vinetur

# ब्राज़ील में वाइन की बिक्री का सबसे बड़ा सीज़न अब सर्दियों के बजाय ब्लैक फ्राइडे

खुदरा विक्रेताओं के मुताबिक, कई हफ्तों की छूट प्रमुख कारोबारियों की सालाना बिक्री में 20% तक योगदान दे सकती है और व्हाइट, रोज़े व स्पार्कलिंग वाइन की मांग बढ़ा रही है

शुक्रवार, 20 नवंबर 2026



ब्लैक फ्राइडे के प्रचार अभियानों ने ब्राज़ील के वाइन बाज़ार की तस्वीर बदल दी है। साल के अंत में खरीदारी का यह दौर अब उद्योग के सबसे अहम बिक्री सीज़न के रूप में सर्दियों से आगे निकल गया है और उपभोक्ताओं की पसंद भी बदल रहा है।

प्रमुख आयातकों और खुदरा विक्रेताओं के अधिकारियों ने गुरुवार, 19 नवंबर को Bloomberg Línea को बताया कि ब्लैक फ्राइडे की छूट एक दिन तक सीमित रहने के बजाय कई हफ्तों तक चलने लगी है। इससे नवंबर और दिसंबर ब्राज़ील में वाइन बिक्री के लिहाज़ से साल का सबसे मजबूत दौर बन गए हैं। इस बदलाव से व्हाइट, रोज़े और स्पार्कलिंग वाइन की मांग भी बढ़ी है, जिनका संबंध ठंड के मौसम के बजाय गर्मियों और छुट्टियों के जश्न से अधिक है।

Grupo Wine में, जिसका सालाना राजस्व लगभग R $1 billion है, ब्लैक फ्राइडे का दौर खुदरा बिक्री का 20% तक हो सकता है। समूह के B2C निदेशक Gabriel Benz ने यह जानकारी दी। Evino और Grand Cru की मालिक Víssimo के मुख्य कार्यकारी Antony Martins ने कहा कि नवंबर और दिसंबर की बिक्री पिछले 10 महीनों के औसत से लगभग दोगुनी रहती है।

कई वर्षों तक ब्राज़ील में वाइन को मुख्य रूप से सर्दियों का पेय माना जाता रहा और ठंडे महीनों में उद्योग की सबसे अधिक बिक्री होती थी। ब्लैक फ्राइडे के बड़े खुदरा आयोजन बनने और धीरे-धीरे पूरे महीने तक फैलने के साथ यह चलन कमजोर पड़ा है। अधिकारियों ने कहा कि इसका नतीजा साल के अंत में बिक्री के एक विस्तृत सीज़न के रूप में सामने आया है, जो अब अहमियत में सर्दियों की बराबरी करता है या उससे आगे निकल जाता है।

इस बदलाव का असर सिर्फ खुदरा बिक्री के समय तक सीमित नहीं है। इससे पेय कारोबार में मौसमी रुझान बदलते हैं, भंडार कितनी तेजी से बिकता है उस पर असर पड़ता है और ब्राज़ील के आयातक विदेशी वाइन उत्पादकों के साथ छूट पर कब बातचीत करते हैं, यह भी बदलता है। विनिमय दरों, स्टॉक योजना और प्रचार कैलेंडर पर निर्भर अन्य आयातित पेय श्रेणियों पर भी इसका असर पड़ता है।

वाइन विक्रेताओं का कहना है कि 2026 के प्रचार अभियान ऐसे बाज़ार में शुरू हो रहे हैं जहां भंडार असामान्य रूप से अधिक है और अमेरिकी डॉलर मजबूत है। इसके बावजूद, उन्हें साल के बाकी समय की तुलना में अधिक आकर्षक छूट देने की उम्मीद है। इसकी एक वजह यह है कि कई आयातकों ने पहले ही माल जमा कर लिया था, जब विनिमय दर अधिक अनुकूल थी।

Benz ने कहा कि Grupo Wine ने मई और जून में उत्पादकों के साथ बातचीत की और उस समय माल आयात किया, जब डॉलर R $5 से नीचे था। चुनावों के बाद डॉलर 15% से अधिक चढ़ गया। उन्होंने कहा कि नवंबर में तय की गई छूट के बजाय पहले से की गई यह तैयारी साल के अंत के प्रचार अभियानों को संभव बनाने में अहम रही है। कंपनी को उम्मीद है कि इस साल अभियान के दौरान बिक्री की मात्रा 11% बढ़ेगी।

