vinetur

फ्रांस में वाइन पर्यटन की 60% कमाई बोतलों की बिक्री से: Winalist

15,000 बुकिंग के अध्ययन में पाया गया कि 75% पर्यटक बोतलें लेकर लौटे, जिससे उत्पादकों की औसत कमाई 207 € तक पहुंची।

मंगलवार, 6 अक्टूबर 2026



फ्रांस में वाइन पर्यटन की कमाई का बड़ा हिस्सा टूर खत्म होने के बाद होता है। बुकिंग प्लेटफॉर्म Winalist के मुताबिक, उसके 2026 के सर्वेक्षण में शामिल यात्राओं से हुई कुल कमाई में बोतलों की बिक्री का हिस्सा 60% था। यह सर्वेक्षण 2025 में फ्रांस में की गई 15,000 बुकिंग पर आधारित है।

प्लेटफॉर्म पर सूचीबद्ध 654 वाइनरी और डिस्टिलरी को शामिल करने वाले इस अध्ययन में पाया गया कि एक औसत बुकिंग से उत्पादक को प्रवेश शुल्क और—इससे भी अहम—चखने के बाद मौके पर खरीदी गई वाइन के जरिए 207 € की कमाई हुई। Winalist ने बताया कि 75% पर्यटक बोतलें लेकर लौटे और खरीदारी करने वालों में वाइन पर औसत खर्च 164 € रहा।

ये आंकड़े बताते हैं कि फ्रांस में वाइनरी का दौरा करने का तौर-तरीका स्पष्ट रूप से बदल रहा है। उत्पादक अब मुख्य रूप से टिकटों से होने वाली कमाई पर निर्भर रहने के बजाय टूर और चखने के अनुभवों को सीधे बिक्री के माध्यम के रूप में इस्तेमाल कर रहे हैं। वाइन कारोबार और संभवत: उन अन्य पेय उत्पादकों के लिए भी, जिनका व्यवसाय पर्यटकों की आवाजाही पर निर्भर है, आंकड़े संकेत देते हैं कि वाइन सेलर के अनुभव प्रवेश शुल्क से कहीं अधिक कमाई करा सकते हैं—खासकर तब, जब संचालक पर्यटकों को मौके पर खरीदारी के लिए प्रेरित कर सकें।

यह रिपोर्ट वाइन पर्यटकों की पहचान को लेकर प्रचलित एक धारणा को भी चुनौती देती है। Winalist के मुताबिक, 50% पर्यटक 35 वर्ष से कम उम्र के थे। 25 से 34 वर्ष के वयस्क फ्रांस के वाइन पर्यटन बाजार का सबसे बड़ा वर्ग रहे और कुल पर्यटकों में उनकी हिस्सेदारी 33% थी। यह वर्ग 45 से 64 वर्ष के आयु वर्ग से आगे रहा, जिसे परंपरागत रूप से वाइन सेवन से अधिक जोड़ा जाता है। 65 वर्ष और उससे अधिक उम्र के पर्यटक कुल मिलाकर एक छोटा वर्ग बने रहे। हालांकि, Winalist ने कहा कि अमेरिकी पर्यटक इसका अपवाद थे और उनमें अधिक उम्र के यात्रियों की मौजूदगी ज्यादा दिखी।

विदेशी पर्यटक भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। रिपोर्ट के अनुसार, फ्रांस में सबसे बड़ा अंतरराष्ट्रीय ग्राहक वर्ग नीदरलैंड के यात्रियों का था, जिसके बाद अमेरिकी और इतालवी पर्यटक रहे। विदेशी पर्यटकों ने फ्रांसीसी पर्यटकों की तुलना में प्रवेश शुल्क पर अधिक खर्च किया। उनका औसत खर्च प्रति वयस्क करीब 33 € था, जबकि घरेलू यात्रियों का 25 €—यानी 33% का अंतर।

समूह के प्रकार के अनुसार खरीदारी का रुझान अलग-अलग रहा। परिवार वाइन के सबसे मजबूत खरीदार रहे : 79% ने दौरे के दौरान या उसके बाद बोतलें खरीदीं। सहकर्मियों के समूहों की औसत बुकिंग राशि सबसे अधिक 461 € रही, जिसकी वजह कंपनी के आयोजनों से जुड़ी बड़ी खरीदारी थी। अकेले यात्रा करने वाले ही ऐसे समूह थे जिनमें वाइन खरीदना बहुसंख्यक व्यवहार नहीं था ; उनमें 53% ने खरीदारी की। Winalist के मुताबिक, हर प्रकार के दौरे में प्रति वयस्क खर्च लगभग स्थिर रहा। यानी कुल खर्च में बढ़ोतरी मुख्य रूप से समूह के आकार से आई, न कि हर व्यक्ति के अधिक खर्च करने से।

