vinetur

ब्राज़ीली स्की पर्यटक चिली के शीतकालीन वाइन पर्यटन को फिर से जीवंत कर रहे हैं

सैंटियागो के पास शहरी चखने अल्प-प्रवासियों को आकर्षित कर रहे हैं और खर्च को बुटीक वाइनरी, रेस्तरां तथा पिस्को उत्पादकों तक पहुँचा रहे हैं.

सोमवार, 8 जून 2026



एक हालिया अध्ययन के अनुसार, ब्राज़ीली यात्रियों ने दक्षिणी गोलार्ध की सर्दियों में चिली के वाइन पर्यटन व्यवसाय को महत्वपूर्ण सहारा दिया है। यह अध्ययन स्की छुट्टियों को सैंटियागो और अन्य ठंडे मौसम वाले गंतव्यों के आसपास शहरी वाइन अनुभवों से जोड़ता है।

चिली-आधारित कृषि विज्ञानी और वाइन विशेषज्ञ मैक्सिमिलियानो मोरालेस के नेतृत्व में किए गए इस शोध का तर्क है कि वैश्विक वाइन उद्योग के कमजोर उपभोग से जूझने के समय ब्राज़ीली आगंतुक चिली के शीतकालीन वाइन पर्यटन के पीछे मुख्य शक्ति बन गए हैं। यह निष्कर्ष इस बात की ओर इशारा करता है कि चिली विदेशी पर्यटकों तक पहुँचने के तरीके में बदलाव ला रहा है—ऐसे पर्यटक जो बर्फ़ीले खेलों के लिए आते हैं, लेकिन अक्सर देश के पारंपरिक वाइन क्षेत्रों तक जाने के लिए पर्याप्त समय नहीं रखते।

चिली हर सर्दी में 10 से अधिक स्की रिसॉर्ट्स पर अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों को आकर्षित करता है, जिनमें मध्य एंडीज़ में पोर्तिलो से लेकर देश के और दक्षिण में स्थित गंतव्य शामिल हैं। उन आगंतुकों में से कई, खासकर अपने ही शीतकालीन

अवकाश से बचकर स्की यात्राओं पर आने वाले ब्राज़ीली, सैंटियागो या अन्य रिसॉर्ट क्षेत्रों के करीब ही ठहरते हैं और उन क्लासिक अंगूर-उत्पादन क्षेत्रों तक नहीं पहुँच पाते जिनके लिए लंबी यात्रा करनी पड़ती है। इस अंतर ने शहर-आधारित छोटे चखने और भोजन अनुभवों पर केंद्रित एक नए प्रकार के वाइन पर्यटन के लिए अवसर पैदा किया है।

मोरालेस ने कहा कि विचार यात्रियों से यह अपेक्षा करने के बजाय कि वे अपनी पूरी यात्रा अंगूर-बाग़ों की यात्राओं के इर्द-गिर्द बनाएँ, चिली की वाइन विरासत को उनके करीब लाना है। AndesWines.com के माध्यम से उन्होंने Ski and Wines नामक एक कार्यक्रम विकसित करने में मदद की है, जो एक शहरी चखने का दौरा है और स्की पर्यटन को निजी वाइन चखने, रेस्तरां यात्राओं और पिस्को अनुभवों से जोड़ता है। इस कार्यक्रम में Metropolitana, जिसमें Maipo भी शामिल है, साथ ही Ñuble, Maule और O'Higgins की वाइन शामिल हैं—ये ऐसे क्षेत्र हैं जिनमें चिली की कुछ सबसे पुरानी दाखबेलियाँ स्थित हैं।

यह रणनीति चिली के वाइन क्षेत्र द्वारा उन आगंतुकों से खर्च हासिल करने की व्यापक कोशिश को दर्शाती है जो किसी और कारण से पहले से ही देश में हैं। स्कीइंग और वाइन को अलग-अलग बाज़ार मानने के बजाय, संचालक इन्हें इस तरह जोड़ रहे हैं कि पर्यटक का दिन ढलानों से आगे बढ़ सके और पैसा बुटीक वाइनरी, रेस्तरां और स्पिरिट उत्पादकों तक पहुँचे। व्यावहारिक रूप से इसका मतलब सैंटियागो या शीतकालीन रिसॉर्ट कस्बों में चखने, भोजन-संयोजन और छोटे उत्पादकों से परिचय कराना है, जिनकी वाइन विदेशी आगंतुकों के लिए अन्यथा ढूँढ़ना कठिन हो सकता था।

