vinetur

इतालवी वाइन उत्पादक निर्यात बढ़ाने के लिए ब्राज़ील का रुख कर रहे हैं

मेरानो वाइनफेस्टिवल के अधिकारियों के मुताबिक, बदलती पसंद और ईयू-मर्कोसुर व्यापार समझौता ब्राज़ील में करों और वितरण की बाधाएँ कम करने में मदद कर सकते हैं

रविवार, 8 नवंबर 2026



नए निर्यात बाज़ार तलाश रहे इतालवी वाइन उत्पादक ब्राज़ील पर अधिक ध्यान दे रहे हैं। शनिवार, 7 नवंबर को मेरानो वाइनफेस्टिवल में व्यापार अधिकारियों, उत्पादकों और उद्योग विशेषज्ञों ने कहा कि करों, वितरण और कीमतों से जुड़ी बाधाओं के बावजूद दक्षिण अमेरिकी देश में विकास की गुंजाइश है।

यह चर्चा मेरानो में आयोजित फेस्टिवल के 35वें संस्करण के दौरान 'ब्राज़ील और यूरोप : वाइन कारोबार की नई सीमाएँ' शीर्षक वाले मंच पर हुई। प्रतिभागियों ने इतालवी वाइनरी के सामने मौजूद एक बुनियादी सवाल पर ध्यान दिया : ऐसे बाज़ार में नए उपभोक्ताओं तक कैसे पहुँचा जाए, जहाँ प्रीमियम वाइन में दिलचस्पी बढ़ रही है, लेकिन प्रतिस्पर्धा भी कड़ी है, कीमतों को लेकर संवेदनशीलता अधिक है और बाज़ार में राह बनाना मुश्किल है।

कार्यक्रम में पेश किए गए आँकड़ों से इस अवसर का आकार अधिक स्पष्ट हुआ। मंच पर साझा किए गए आँकड़ों के अनुसार, ब्राज़ील लगभग $561 मिलियन की वाइन आयात करता है और $13.8 मिलियन का निर्यात करता है। देश में 965 पंजीकृत वाइनरी हैं और सालाना उत्पादन लगभग 310 मिलियन लीटर है। ये आँकड़े ऐसे बाज़ार की ओर संकेत करते हैं जहाँ घरेलू उत्पादन के साथ आयातित बोतलों की बड़ी खेप भी आती है, खासकर चिली और अर्जेंटीना से। यूरोपीय आपूर्तिकर्ताओं में पुर्तगाल की अहम जगह है, जिससे इतालवी उत्पादकों के सामने प्रतिस्पर्धा और बढ़ जाती है।

कार्यक्रम में वक्ताओं ने कहा कि ब्राज़ील के उपभोक्ताओं की पसंद भी बदल रही है। रेड वाइन की जगह बनी हुई है, लेकिन व्हाइट, रोज़े और स्पार्कलिंग वाइन में पहले से अधिक दिलचस्पी दिखाई दे रही है। प्रतिभागियों ने कम चर्चित इतालवी क्षेत्रों और अपीलासियोनों को लेकर बढ़ती जिज्ञासा का भी ज़िक्र किया। अंगूर की किस्मों और वाइन शैलियों की व्यापक विविधता वाले देश के उत्पादकों को इस रुझान से लाभ हो सकता है। इतालवी वाइनरी, खासकर छोटी और मध्यम आकार की उत्पादक इकाइयों के लिए, यह दिलचस्पी तभी अवसर बन सकती है जब इसके साथ सही बाज़ार रणनीति, उत्पाद की उचित स्थिति और मूल्य निर्धारण भी हो।

इसका महत्व किसी एक निर्यात गंतव्य से कहीं अधिक है। पारंपरिक बाज़ारों में धीमी वृद्धि या बदलते उपभोग रुझानों का सामना कर रही पेय कंपनियाँ ब्राज़ील को कारोबार में विविधता लाने के संभावित विकल्प के रूप में देख रही हैं। साथ ही, मेरानो की चर्चा से यह भी स्पष्ट हुआ कि बड़े बाज़ार तक पहुँच अपने आप बिक्री में नहीं बदलती। वाइन उत्पादकों को अब भी स्थानीय करों, नौकरशाही, लॉजिस्टिक्स और ऐसी वितरण व्यवस्था से जूझना पड़ता है, जिसे अनुभवी स्थानीय साझेदारों के बिना संभालना मुश्किल हो सकता है।