Martins ने कहा कि क्रिसमस के कारण साल की आखिरी तिमाही हमेशा अहम रही है, लेकिन ब्लैक फ्राइडे ने इस अवधि के भीतर संतुलन बदल दिया है। उनके मुताबिक, नवंबर का महत्व इतना बढ़ गया है कि बिक्री का यह आयोजन अब Víssimo के कारोबार के लिए क्रिसमस जितना ही अहम है। इससे साल के आखिरी दो महीने वाइन की बिक्री का अधिक मजबूत और एकजुट सीज़न बन गए हैं।

अधिक महंगे लेबल और आम तौर पर वाइन के अधिक अनुभवी खरीदारों पर ध्यान देने वाले आयातक Mistral के कैलेंडर में भी ब्लैक फ्राइडे शामिल हो गया है। मुख्य कार्यकारी Otavio Lilla ने कहा कि यह अवधि अब ब्राज़ील के प्रचार चक्र का पक्का हिस्सा है, हालांकि Mistral के सालाना राजस्व के औसत पर इसका असर जन-बाज़ार के विक्रेताओं जितना बड़ा नहीं है।

मौसमी बदलाव का असर इस बात पर भी दिखता है कि ब्राज़ील के लोग क्या पी रहे हैं। Benz ने कहा कि साल की पहली छमाही में Grupo Wine की बिक्री में रेड वाइन का हिस्सा 70%-75% रहता है। साल के अंत तक यह घटकर 60%-65% रह जाता है, जबकि छुट्टियों की मांग और गर्मियों में खपत के चलते व्हाइट, रोज़े और स्पार्कलिंग वाइन की हिस्सेदारी बढ़ती है। उन्होंने कहा कि नवंबर 2025 में Wine में स्पार्कलिंग और अन्य हल्की शैलियों की बिक्री 3 से 4 गुना बढ़ी। Martins ने कहा कि Víssimo में भी यही रुझान दिखा है : रेड वाइन मात्रा के लिहाज़ से सबसे बड़ी श्रेणी बनी हुई है, लेकिन व्हाइट और स्पार्कलिंग वाइन की बिक्री अधिक तेजी से बढ़ रही है।

खुदरा विक्रेताओं का यह भी कहना है कि उपभोक्ताओं का ध्यान अब खरीदारी के किसी एक दिन पर केंद्रित नहीं है। ब्राज़ील में, कई अन्य बाज़ारों की तरह, ब्लैक फ्राइडे कई हफ्तों तक फैल गया है। कुछ कंपनियों के मुताबिक, 2026 में छूट नवंबर से काफी पहले शुरू हो गई, क्योंकि 2025 के अंत में कमजोर बिक्री के बाद बाज़ार में साल की शुरुआत से ही

स्टॉक अधिक था।

Martins ने कहा कि 2026 में आयात की मात्रा बिक्री की मात्रा से अधिक तेजी से बढ़ी, जिससे क्षेत्र के पास जरूरत से ज्यादा उत्पाद जमा हो गया। अधिक प्रचार-आधारित कारोबार वाली Evino को इस वजह से छूट पर अधिक जोर देना पड़ा। Benz ने कहा कि ब्लैक फ्राइडे पर साल की सबसे बड़ी छूट मिलने की संभावना है, क्योंकि अतिरिक्त भंडार रखना आपूर्तिकर्ताओं के लिए महंगा पड़ता है और ब्रांड लंबे समय तक बड़ी मात्रा में स्टॉक रोककर रखने के इच्छुक नहीं होते।

हालांकि, Lilla ने लगातार छूट देने के तर्क पर सवाल उठाया। उन्होंने कहा कि जब खुदरा विक्रेता पूरे साल छूट देते हैं, तो प्रचार मूल्य और उत्पाद के वास्तविक मूल्य के बीच का अंतर धुंधला हो सकता है। Mistral पारंपरिक रूप से साल की शुरुआत में बचे हुए स्टॉक की निकासी के लिए अभियान चलाता रहा है। Lilla ने कहा कि ब्लैक फ्राइडे ने अब प्रचार का कुछ भार कैलेंडर के दूसरे हिस्से में खींच लिया है। उनके मुताबिक, कंपनी के लिए दोनों अभियानों का महत्व लगभग समान है।

