vinetur

ब्राज़ील में प्रति व्यक्ति वाइन की खपत पहली बार 3 लीटर से ऊपर

अक्टूबर में ProWine São Paulo से पहले, 2025 में ब्राज़ील का वाइन बाजार 21.1 अरब रियाल तक पहुंचा।

सोमवार, 5 अक्टूबर 2026



ProWine São Paulo से पहले जारी आंकड़ों के अनुसार, 2025 में ब्राज़ील का वाइन बाजार 21.1 अरब रियाल तक पहुंचा और सालाना खपत पहली बार प्रति व्यक्ति 3 लीटर से अधिक हो गई। यह व्यापार मेला 6 अक्टूबर को São Paulo के Expo Center Norte में शुरू होगा और 8 अक्टूबर तक चलेगा।

अब अपने सातवें संस्करण में पहुंच चुका यह आयोजन पहली बार दो पवेलियन में आयोजित होगा। इसमें 43 देशों के 2,000 से अधिक उत्पादकों के आने की उम्मीद है। वे आयातकों, वितरकों, सोमेलियरों और खुदरा व आतिथ्य क्षेत्र के खरीदारों से मिलेंगे। आयोजकों का कहना है कि यह मेला आम उपभोक्ताओं के लिए नहीं, बल्कि उन कंपनियों के लिए है जो तय करती हैं कि आने वाले महीनों में ब्राज़ील भर में क्या आयात होगा, दुकानों में क्या उपलब्ध कराया जाएगा और क्या बेचा जाएगा।

ProWine São Paulo की निदेशक Malu Sevieri ने कहा कि मेले में अक्सर उन उत्पादों की झलक मिलती है जो बाद में सुपरमार्केट की अलमारियों पर दिखाई देते हैं। उनके मुताबिक, 2025 में इस आयोजन में 20,000 से अधिक लोग आए, जिनमें से 87% फैसले लेने वाले पदों पर थे। मेले के दौरान करीब 250 मिलियन रियाल का कारोबार हुआ और इसके बाद के तीन महीनों में 500 मिलियन रियाल के सौदों का अनुमान था।

इस आयोजन का विस्तार ब्राज़ील के वाइन उद्योग में व्यापक वृद्धि को दर्शाता है। Sevieri ने कहा कि बाजार को बेहतर जानकारी रखने वाले उपभोक्ताओं, इस श्रेणी में नए खरीदारों के आने और घरेलू उद्योग के मजबूत होने से समर्थन मिला है। इसके बावजूद, वाइन की खपत करने वाले प्रमुख देशों की तुलना में ब्राज़ील में प्रति व्यक्ति खपत अब भी काफी कम है। उन्होंने अर्जेंटीना का उदाहरण दिया, जहां सालाना खपत करीब 30 लीटर प्रति व्यक्ति है।

सबसे मजबूत वृद्धि में से कुछ ऊंची कीमत वाले उत्पादों में दिख रही है। आयोजकों द्वारा साझा किए गए आंकड़ों के मुताबिक, सुपर प्रीमियम श्रेणी—जिसमें 1,000 रियाल से अधिक कीमत वाली बोतलें शामिल हैं—की बिक्री से होने वाली आय 2025 में करीब 15% बढ़ी। स्पार्कलिंग वाइन की बिक्री 9 लीटर वाले 4.5 मिलियन केस तक पहुंची, जो 8% की वृद्धि है।

व्यापार मेले का बढ़ा हुआ विस्तार विदेशी उत्पादकों की बढ़ती दिलचस्पी की ओर भी इशारा करता है। Sevieri ने कहा कि नए क्षेत्रों और देशों से पूछताछ बढ़ी है, क्योंकि कंपनियां ब्राज़ील के खरीदारों तक पहुंच बनाने की कोशिश कर रही हैं। ब्राज़ील इसलिए अलग है क्योंकि उसका वाइन बाजार कई देशों के लेबलों के लिए अपेक्षाकृत खुला है। इसके विपरीत, कुछ उत्पादक देशों में घरेलू वाइन की स्थानीय खपत पर मजबूत पकड़ है।

इस साल के आयोजन में पुर्तगाल, स्पेन, इटली, फ्रांस, चिली और अर्जेंटीना जैसे स्थापित निर्यातकों के साथ-साथ ब्राज़ील के बाजार में कम प्रचलित देशों के उत्पादक भी शामिल होंगे। आयोजकों के अनुसार, मेले में नए भागीदार क्षेत्र, जर्मनी के दो प्रतिनिधिमंडल और ऐसे Champagne उत्पादक भी शामिल होंगे जिनका अभी ब्राज़ील में वितरण नहीं है।