अध्ययन कहता है कि ब्राज़ीली मांग विशेष रूप से महत्वपूर्ण हो गई है क्योंकि यह ऐसे मौसम में आती है जब वाइनरी ताज़ा पर्यटन राजस्व से लाभ उठा सकती हैं। चिली में सर्दियाँ पारंपरिक रूप से अंगूर-बाग़ों की यात्राओं का सबसे मजबूत समय नहीं रही हैं, जहाँ कई वाइन मार्ग गर्म महीनों में अधिक प्रसिद्ध हैं। स्की यात्रा से वाइन अनुभवों को जोड़कर संचालक मौसमी उतार-चढ़ाव को समतल करने और वर्ष के अपेक्षाकृत शांत हिस्से में कारोबार पैदा करने की कोशिश कर रहे हैं।

पिस्को भी इस पेशकश का हिस्सा है। ये टूर वाइन चखने और भोजन के साथ चिली की राष्ट्रीय शराब को शामिल करते हैं, जिससे स्थानीय उत्पादकों के लिए व्यावसायिक अवसर बढ़ता है। AndesWines का कहना है कि यह मिश्रित प्रारूप औसत आगंतुक खर्च बढ़ाने के साथ-साथ यात्रियों को चिली की पेय संस्कृति का व्यापक परिचय देने के लिए बनाया गया है। छोटे व्यवसायों, खासकर परिवार-चलित अंगूर-बाग़ों और बुटीक बारों के लिए, इसका मतलब अंतरराष्ट्रीय ग्राहकों तक पहुँच हो सकता है जो शायद स्वयं उन्हें खोजने नहीं आते।

मोरालेस ने दो दशकों से अधिक समय चिली की वाइन को विदेशों में बढ़ावा देने में बिताए हैं और अपने काम का बड़ा हिस्सा उन्होंने ancestral enotourism कहे जाने वाले दृष्टिकोण के माध्यम से पुरानी बेलों को संरक्षित करने पर केंद्रित किया है। उनका तरीका ऐतिहासिक अंगूर-बाग़ों और पारिवारिक उत्पादकों पर केंद्रित है, खासकर उन पर जिनके पास सौ साल पुरानी बेलें या लंबे स्थानीय परंपराएँ हैं। इस मॉडल में पर्यटन केवल प्रीमियम बोतलों का स्वाद लेने तक सीमित नहीं है, बल्कि शराब को कृषि इतिहास, क्षेत्रीय पहचान और खाद्य संस्कृति का हिस्सा बताने पर भी जोर देता है।

विरासत पर यह जोर मौजूदा विस्तार का केंद्रीय तत्व है। शहरी चखने की अवधारणा सैंटियागो के आसपास शुरू हुई थी, लेकिन अब यह Chillán सहित अन्य शीतकालीन गंतव्यों तक फैल रही है, जहाँ पर्यटक अपने प्रवास के दौरान पेयरिंग डिनर में शामिल हो सकते हैं और उत्पादकों से मिल सकते हैं। लक्ष्य व्यावसायिक भी है और प्रचारात्मक भी : प्रति आगंतुक खर्च बढ़ाना, छोटे अंगूर-बाग़ों के लिए बिक्री चैनल बनाना और विदेशों में चिली की छवि को ऐसे गंतव्य के रूप में मजबूत करना जहाँ स्कीइंग, गैस्ट्रोनॉमी और वाइन एक ही यात्रा में जोड़े जा सकते हैं।

यह परियोजना Elqui, Limarí और Choapa तथा Atacama क्षेत्र तक भी उत्तर दिशा में फैल रही है। इन क्षेत्रों में आयोजक पुराने अंगूर-बाग़ों से बने पारिवारिक लेबलों पर ध्यान दे रहे हैं, जो सूखे का दबाव, जलवायु परिवर्तन और पानी की कमी होने के बावजूद उत्पादन जारी रखते हैं। इससे पर्यटन प्रस्ताव को एक और परत मिलती है—प्रीमियम यात्रा को कठोर खेती परिस्थितियों में जीवित रहने की कहानियों और पुराने कृषि परिदृश्यों के संरक्षण से जोड़ना।

उत्तरी चिली के लिए पिस्को संदेश का एक प्रमुख हिस्सा बना हुआ है। AndesWines नोट करता है कि चिली का पिस्को वह दर्जा रखता है जिसे वह अमेरिका महाद्वीप का सबसे पुराना मूल-उद्गम (designation of origin) बताता है ; यह 15 मई 1931 को स्थापित हुआ था, और इसका उत्पादन Atacama तथा Coquimbo की घाटियों तक सीमित है। 2026 सीज़न के लिए Urban Wine and Pisco Tour ने उत्तरी चिली में औपचारिक संचालन शुरू कर दिया है और क्षेत्रीय उत्पादकों को La Serena के आसपास अर्ध-शुष्क तट की गैस्ट्रोनॉमी से जोड़ा है।

