्पार्कलिंग और सेमी-स्पार्कलिंग वाइन की मात्रा पूर्व-Covid अवधि की तुलना में 16.5% और मूल्य 6.2% बढ़ा।

स्पार्कलिंग खंड में, बिक्री मात्रा का अधिकांश हिस्सा Champagne, Prosecco, Lambrusco, Crémant d'Alsace और Crémant de Loire में केंद्रित था। इनमें से Prosecco ने 2025 में वर्ष-दर-वर्ष सबसे तेज़ वृद्धि दर्ज की। Champagne, जो अब भी खंड की बिक्री मात्रा का 21% था, ने इसके विपरीत दिशा में रुख किया, और 2024 की तुलना में उसकी मात्रा 5.5% घटी।

दीर्घकालिक तुलना और भी अधिक उल्लेखनीय थी। FranceAgriMer ने कहा कि 2019 के बाद स्पार्कलिंग वाइन मात्रा में वृद्धि मुख्यत: Prosecco से प्रेरित रही। इसी अवधि में Champagne संकट-पूर्व स्तर से 25.7% नीचे रहा। ये आंकड़े संकेत देते हैं कि फ्रांसीसी फूडसर्विस खरीदार कम कीमत वाले आयातित स्पार्कलिंग वाइनों के लिए अधिक जगह दे रहे हैं, ऐसे समय में जब रेस्टोरेंट और उपभोक्ता खर्च पर अधिक ध्यान दे रहे हैं।

अध्ययन में मूल्य संबंधी आंकड़े भी इसी दिशा का संकेत देते हैं। 2019 के बाद से Cava को छोड़कर हर स्पार्कलिंग वाइन श्रेणी में औसत कीमतें बढ़ी हैं, जबकि Cava की कीमत 6% घटी। Champagne की औसत कीमत 17% बढ़कर 21.16 यूरो प्रति 75cl समतुल्य हो गई। Prosecco की औसत कीमत 5% बढ़कर 5.3 यूरो हुई। स्पार्कलिंग समूह में सबसे बड़ी कीमत वृद्धि Crémant de Bourgogne में दर्ज की गई, जो 2019 की तुलना में 21% बढ़ी।

स्पार्कलिंग वाइनों के बाहर, अध्ययन में रेड वाइनों से हटकर ड्राई व्हाइट्स की ओर लगातार बदलाव पाया गया। सभी प्रमुख वाइन प्रकारों में मात्रा में गिरावट दर्ज हुई, लेकिन ड्राई व्हाइट्स ने बाकी श्रेणियों की तुलना में बेहतर प्रदर्शन किया और 2019 से उनकी बाजार हिस्सेदारी 6% बढ़ी। 2024 की तुलना में, ड्राई व्हाइट की मात्रा 13,500 हेक्टोलिटर घटी, जबकि रोज़े की मात्रा 16,446 हेक्टोलिटर कम हुई। रेड वाइनों में सबसे तेज़ गिरावट दर्ज हुई, जो 34,500 हेक्टोलिटर नीचे रही।

वाइन संबंधी यह आंकड़ा तब आया जब फ्रांस के व्यापक आउट-ऑफ-होम रेस्टोरेंट बाज़ार में 2025 में केवल मामूली बदलाव दिखा। कुल उपभोग अवसर 2024 की तुलना में 0.1% घटकर 7.4 billion units रह गए, जबकि कर-पूर्व सेक्टर राजस्व 85.6 billion euros तक पहुंचा, जो 0.9% अधिक था। FranceAgriMer ने कहा कि उपभोक्ता घर के बाहर खाने-पीने के दौरान अब भी अपनी आदतें बदल रहे हैं। लगभग 45% लोग खर्च सीमित करने के लिए अपने रेस्टोरेंट अनुभव में बदलाव कर रहे हैं, अक्सर कम कीमत वाले स्थान चुनकर। अन्य लोग अपने सामान्य प्रतिष्ठानों पर ही टिके हुए हैं, लेकिन प्रचार ऑफ़र खोज रहे हैं या कम व्यंजन ऑर्डर कर रहे हैं।

उपभोक्ताओं की यह सतर्कता यह समझाने में मदद करती है कि सेक्टर का राजस्व मात्रा की तुलना में अधिक मजबूत क्यों बना हुआ है। आउट-ऑफ-होम डाइनिंग में आरक्षण 2025 में केवल 0.1% घटे, और कुल राजस्व 2019 के स्तर से ऊपर था, लेकिन अध्ययन ने कहा कि उस मूल्यवृद्धि का एक हिस्सा कीमतों में बढ़ोतरी से आता है। ऐसे माहौल में, फ्रांस में Prosecco की मजबूत बढ़त संभवतः स्पार्कलिंग वाइन की मांग में व्यापक सुधार और बारों तथा रेस्टोरेंटों में अधिक किफायती विकल्पों की ओर खरीदारों के रुझान, दोनों को दर्शाती है।