vinetur

अगस्त 2026 तक के वर्ष में इतालवी वाइन ने अमेरिकी बाजार से बेहतर प्रदर्शन किया

SipSource के आंकड़ों के मुताबिक, $9 या अधिक कीमत वाली आयातित टेबल वाइन की बिक्री 2.5% घटी, जबकि घरेलू वाइन की 5.7%

सोमवार, 9 नवंबर 2026



Wine & Spirits Wholesalers of America के हवाले से SipSource के आंकड़ों के अनुसार, मांग में नरमी के बीच इतालवी वाइन अमेरिकी वाइन बाजार के समग्र रुझान से बेहतर प्रदर्शन कर रही है। Dionysus ने 8 नवंबर को यह खबर प्रकाशित की।

आंकड़ों के मुताबिक, अगस्त 2026 तक के 12 महीनों में $9 या अधिक कीमत वाली आयातित टेबल वाइन की बिक्री 2.5% घटी। यह इसी अवधि में घरेलू वाइन की बिक्री में दर्ज 5.7% गिरावट के आधे से भी कम थी। WSWA ने कहा कि इतालवी वाइन अमेरिकी बाजार के व्यापक रुझान से बेहतर प्रदर्शन करती रही और इटली ने चार मूल्य श्रेणियों में वृद्धि दर्ज की।

ये आंकड़े ऐसे समय में इतालवी उत्पादकों की अपेक्षाकृत मजबूत स्थिति दिखाते हैं, जब वाइन विक्रेताओं में से कई कमजोर उपभोक्ता मांग और घरेलू बजट पर बढ़ते दबाव से जूझ रहे हैं। पेय कंपनियों के लिए यह तुलना अमेरिका में मूल्य निर्धारण, वितरण और निर्यात रणनीति के लिहाज से उपयोगी संकेत देती है। खासकर उन ब्रांडों के लिए, जो यह तय कर रहे हैं कि किन क्षेत्रों में मांग बेहतर बनी हुई है और शेल्फ पर बढ़ी कीमतों पर उपभोक्ताओं की प्रतिक्रिया कैसी है।

WSWA के हवाले से Nomisma और Federvini के एक अलग सर्वेक्षण में पाया गया कि इतालवी वाइन खरीदने वाले 71% अमेरिकियों ने कहा कि कीमतें बढ़ने के बावजूद वे पहले जितनी ही खरीदारी कर रहे थे। वहीं, इस समूह के 43% लोगों ने कहा कि वे अब ऑफर तलाश रहे हैं। इससे संकेत मिलता है कि उपभोक्ता इस श्रेणी में बने हुए हैं, लेकिन कीमतों को लेकर उनकी संवेदनशीलता बढ़ रही है।

बाजार के आंकड़ों के साथ इस बात पर भी व्यापक चर्चा हुई कि इतालवी वाइन अमेरिकी उपभोक्ताओं तक कैसे पहुंचती है। न्यूयॉर्क में Vinitaly USA Business Forum के एक पैनल पर अपनी रिपोर्ट में WSWA ने कहा कि चर्चा का केंद्र अमेरिका की तीन-स्तरीय व्यवस्था और उससे इतालवी उत्पादकों तथा आयातकों के सामने आने वाली चुनौतियां थीं। ये उत्पादक और आयातक अपने घरेलू बाजार में आम तौर पर अलग ढांचे के आदी हैं। श्रोताओं में मुख्य रूप से इतालवी वाइनरी और निर्यातक शामिल थे। उनके लिए अमेरिका बिक्री का एक बड़ा अवसर है, लेकिन इस बाजार में काम करना चुनौतीपूर्ण भी है।

