vinetur

निर्यात मांग से इटली का कृषि-खाद्य क्षेत्र बढ़ रहा है: Nomisma

चीज़, पास्ता और प्रसंस्कृत खाद्य पदार्थों की विदेशी बिक्री कमजोर घरेलू मांग की भरपाई कर रही है, समूह ने अपनी सितंबर अपडेट में कहा।

मंगलवार, 29 सितंबर 2026



इटली का कृषि-खाद्य उद्योग शरद ऋतु में मिश्रित दृष्टिकोण के साथ प्रवेश कर रहा है, क्योंकि शोध समूह Nomisma का कहना है कि निर्यात मांग अभी भी वृद्धि को सहारा दे रही है, जबकि घरेलू खपत सतर्क बनी हुई है और कंपनियाँ कृत्रिम बुद्धिमत्ता, व्यापार नीति और घटती घरेलू क्रयशक्ति से प्रेरित व्यापक परिवर्तन का सामना कर रही हैं।

बोलोन्या स्थित Nomisma ने अपनी सितंबर कृषि-खाद्य अपडेट में कहा कि इटली में खाद्य और पेय उत्पादन की रिकवरी अभी भी नाज़ुक है। समूह ने निर्यात को विस्तार का मुख्य इंजन बताया, ऐसे समय में जब इटली के परिवार घर पर अभी भी सावधानी से खर्च कर रहे हैं। आकलन एक ऐसे क्षेत्र की ओर इशारा करता है जो विदेशों में Made in Italy ब्रांड की

मजबूती से लाभ उठाता जा रहा है, जबकि घरेलू मांग अभी पूरी तरह संभली नहीं है।

Nomisma ने कहा कि इतालवी खाद्य निर्यात की कुछ सबसे प्रसिद्ध श्रेणियाँ इस पैटर्न में केंद्रीय भूमिका निभाती रहीं। उसने PDO चीज़ों, क्योर किए गए मांस उत्पादों, पास्ता, बेकरी उत्पादों और प्रसंस्कृत फल एवं सब्ज़ी उत्पादों को विदेशी बिक्री के प्रमुख चालकों के रूप में रेखांकित किया। संस्थान का संदेश था कि ये श्रेणियाँ घरेलू बाजार की कमजोर गति की भरपाई करने में मदद कर रही हैं, जहाँ उपभोक्ता अभी भी अधिक संयमित बने हुए हैं।

Nomisma की रणनीतिक सलाह प्रमुख Ersilia di Tullio को अपडेट में क्षेत्र के दृष्टिकोण की समूह समीक्षा के हिस्से के रूप में उद्धृत किया गया। हालांकि न्यूज़लेटर में विस्तृत व्यापार आंकड़े नहीं दिए गए, उसने निर्यात को इटली की कृषि-खाद्य कंपनियों के लिए सबसे स्पष्ट लचीलापन-स्रोत के रूप में पेश किया, ऐसे समय में जब देश के भीतर वृद्धि अभी भी व्यापक आधार पर नहीं है।

साथ ही, Nomisma ने कृषि-खाद्य श्रृंखला में एक व्यापक संरचनात्मक बदलाव के केंद्र में कृत्रिम बुद्धिमत्ता को रखा। समूह के अनुसार, AI अब केवल तकनीकी या प्रयोगात्मक भूमिका तक सीमित नहीं है। यह उत्पादन, प्रसंस्करण, लॉजिस्टिक्स और विपणन में परिचालन और निर्णय-निर्माण प्रक्रियाओं में प्रवेश कर रही है। Nomisma के अध्यक्ष Paolo De Castro ने कहा कि यह तकनीक कृषि-खाद्य कंपनियों के लिए एक वास्तविक प्रतिमान-परिवर्तन का प्रतिनिधित्व करती है, जो उन्हें व्यापार मॉडल, संगठनात्मक संरचनाओं, डेटा प्रबंधन और रोज़मर्रा के संचालन संबंधी फैसलों पर पुनर्विचार करने को मजबूर करती है।