यह पहल AndesWines द्वारा महामारी से पहले किए गए पहले प्रचार कार्य पर आधारित है। कंपनी ने Puelo और Itata जैसे स्थानों पर अंतरराष्ट्रीय वाइन हस्तियों के लिए फील्ड ट्रिप आयोजित किए थे ताकि कम-ज्ञात क्षेत्रों और पुरानी दाखबेलियों पर ध्यान आकर्षित किया जा सके। उसने ऐसे दौरे भी आयोजित किए जो बढ़िया भोजन को चिली की वाइन विरासत से जोड़ते थे, जिनमें Santiago स्थित Boragó शामिल था। वे प्रयास प्रभावशाली व्यापारिक आवाज़ों और मीडिया को लक्षित थे ; मौजूदा शीतकालीन पर्यटन मॉडल उसी तर्क का कुछ हिस्सा सीधे भुगतान करने वाले यात्रियों पर लागू करता है।

मोरालेस की पृष्ठभूमि में National Geographic Explorer, National Geographic Endeavour और Silver Cloud जैसी लक्ज़री एक्सपीडिशन क्रूज़ जहाज़ों पर काम भी शामिल है, जहाँ उन्होंने यात्रियों के लिए चिली और अर्जेंटीना की वाइनों की तुलनात्मक चखाई कराई थी। अध्ययन के अनुसार, उस अनुभव ने एक शहरी enotourism प्रारूप को आकार देने में मदद की जो उच्च-स्तरीय अंतरराष्ट्रीय यात्रियों के लिए बनाया गया था, जो लंबी स्थल-यात्रा वाली भटकनों के बिना उच्च गुणवत्ता वाले स्वाद अनुभव चाहते हैं। उन क्रूज़ यात्रियों में से कुछ बाद में स्वतंत्र रूप से चिली लौटे, जिससे संकेत मिलता है कि छोटे प्रारूप की शुरुआती परिचयात्मक यात्राएँ बार-बार आने वाली यात्रा का कारण बन सकती हैं।

चिली उद्योग पेय क्षेत्र के लिए व्यापक महत्व स्पष्ट है। वैश्विक वाइन उपभोग दबाव में रहा है, जिससे उत्पादकों और पर्यटन संचालकों को मांग बचाने के नए तरीके खोजने पड़े हैं। चिली के मामले में ब्राज़ीली स्की पर्यटक एक जवाब देते दिख रहे हैं: खर्च करने की क्षमता वाला तैयार दर्शक वर्ग, सीमित समय और शीतकालीन छुट्टी में भोजन एवं पेय अनुभव जोड़ने की रुचि।

सबसे बड़े निर्यात ब्रांडों से बाहर स्थित वाइनरीज़ के लिए यह महत्वपूर्ण है क्योंकि पर्यटन प्रत्यक्ष बिक्री अवसरों के साथ-साथ दृश्यता भी दे सकता है। Guarilihue, Portezuelo, Coelemu और Quillón जैसे स्थानों की विरासत-वाली दाखबेलियाँ अल्प-प्रवासियों की मानक पर्यटक राहों पर हमेशा नहीं होतीं। उनकी वाइनों को शहरों या रिसॉर्ट केंद्रों में क्यूरेटेड चखनों में शामिल करने से उन्हें ऐसे उपभोक्ताओं तक पहुँच मिलती है जो बाद में अपने घर लौटकर रेस्तरां या खुदरा बाज़ारों में वही बोतलें तलाश सकते हैं।

यह मॉडल बदलती यात्रा आदतों को भी दर्शाता है। कई अंतरराष्ट्रीय पर्यटक अब पूरे दिन चलने वाले भ्रमणों की बजाय छोटी अवधि वाले अनुभव पसंद करते हैं जो व्यस्त कार्यक्रमों में फिट हो सकें। इसके जवाब में चिली संचालक वाइन पर्यटन को ऐसे प्रारूपों में ढाल रहे हैं जो स्कीइंग के बाद या शहरी दर्शनीय स्थलों की यात्रा के साथ काम कर सकें। यदि आने वाली सर्दियों में ब्राज़ीली मांग मजबूत बनी रहती है, तो इससे वह पेशकश जो शुरू में एक विशिष्ट विकल्प थी, चिली की पर्यटन अर्थव्यवस्था का अधिक स्थापित हिस्सा बन सकती है.