vinetur

2026 की पहली छमाही में इटली का वाइन निर्यात 6.2% गिरा

निर्यात मात्रा 4% घटी, औसत कीमतें 2.8% फिसलीं, और स्पार्कलिंग वाइन क्षेत्र की मजबूती का मुख्य स्रोत बनी रहीं।

शुक्रवार, 25 सितंबर 2026



Wineitaly24 की इस सप्ताह प्रकाशित बाजार समीक्षा के अनुसार, 2026 की पहली छमाही में इटली के वाइन निर्यात गिर गए, और कम शिपमेंट, कम राजस्व तथा औसत कीमतों में गिरावट ने एक साथ इस क्षेत्र को प्रभावित किया।

समीक्षा के अनुसार, इटली ने वर्ष के पहले छह महीनों में लगभग €3.6 अरब की वाइन निर्यात की, जो 2025 की समान अवधि से 6.2% कम है। निर्यात मात्रा 4% घटकर 989.6 मिलियन लीटर रह गई। औसत निर्यात मूल्य भी 2.8% गिरा, जो उत्पादकों के लिए कमजोर मूल्य-निर्धारण शक्ति और संकुचित मार्जिन की ओर इशारा करता है।

यह गिरावट मुख्य रूप से स्टिल वाइन में रही, जबकि स्पार्कलिंग वाइन ने अधिक मजबूती दिखाई। यह अंतर केवल वाइन तक सीमित नहीं है, क्योंकि मात्रा, मूल्य और कीमत में एक साथ गिरावट व्यापक पेय कारोबार में मार्जिन की

अपेक्षाओं, प्रतिस्पर्धी दबाव और व्यावसायिक रणनीति को प्रभावित कर सकती है, खासकर तब जब उत्पादक वाइन के प्रदर्शन की तुलना कॉकटेल, रेडी-टू-ड्रिंक उत्पादों और उसी उपभोक्ता खर्च के लिए प्रतिस्पर्धा करने वाली अन्य श्रेणियों से कर रहे हों।

Wineitaly24 की समीक्षा में ऐसे बाजार का वर्णन किया गया जो केवल उत्पादन क्षमता को कम महत्व दे रहा है और ब्रांड पोजिशनिंग, वितरण की मजबूती, उपभोक्ता अनुभव तथा नई मांग खोजने की क्षमता को अधिक महत्व दे रहा है। इसमें ब्राज़ील जैसे वैकल्पिक निर्यात बाजारों में बढ़ती रुचि की ओर भी इशारा किया गया, क्योंकि इतालवी उत्पादक धीमे पड़ते गंतव्यों पर निर्भरता कम करने की कोशिश कर रहे हैं।

पहली छमाही में इटली के नतीजे फ्रांस की तुलना में कमजोर रहे। समीक्षा के अनुसार, फ्रांस ने लगभग €5.4 अरब की वाइन निर्यात की, जो मूल्य में 2.2% और मात्रा में 1.5% की गिरावट है। अर्जेंटीना में अलग रुझान दिखा, जहां निर्यात मात्रा 16.3% बढ़ी और निर्यात मूल्य 4.2% ऊपर गया, लेकिन औसत कीमत में 10.4% गिरावट की कीमत पर। रिपोर्ट के अनुसार, चिली और स्पेन कम उत्पादन और अधिक कीमतों से प्रभावित हुए, जिसका निर्यात पर नकारात्मक असर पड़ा।

इन तुलनाओं से संकेत मिलता है कि सिर्फ मात्रा बढ़ना बेहतर रिटर्न की गारंटी नहीं देता। इतालवी उत्पादकों के लिए, अब विदेशी बाजारों में अधिक उत्पाद भेजने जितना ही महत्वपूर्ण कीमतों की रक्षा करना हो सकता है।

स्पार्कलिंग वाइन इटली के निर्यात मिश्रण का सबसे मजबूत हिस्सा बनी रही। पहली छमाही में, इतालवी स्पार्कलिंग वाइन निर्यात लगभग €1 अरब तक पहुंचा, जो एक साल पहले से 0.4% अधिक था, जबकि मात्रा 252.2 मिलियन लीटर पर लगभग स्थिर रही, 0.7% नीचे। Prosecco DOP मुख्य चालक बना रहा, जिसका योगदान €825.4 million रहा, यानी सभी इतालवी स्पार्कलिंग वाइन निर्यात का लगभग 82%।

हालांकि, Prosecco भी मंदी से पूरी तरह अछूता नहीं था। इसका निर्यात मूल्य 1.3% गिरा और मात्रा 0.3% फिसली, हालांकि यह व्यापक वाइन क्षेत्र की तुलना में अब भी कहीं बेहतर नतीजा था। संयुक्त राज्य अमेरिका में, Prosecco DOP के निर्यात का मूल्य €236.9 million रहा, जबकि इसमें 7.2% की गिरावट आई। जर्मनी में इतालवी स्पार्कलिंग वाइन के लिए रुझान अधिक मजबूत रहा, जहां निर्यात €64.4 million रहा, 2.7% ऊपर।