Sevieri ने कहा कि ब्राज़ील में यूरोपीय देशों की दिलचस्पी बढ़ी है। उन्होंने आयातकों की तलाश में सीधे आयोजन में पहुंचने वाले फ्रांसीसी उत्पादकों की बढ़ती मौजूदगी, स्पेन की अधिक आक्रामक भागीदारी और पुर्तगाली उत्पादकों की संख्या में फिर से आई वृद्धि का जिक्र किया। उन्होंने इस बदलाव के एक हिस्से को Mercosur और यूरोपीय संघ के बीच व्यापार समझौते से जोड़ा। उम्मीद है कि इसके तहत 2034 तक दोनों समूहों के बीच आयात शुल्क शून्य हो जाएगा।

व्यापक पेय उद्योग के लिए, आयातित वाइन के प्रति ब्राज़ील का खुलापन एक महत्वपूर्ण बाजार बन सकता है, खासकर अगर अधिक स्थापित बाजारों में मांग कमजोर बनी रहती है। अपेक्षाकृत कम आधार से खपत बढ़ा रहा देश विविधीकरण चाहने वाले आपूर्तिकर्ताओं को अवसर दे सकता है, विशेषकर स्पार्कलिंग वाइन, प्रीमियम लेबल और कम अल्कोहल वाले नए उत्पादों जैसी श्रेणियों में।

आयोजकों के मुताबिक, इस साल खपत में आए सबसे स्पष्ट बदलावों में से एक व्हाइट वाइन की बढ़ती लोकप्रियता है। Sevieri ने कहा कि प्रतिशत के लिहाज से व्हाइट वाइन अब सबसे तेजी से बढ़ती श्रेणी है, जबकि रोज़े की बिक्री स्थिर रही और रेड वाइन में 1.4% की मामूली गिरावट आई। उनके अनुसार, ब्राज़ील की जलवायु और खान-पान की संस्कृति इस बदलाव के कुछ कारण हैं। उपभोक्ता व्हाइट वाइन को हल्का और दोपहर के भोजन जैसे अवसरों के लिए अधिक उपयुक्त भी मानते हैं।

अगर यह रुझान जारी रहता है, तो मेले के खरीदार ब्राज़ील में उपलब्ध व्हाइट वाइन की विविधता बढ़ा सकते हैं—उत्पादकों की संख्या और दुकानों में मौजूद देशों, दोनों के लिहाज से। Sevieri ने कहा कि बाजार में पहले रोज़े के मामले में भी ऐसा ही रुझान दिखा था : जिन उत्पादकों का कोई आयातक नहीं था, उन्होंने पहले मेले में हिस्सा लिया और बाद में उनके उत्पाद खुदरा दुकानों तक पहुंचे।

कम अल्कोहल वाली और अल्कोहल-मुक्त वाइन एक अन्य श्रेणी है जिसके लिए अधिक जगह बनने की उम्मीद है।

Sevieri ने कहा कि हाल तक अल्कोहल-मुक्त वाइन मुख्य रूप से कुछ ही विकल्पों के साथ विशेष दुकानों तक सीमित थी। अब, उनके मुताबिक, यह श्रेणी सुपरमार्केट में नियमित रूप से दिखाई दे रही है। इससे संकेत मिलता है कि खुदरा विक्रेता इसे किसी सीमित खास वर्ग के बजाय मुख्यधारा की श्रेणी मान रहे हैं।

ProWine जैसे कारोबार-केंद्रित आयोजन में यह बदलाव मायने रखता है, क्योंकि यहां आने वाले लोग नए उत्पादों को सिर्फ चखने के बजाय खरीद और उत्पाद-पोर्टफोलियो से जुड़े फैसले लेते हैं। कोई खुदरा विक्रेता किसी श्रेणी का विस्तार कर सकता है, कोई आयातक नए उत्पादक के साथ समझौता कर सकता है और कोई वितरक ऐसा लेबल शामिल कर सकता है जिसकी पहले ब्राज़ील तक पहुंच नहीं थी। ये फैसले कुछ महीनों बाद दुकानों में उपभोक्ताओं को मिलने वाले विकल्पों को आकार दे सकते हैं।

इस साल के आयोजन का पैमाना दिखाता है कि उत्पादक ब्राज़ील को महज एक गौण बाजार से अधिक मानते हैं। प्रति व्यक्ति खपत अब 3 लीटर से ऊपर है, स्पार्कलिंग वाइन और प्रीमियम बोतलों की बिक्री बढ़ रही है और व्हाइट, कम अल्कोहल वाली तथा अल्कोहल-मुक्त वाइन के लिए अधिक जगह बन रही है। ऐसे में इस सप्ताह São Paulo में जुटे खरीदार संभवत: न सिर्फ यह तय करने में असर डालेंगे कि कौन-सी वाइन देश में आएगी, बल्कि यह भी कि निकट भविष्य में दुकानों की अलमारियों पर इस श्रेणी के किन उत्पादों को सबसे अधिक जगह मिलेगी।