मंच पर एक अन्य प्रमुख मुद्दा यूरोपीय संघ और मर्कोसुर के बीच व्यापार ढाँचा था। इस गुट में ब्राज़ील, अर्जेंटीना, पराग्वे और उरुग्वे शामिल हैं। प्रतिभागियों ने कहा कि 1 मई से एक अस्थायी वाणिज्यिक व्यवस्था लागू है, जिससे व्यापार की बाधाएँ धीरे-धीरे कम होने और दोनों क्षेत्रों के बीच आर्थिक एकीकरण गहरा होने की उम्मीद है। यूरोपीय वाइन निर्यातकों के लिए इससे बाज़ार तक पहुँच बेहतर हो सकती है और उनके उत्पाद अधिक प्रतिस्पर्धी बन सकते हैं। फिर भी, वक्ताओं ने आगाह किया कि बाहरी बाधाएँ घटने से ब्राज़ील की आंतरिक कर व्यवस्था और वाणिज्यिक नियमों को समझने की ज़रूरत खत्म नहीं होती। उन्होंने यह भी कहा कि ब्राज़ील के कर सुधार आयातित वाइन की बिक्री की शर्तों को प्रभावित कर सकते हैं।

उद्योग से जुड़े प्रतिभागियों ने कहा कि ब्राज़ील में इतालवी वाइनरी की सफलता काफी हद तक अमल पर निर्भर करेगी। उत्पादकों को ऐसे आयातकों और वितरकों की ज़रूरत है जो उनके मूल्य वर्ग और ब्रांड की पहचान के अनुकूल हों। उन्हें उन उपभोक्ताओं के लिए स्पष्ट संदेश भी तैयार करना होगा, जिनकी खरीदारी की आदतें यूरोप के उपभोक्ताओं से अलग हैं। इस संदर्भ में कीमत अहम है, लेकिन गुणवत्ता, मूल स्थान और शैली को स्थानीय उपभोक्ताओं से जुड़ने वाले अंदाज़ में समझा पाने की क्षमता भी उतनी ही मायने रखती है। व्यापार मेलों, टेस्टिंग और सीधे कारोबारी मुलाकातों को खास तौर पर उपयोगी बताया गया, क्योंकि बाज़ार तक पहुँच बनाने में अब भी कारोबारी रिश्तों की अहम भूमिका है।

ब्राज़ील पर हुई चर्चा, मेरानो वाइनफेस्टिवल के अपने व्यापक अंतरराष्ट्रीय विस्तार का हिस्सा है। फेस्टिवल के संस्थापक हेल्मुथ कोखर ने इस साल के आयोजन के दौरान एक साक्षात्कार में कहा कि वाइन कारोबार में अनिश्चितता और बदलते उपभोग के बावजूद संगठन विदेशों में अपना विस्तार जारी रखे हुए है। उन्होंने जापान और जॉर्जिया में पहलों तथा ब्राज़ील में फेस्टिवल के दूसरे संस्करण का ज़िक्र किया। उन्होंने 2027 में कनाडा को संभावित गंतव्य भी बताया। यह इतालवी वाइन के लिए रणनीतिक माने जाने वाले बाज़ारों में मेरानो मॉडल को सीधे ले जाने की कोशिश का हिस्सा है।

फेस्टिवल मांग में हो रहे अन्य बदलावों पर भी नज़र रख रहा है, जिनमें पारंपरिक लेबलों के साथ कम अल्कोहल वाले उत्पादों में दिलचस्पी शामिल है। बिक्री और विपणन संसाधन कहाँ लगाने हैं, इस पर विचार कर रहे इतालवी उत्पादकों के लिए मेरानो की चर्चाओं से संकेत मिला कि ब्राज़ील को अब केवल दूरस्थ संभावना नहीं माना जा रहा, बल्कि ऐसे बाज़ार के रूप में देखा जा रहा है जहाँ उन वाइनरी को लंबे समय तक सोच-समझकर किए गए प्रयासों का लाभ मिल सकता है, जो वहाँ के कर नियमों, वितरण माध्यमों और उपभोक्ताओं की पसंद के अनुसार खुद को ढाल सकें।