स्पार्कलिंग वाइन के बेहतर प्रदर्शन से उपभोग में व्यापक बदलाव का संकेत मिल सकता है। Wineitaly24 ने कहा कि अंतरराष्ट्रीय मांग अधिक ताज़ा, अधिक बहुमुखी उत्पादों की ओर बढ़ रही है, जिनमें औसत अल्कोहल कम है और जो मिक्सोलॉजी सहित अधिक अवसरों में फिट हो सकते हैं। यह रुझान न केवल अपेलेशंस पर, बल्कि पैकेजिंग, फॉर्मेट और इस पर भी असर डाल सकता है कि वाइन समूह अन्य पेय श्रेणियों के मुकाबले अपनी स्थिति कैसे तय करते हैं।

संयुक्त राज्य अमेरिका अब भी इतालवी निर्यातकों के लिए सबसे बड़ा सवाल बना हुआ है। कई कमजोर महीनों के बाद, Wineitaly24 ने बताया कि जुलाई में पहले सकारात्मक संकेत मिले, जब अमेरिका को इतालवी वाइन निर्यात का मूल्य लगभग 10% बढ़ा। मात्रा 1.3% बढ़ी, और औसत कीमत 8% से अधिक ऊपर गई।

इस सुधार ने वर्ष की शुरुआत में बनी गिरावट के कुछ हिस्से को कम किया। जून तक जो अंतर लगभग -14% तक पहुंच गया था, वह पहले सात महीनों में करीब -11% तक सुधर गया, और समीक्षा ने कहा कि अगस्त ने इस कमी को और घटाकर लगभग -9.5% कर दिया होगा। फिर भी, उसने कहा कि इस बदलाव को अभी मोड़-बिंदु कहना जल्दबाज़ी होगी।

अमेरिकी बाजार में कई जोखिम अब भी बने हुए हैं, जिनमें टैरिफ, मुद्रास्फीति, डॉलर की मजबूती, घरेलू क्रय शक्ति और उपभोक्ता आदतों में गहरे बदलाव शामिल हैं। समीक्षा ने कहा कि अगस्त 2025 से जुलाई 2026 तक का विपणन वर्ष अमेरिकी बाजार में इतालवी वाइन के लिए हाल के वर्षों में अब भी सबसे कमजोर वर्षों में से एक था। इसमें यह भी नोट किया गया कि अमेरिकी उपभोक्ता अपना खर्च स्पार्कलिंग वाइन, कॉकटेल, रेडी-टू-ड्रिंक उत्पादों और अन्य पेयों में बाँट रहे हैं, और वे ऐसे उत्पादों को पुरस्कृत कर रहे हैं जो इस्तेमाल में आसान हों और नई जीवनशैलियों के अनुकूल हों।

इटली के भीतर, निर्यात प्रदर्शन क्षेत्र-दर-क्षेत्र काफी अलग रहा। पहली छमाही में लगभग €1.3 अरब के वाइन निर्यात के साथ वेनेटो देश का अग्रणी निर्यातक बना रहा, लेकिन यह 8.4% नीचे था। पीडमोंट 2.4% बढ़कर €566 million पर पहुंचा और टस्कनी को पीछे छोड़ दिया। एमिलिया-रोमाग्ना 5.6% बढ़ा, और फ्रिउली-वेनेजिया जूलिया 2.5% ऊपर गया।

मोलिसे, बासिलिकाता, लिगुरिया और वल्ले द'ओस्ता जैसे छोटे क्षेत्रों में प्रतिशत वृद्धि मजबूत रही, हालांकि उनकी शुरुआती आधार बहुत कम थे। त्रेंटीनो-अल्टो अदिजे, अब्रूज्जो, सिसिली, लाज़ियो, उम्ब्रिया और सार्डिनिया सहित अन्य क्षेत्रों पर दबाव बताया गया।

क्षेत्रीय विभाजन यह दिखाता है कि बाजार कितना असमान हो गया है। अब प्रदर्शन काफी हद तक उत्पाद के प्रकार, बाजार जोखिम, ब्रांडिंग और व्यावसायिक संरचना पर निर्भर करता दिखता है, न कि केवल राष्ट्रीय रुझानों पर।

घरेलू मोर्चे पर, समीक्षा में कहा गया कि वाइन पर्यटन वाइनरी के लिए अधिक महत्वपूर्ण होता जा रहा है, न केवल बिक्री के एक अतिरिक्त स्रोत के रूप में, बल्कि खुद कारोबार के मूल्य के हिस्से के रूप में भी। यह बदलाव इस बात में एक और परत जोड़ता है कि उत्पादक कमजोर निर्यात पर कैसे प्रतिक्रिया दे सकते हैं, खासकर तब जब कई उत्पादक ऐसे बाजार में अपने मार्जिन की रक्षा करने की कोशिश कर रहे हैं जहां उपभोक्ता अधिक चयनात्मक हो रहे हैं और श्रेणी-स्तरीय प्रतिस्पर्धा बढ़ रही है।