De Castro के अनुसार, मुख्य बाधा सिर्फ तकनीकी नहीं है। Nomisma ने कहा कि सबसे बड़ी रुकावट बदलाव के प्रति सांस्कृतिक प्रतिरोध बनी हुई है। यह बात कई छोटे और मध्यम आकार के व्यवसायों वाले क्षेत्र के लिए महत्वपूर्ण है, जहाँ निवेश क्षमता, प्रबंधन संरचनाएँ और डिजिटल कौशल अक्सर काफी अलग-अलग होते हैं। समूह ने चेतावनी दी कि यदि धीमे अपनाने वाली कंपनियाँ रफ्तार नहीं मिला पातीं, तो समय के साथ इस अंतर के परिणाम और गंभीर हो सकते हैं।

यह चिंता सितंबर अपडेट के एक और संदेश में झलकती है, जिसमें AI अपनाने में “दो गति वाला इटली” बनने के जोखिम की चेतावनी दी गई। Nomisma ने कहा कि बड़ी कंपनियाँ तेज़ी से आगे बढ़ रही हैं, जबकि कई छोटी फर्में अस्थायी देरी को संरचनात्मक प्रतिस्पर्धी नुकसान में बदलने का जोखिम उठा रही हैं। इसके जवाब में, समूह ने कहा कि उसने Confindustria के साथ मिलकर AI.DEA शुरू की है, जो Forum di Varignana से जुड़ी है, ताकि अपनाने, प्रतिस्पर्धात्मकता और औद्योगिक तैयारी पर बहस को आगे बढ़ाया जा सके।

AI पर चर्चा खेती और खाद्य निर्माण से आगे भी गई। Nomisma ने Purina के लिए किए गए एक अध्ययन में पशु चिकित्सा में हो रहे बदलावों की ओर भी इशारा किया। समूह ने कहा कि पशु चिकित्सा अभ्यास में बढ़ती जटिलता युवा पेशेवरों के लिए नई चुनौतियाँ पैदा कर रही है, और साथ ही तकनीकी नवाचार के लिए जगह भी खोल रही है। यह संदर्भ दिखाता है कि कृषि-खाद्य में डिजिटल परिवर्तन केवल फैक्टरियों और खेतों तक सीमित नहीं, बल्कि संबंधित सेवाओं और पेशों तक भी फैल रहा है।

व्यापार नीति भी तस्वीर का एक हिस्सा है। Nomisma ने कहा कि फ़िलीपींस को शामिल करने वाला एक नया मुक्त व्यापार समझौता इतालवी कृषि-खाद्य निर्यातकों के लिए अवसर पैदा कर सकता है। समूह ने इस विकास को व्यापक संदर्भ में रखा, जिसमें संयुक्त राज्य अमेरिका द्वारा सार्वभौमिक शुल्क लगाए जाने के बाद यूरोपीय संघ अधिक व्यापार समझौतों को पूरा करने की कोशिश कर रहा है। Nomisma के अनुसार, Brussels ने Mercosur, India, Australia, Indonesia और अब the Philippines सहित साझेदारों के साथ वार्ताओं और समझौतों को तेज़ किया है, ताकि अधिक संरक्षणवादी अमेरिकी उपायों के नकारात्मक प्रभाव कम किए जा सकें।

इतालवी उत्पादकों के लिए इन वार्ताओं का महत्व सीधा है। यदि शुल्कों या व्यापक व्यापार तनावों के कारण कुछ बाजारों तक पहुँच कठिन हो जाती है, तो कंपनियों को ऐसे वैकल्पिक गंतव्यों की जरूरत है जहाँ उच्च-मूल्य वाले