पैनल के बारे में WSWA के विवरण के अनुसार, आपूर्ति श्रृंखला के विभिन्न हिस्सों के प्रतिभागियों ने सहमति जताई कि अमेरिका में सफलता के लिए उत्पादन से लेकर खुदरा बिक्री तक सहयोग जरूरी है। पैनल का साझा मत था कि वाइन के सेलर से निकलने के बाद उत्पादकों की जिम्मेदारी खत्म नहीं हो जाती। उन्हें अपने ब्रांड में निवेश करना, बाजार को समझना और अमेरिकी साझेदारों के साथ लंबे समय तक जुड़े रहना चाहिए।

WSWA ने कहा कि पैनल के प्रतिभागियों ने इस बात पर जोर दिया कि सफल वाइनरी आयातकों और वितरकों के साथ बिक्री योजनाएं, बाजार के आंकड़े और दीर्घकालिक लक्ष्य साझा करती हैं। इस मॉडल में आयातक इतालवी उत्पादकों को स्थानीय बाजार की जानकारी, विपणन सहायता और व्यावसायिक संबंध मुहैया कराने में मदद करते हैं, जो कई विदेशी वाइनरी के पास अपने दम पर नहीं होते।

चर्चा में अमेरिकी व्यवस्था में थोक विक्रेताओं की भूमिका को भी रेखांकित किया गया। WSWA ने कहा कि थोक विक्रेता भंडारण, परिवहन और उत्पादों की निगरानी संभालते हैं, साथ ही राज्य के नियमों का अनुपालन और कर संग्रह भी करते हैं। संगठन का तर्क था कि यह बुनियादी ढांचा छोटे और उभरते ब्रांडों को बड़ी संख्या में खुदरा विक्रेताओं तक पहुंच देता है, लेकिन इसके लिए कर्मचारियों, वाहनों, गोदामों और अनुपालन प्रणालियों में पर्याप्त निवेश भी जरूरी है।

खुदरा विक्रेताओं और रेस्तरां को उन अपरिचित वाइनों और उपभोक्ताओं के बीच की आखिरी कड़ी बताया गया। WSWA के विवरण के मुताबिक, पैनल के प्रतिभागियों ने कहा कि कोई बोतल तब तक व्यावसायिक रूप से सफल नहीं होती, जब तक कोई खुदरा विक्रेता, बारटेंडर या सोमेलियर उसे सही खरीदार तक न पहुंचाए। उन्होंने राज्य के नियमों को भी इस व्यवस्था का केंद्रीय हिस्सा बताया। स्पष्ट जिम्मेदारियों के चलते आयातित वाइन इटली के उत्पादकों से अमेरिका के उपभोक्ताओं तक कानूनी और सुरक्षित तरीके से पहुंच सकती है।

यह पैनल वाइन कारोबार पर व्यापक दबाव के बीच आयोजित हुआ। WSWA ने कहा कि प्रतिभागियों ने टैरिफ को लेकर अनिश्चितता, उपभोक्ताओं की बदलती आदतों और मांग में नरमी को बाजार की मुख्य चुनौतियों के रूप में गिनाया। ऐसे माहौल में संगठन का तर्क था कि तीन-स्तरीय व्यवस्था की किसी एक कड़ी को दरकिनार करने से लागत खत्म नहीं होती, बल्कि उसका बोझ कहीं और चला जाता है—अक्सर उपभोक्ताओं या नियामकों पर।

फोरम की थीम “शिक्षा ही प्रभाव है” थी। WSWA ने कहा कि चर्चा से यह बात सामने आई कि अमेरिका में विकास की इच्छा रखने वाले इतालवी उत्पादकों को वहां के बाजार के बारे में अभी बहुत कुछ सीखना है। संगठन ने कहा कि वह और

उसके सदस्य अमेरिका तथा अन्य देशों के साझेदारों के साथ काम करते रहेंगे, क्योंकि आयातक, वितरक, खुदरा विक्रेता और उत्पादक धीमी मांग तथा अधिक सोच-समझकर की जा रही खरीदारी के अनुरूप खुद को ढाल रहे हैं।