vinetur

अमेरिकन व्हिस्की एसोसिएशन ने अमेरिका से 17 निर्यात बाजारों की बाधाओं को चुनौती देने की अपील की

2027 की व्यापार बाधा रिपोर्ट के लिए प्रस्तुति में संगठन ने कहा कि टैरिफ और बाजार नियम 1.3 अरब डॉलर के निर्यात कारोबार के लिए खतरा हैं

बुधवार, 11 नवंबर 2026



अमेरिकन व्हिस्की एसोसिएशन ने मंगलवार, 10 नवंबर को अमेरिकी व्यापार प्रतिनिधि कार्यालय से आग्रह किया कि वह विदेशी सरकारों पर टैरिफ और अन्य बाधाएं हटाने के लिए दबाव डाले। संगठन का कहना है कि ये बाधाएं 17 विदेशी बाजारों में अमेरिकी व्हिस्की की बिक्री सीमित कर रही हैं।

यह प्रस्तुति विदेशी व्यापार बाधाओं पर 2027 की राष्ट्रीय व्यापार अनुमान रिपोर्ट के लिए दी गई थी। अमेरिकी सरकार की यह वार्षिक समीक्षा उन विदेशी नीतियों का विवरण देती है जिन्हें अमेरिकी निर्यात में बाधा माना जाता है। एसोसिएशन ने कहा कि वह संघीय व्यापार अधिकारियों से बोरबॉन, टेनेसी व्हिस्की, अमेरिकन राई और अमेरिकन सिंगल माल्ट को प्रभावित करने वाले टैरिफ, बाजार तक पहुंच की सीमाओं और नियामक नियमों को प्राथमिकता देने का आग्रह कर रहा है।

यह अनुरोध ऐसे समय आया है जब अमेरिकी डिस्टिलर वर्षों के टैरिफ विवादों और बदलते व्यापार नियमों के बाद निर्यात

के लिए अधिक पूर्वानुमेय परिस्थितियों की मांग जारी रखे हुए हैं। Distilled Spirits Council of the United States के अनुसार, 2024 में मूल्य के आधार पर अमेरिकी व्हिस्की का हिस्सा अमेरिका के कुल स्पिरिट निर्यात का 54% था और इससे करीब 1.3 अरब डॉलर का निर्यात राजस्व मिला। यह मुद्दा सिर्फ व्हिस्की निर्माताओं के लिए ही नहीं, बल्कि व्यापक पेय कारोबार के लिए भी अहम है, क्योंकि किसी प्रमुख निर्यात श्रेणी की व्यापार शर्तें स्पिरिट बाजार में मूल्य निर्धारण, वितरण और निवेश के फैसलों को प्रभावित कर सकती हैं और अन्य अल्कोहल उत्पादकों के विदेशी बाजारों के जोखिम के आकलन पर असर डाल सकती हैं।

Beverage Information Group द्वारा उद्धृत टिप्पणियों में एसोसिएशन ने कहा कि वह यूरोपीय संघ और यूनाइटेड किंगडम में टैरिफ-मुक्त पहुंच जारी रखने के साथ-साथ जवाबी व्यापार उपायों से सुरक्षा चाहता है। उसने विज्ञापन और विपणन पर लगी सीमाओं, उत्पाद शुल्क नीतियों और अन्य नियमों का भी उल्लेख किया, जिनके बारे में उसका कहना है कि वे इन बाजारों में प्रतिस्पर्धा को प्रभावित करते हैं।

भारत में संगठन ने अमेरिकी व्हिस्की के लिए टैरिफ में कटौती और व्यापक बाजार पहुंच की मांग की, जिसमें थोक खेपें भी शामिल हैं। उसने नियामक अनिश्चितता और उसके बताए अनुसार भेदभावपूर्ण व्यवहार पर भी चिंता जताई। अपने आकार और विकास की संभावनाओं के कारण भारत लंबे समय से वैश्विक स्पिरिट उत्पादकों के लिए प्राथमिकता वाला बाजार रहा है, लेकिन टैरिफ और जटिल राज्य तथा संघीय नियमों के चलते आयातित अल्कोहल के लिए यह प्रमुख बाजारों में सबसे कठिन बाजारों में से एक भी रहा है।

कनाडा में एसोसिएशन ने कहा कि अमेरिकी स्पिरिट उत्पादों को प्रांतीय खुदरा प्रणालियों में फिर से पहुंच मिलनी चाहिए, जहां कुछ अमेरिकी उत्पादों पर पाबंदियां हैं। अल्कोहल की बिक्री पर प्रांतीय नियंत्रण के कारण कनाडा अमेरिकी पेय कंपनियों के लिए बार-बार व्यापार का मुद्दा बनता रहा है। उनका कहना है कि पहुंच के नियम अलग-अलग प्रांतों में काफी भिन्न हो सकते हैं और इससे शेल्फ पर जगह, उत्पादों की सूची में शामिल होना तथा घरेलू उत्पादों के साथ प्रतिस्पर्धा की क्षमता प्रभावित हो सकती है।

प्रस्तुति में एशिया और लैटिन अमेरिका के बाजारों का भी उल्लेख किया गया। एसोसिएशन के अनुसार, वहां अमेरिकी व्हिस्की की श्रेणियों को अधिक मजबूत मान्यता और संरक्षण की जरूरत है। उसने लेबलिंग, प्रमाणन, सीमा शुल्क और अन्य नियामक आवश्यकताओं में बदलाव की मांग की, जिनके बारे में उसका कहना है कि वे लागत बढ़ाती हैं या खेपों में देरी करती हैं। संगठन ने व्यापार नियमों को बनाने और लागू करने में अधिक पारदर्शिता और एकरूपता की भी मांग की।

एसोसिएशन के अध्यक्ष और मुख्य कार्यकारी माइकल बिलो ने एक बयान में कहा कि अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रतिस्पर्धा करने के लिए अमेरिकी व्हिस्की उत्पादकों को “निष्पक्ष और पूर्वानुमेय बाजार पहुंच” की जरूरत है। उन्होंने कहा कि निर्यात को प्रभावित करने वाली बाधाओं का असर केवल डिस्टिलरी तक सीमित नहीं रहता, बल्कि वे अमेरिकी आपूर्ति शृंखला के व्यापक दायरे तक पहुंचती हैं, जिसमें अनाज किसान, बैरल निर्माता, विनिर्माता और लॉजिस्टिक्स सेवा प्रदाता शामिल हैं।

एसोसिएशन ने कहा कि वह Distilled Spirits Council of the United States और American Distilled Spirits Alliance समेत अन्य उद्योग संगठनों के साथ व्यापार संबंधी मुद्दों पर समन्वय कर रहा है। उसका ज्ञापन उद्योग के उस व्यापक प्रयास को दर्शाता है, जिसके तहत डिस्टिलर घरेलू बाजार से बाहर निर्यात बढ़ाने की कोशिश कर रहे हैं और प्रमुख आयात बाजारों के साथ अमेरिकी वार्ताओं में व्यापार बाधाओं, उत्पाद मानकों और बाजार पहुंच के नियमों को केंद्र में लाना चाहते हैं।