आयातित खाद्य पदार्थों की मांग बढ़ सके। Nomisma के अपडेट ने संकेत दिया कि यह विशेष रूप से उन ब्रांडेड और भौगोलिक रूप से पहचाने गए उत्पादों के लिए प्रासंगिक है, जिन पर इटली का खाद्य उद्योग मार्जिन और अंतरराष्ट्रीय स्थिति के लिए काफी हद तक निर्भर करता है।

घरेलू तस्वीर अब भी अधिक अनिश्चित है। Nomisma ने कहा कि इटली के घरों की क्रयशक्ति फिर से घटी है, लेकिन खपत में अभी तक कोई उल्लेखनीय संकुचन नहीं दिखा है। समूह ने यह सवाल उठाया कि परिवार इस दबाव के बावजूद खर्च कैसे जारी रखे हुए हैं, और आगे की विश्लेषण के लिए मुख्य अर्थशास्त्री Lucio Poma की ओर रुख किया। न्यूज़लेटर में उस विश्लेषण का पूरा ब्यौरा शामिल नहीं था, लेकिन उसने जो मुद्दा उठाया वह स्पष्ट है : घरेलू बजट दबाव में हैं, फिर भी खपत में अपेक्षित गिरावट पूरी तरह सामने नहीं आई है, कम से कम न तो तेज़ी से और न ही एकसमान रूप से।

कमज़ोर क्रयशक्ति और अपेक्षाकृत स्थिर खपत के बीच यह अंतर खाद्य उत्पादकों, खुदरा विक्रेताओं और नीति-निर्माताओं के लिए मायने रख सकता है। यदि परिवार कहीं और कटौती करके खाने पर खर्च बचा रहे हैं, तो मौजूदा पैटर्न लंबी अवधि तक टिकाऊ नहीं हो सकता। अगर वे खाद्य टोकरी के भीतर सस्ते विकल्पों की ओर जा रहे हैं, तो दबावों का एक अलग सेट बनेगा, खासकर उन प्रीमियम उत्पादों के लिए जो मुख्यतः घरेलू बाजार में बिकते हैं। Nomisma के अपडेट ने इस प्रश्न का समाधान नहीं किया, लेकिन इसे इटली के उपभोक्ता माहौल को आकार देने वाले मुख्य मुद्दों में से एक बताया।

संस्थान ने यूरोपीय नीति में हुए बदलावों की ओर भी इशारा किया, जो विदेशों में खुद को प्रचारित करने की क्षेत्र की क्षमता को प्रभावित कर सकते हैं। उसने कहा कि EU की कृषि-खाद्य प्रचार नीति गहरे पुनरीक्षण से गुजर रही है, जिसमें विरोधाभासी संकेत हैं। एक ओर, Nomisma ने प्रशासनिक सरलीकरण में प्रगति की ओर ध्यान दिलाया। दूसरी ओर, उसने कहा कि वित्तीय संसाधनों में तेज़ कटौती का प्रस्ताव है। निर्यात-उन्मुख क्षेत्र के लिए, जो दृश्यता, ब्रांडिंग और इटली से बाहर बाजार विकास पर भारी निर्भर करता है, यह संयोजन व्यावहारिक परिणाम ला सकता है।

कुल मिलाकर, Nomisma की सितंबर अपडेट ने एक ऐसे उद्योग की तस्वीर पेश की जो अभी भी दो रास्तों पर चल रहा है। एक बाहरी उन्मुख है और निर्यात मांग, व्यापार विविधीकरण और प्रौद्योगिकी निवेश से सहारा पा रहा है। दूसरा कमजोर घरेलू क्रयशक्ति, असमान डिजिटल अपनाने और नीति अनिश्चितता के प्रति अधिक संवेदनशील है। फिलहाल, अधिक मजबूत रास्ता बाहरी ही बना हुआ है, क्योंकि विदेशी मांग इटली की कृषि-खाद्य अर्थव्यवस्था के लिए सबसे स्पष्ट समर्थन देती रही है।