27 नवंबर को ब्लैक फ्राइडे से पहले चल रहे मौजूदा अभियान को लेकर बिक्री की उम्मीदें उत्साहजनक हैं, लेकिन अधिकारियों ने कहा कि साल खत्म होने के बाद बाज़ार को मुश्किल मूल्य निर्धारण का सामना करना पड़ सकता है। इसकी मुख्य वजह मुद्रा पर दबाव और व्यापक आर्थिक अनिश्चितता है।

Benz ने कहा कि Grupo Wine ने विनिमय दर के असर को कम करने के लिए आपूर्तिकर्ताओं के साथ बातचीत, मुद्रा हेजिंग और सीमा-शुल्क बंधित गोदामों के ज़रिए आयात का सहारा लिया है, लेकिन उन्हें ब्लैक फ्राइडे के बाद कीमतों में धीरे-धीरे बढ़ोतरी की उम्मीद है। Martins ने कहा कि Víssimo की योजना में पहले से ही डॉलर का भाव R $5.70 माना गया है। विनिमय दर में आया बदलाव कंपनी के मार्जिन से बड़ा है, इसलिए अगर मुद्रा इसी स्तर पर बनी रहती है तो पूरी बढ़ोतरी का बोझ उठाना संभव नहीं होगा।

अधिकारियों ने कहा कि विदेशी वाइन उत्पादकों ने ब्राज़ील में अपनी स्थिति बचाए रखने के लिए लागत के बोझ का कुछ हिस्सा साझा किया है। ब्राज़ील उन कुछ वाइन बाज़ारों में है जहां अब भी वृद्धि दर्ज हो रही है। हालांकि, उन्होंने यह भी कहा कि विदेशी उत्पादकों के पास मदद की सीमित गुंजाइश है, क्योंकि उन्हें दुनिया भर में शराब की कमजोर खपत, व्यापारिक तनाव और अन्य देशों में वाइन की घटती बिक्री से जूझना पड़ रहा है।

अधिकारियों के मुताबिक, 2026 में लागू होना शुरू हुआ Mercosur और European Union के बीच व्यापार समझौता ब्राज़ील में यूरोपीय वाइन की कीमतें घटा सकता है, हालांकि ब्राज़ील के कर सुधार से इस लाभ का कुछ हिस्सा बेअसर हो सकता है।

कीमतें बढ़ने की संभावना के बावजूद, खुदरा विक्रेताओं का कहना है कि उपभोक्ताओं में बेहतर बोतलों के लिए अधिक भुगतान करने का रुझान बना हुआ है। इसे अक्सर प्रीमियमकरण कहा जाता है। Martins ने कहा कि बिकने वाली बोतलों की कुल संख्या पर दबाव हो सकता है, लेकिन औसत बिल बढ़ रहा है। उन्होंने उच्च श्रेणी की इतालवी वाइन में Evino के प्रदर्शन का हवाला देते हुए कहा कि शुरुआत में कम कीमत वाले उत्पादों पर केंद्रित यह खुदरा विक्रेता अब ब्राज़ील में Barolo और Brunello की मात्रा के हिसाब से सबसे बड़ा विक्रेता बन गया है। इन लेबलों की कीमत अक्सर R $300 से अधिक होती है।

Lilla ने कहा कि इससे समझ आता है कि प्रीमियम आयातक Mistral के लिए भी ब्लैक फ्राइडे क्यों अहम है। 60% तक की छूट से ग्राहक उन वाइनों तक पहुंच सकते हैं जिन्हें वे सामान्य तौर पर पूरी कीमत पर नहीं खरीदते। इस तरह बिक्री का यह आयोजन सिर्फ सस्ता स्टॉक निकालने का जरिया नहीं, बल्कि अधिक महंगे लेबलों से ग्राहकों को परिचित कराने का माध्यम बन जाता है।