इससे प्रति दौरा कमाई बढ़ाने की कोशिश कर रहे उत्पादकों के लिए संगठित समूह खास तौर पर महत्वपूर्ण हो जाते हैं। आंकड़े संकेत देते हैं कि व्यवहार में पूरा समूह, मुख्य रूप से ज्यादा लोगों को आकर्षित करने के लिए दी गई रियायती पेशकश से अधिक मूल्यवान हो सकता है। वाइनरियों के लिए व्यावसायिक अवसर का केंद्र समय के स्लॉट भरना कम और ऐसे दौरे तैयार करना अधिक दिखता है, जिनसे उपभोक्ताओं को सीधे बिक्री बढ़े।

अध्ययन में पाया गया कि फ्रांस में वाइन पर्यटन अक्सर किसी छोटी यात्रा के बजाय व्यापक भ्रमण का हिस्सा होता है। Winalist के मुताबिक, 55% पर्यटकों ने अपना दौरा बढ़ाकर दो दिन या उससे अधिक का प्रवास किया। सबसे आम विकल्प दो से तीन दिन की छोटी यात्रा थी, जिसे 33% पर्यटकों ने चुना। शुक्रवार और शनिवार को कुल दौरों के 45% हुए, जबकि नमूने में शामिल कुल बुकिंग में से 65% मई से सितंबर के बीच हुईं।

दूर से आने वाले यात्रियों ने पहले से योजना भी बनाई। Winalist के मुताबिक, लंबी दूरी के पर्यटक आम तौर पर करीब एक महीने पहले बुकिंग करते थे, जबकि आसपास के यूरोपीय देशों और फ्रांस के पर्यटक लगभग 20 दिन पहले बुक करते थे। इस रुझान से वाइनरियों, डिस्टिलरी और पेय पर्यटन के अन्य संचालकों को घरेलू तथा अंतरराष्ट्रीय मांग के अलग-अलग अग्रिम समय के हिसाब से कर्मचारियों की तैनाती, इन्वेंटरी और आयोजनों की योजना बनाने में मदद मिल सकती है।

Winalist के मुताबिक, फ्रांस में अब बाजार शैम्पेन से लेकर कॉर्सिका तक 14 वाइन क्षेत्रों में फैला है। अनुभवों की कीमतें दक्षिण-पश्चिम में 24 € से लेकर कॉन्यैक में 83 € तक थीं। प्लेटफॉर्म पर 367 अनुभव सूचीबद्ध होने के साथ, उपलब्ध पेशकशों के लिहाज से बोर्डो देश का सबसे बड़ा बाजार रहा। Winalist ने बताया कि अमेरिकी और ब्रिटिश पर्यटकों के लिए बोर्डो शीर्ष गंतव्य था और यहां कीमतें अपेक्षाकृत किफायती रहीं : एक अनुभव का औसत मूल्य प्रति वयस्क 29 € था।

बोर्डो में प्लेटफॉर्म ने प्रति वयस्क औसत खर्च 24 € और एक समूह के लिए औसत बुकिंग राशि 66 € बताई। Winalist के मुताबिक, समूह में आम तौर पर करीब तीन लोग होते थे। इस क्षेत्र में अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों की हिस्सेदारी भी काफी अधिक थी। अध्ययन के अनुसार, बोर्डो के 67% वाइन पर्यटक विदेशी थे। पर्यटकों की संख्या के लिहाज से शीर्ष पांच देशों में संयुक्त राज्य अमेरिका, ब्रिटेन, इटली, स्पेन और जर्मनी शामिल थे।

Winalist के मुताबिक, कीमतों के लिहाज से फ्रांस यूरोप के अधिक किफायती वाइन पर्यटन बाजारों में बना हुआ है। किसी अनुभव की औसत न्यूनतम कीमत 23 € थी, जबकि इटली में यह 30 € और पुर्तगाल में 35 € थी। कंपनी ने मांग के पैमाने और पेशकशों की व्यापकता, दोनों के आधार पर फ्रांस को यूरोपीय बाजार का मुख्य केंद्र बताया। कई यात्री दूसरे देशों का रुख करने से पहले अपनी वाइन पर्यटन यात्रा यहीं से शुरू करते हैं।

सर्वेक्षण में व्यवहार से जुड़े आंकड़े—जिनमें वाइन की खरीदारी, यात्रा की अवधि और यात्रा का प्रकार शामिल हैं—दौरे के बाद पर्यटकों द्वारा पूरी की गई समीक्षाओं से लिए गए। Winalist ने बताया कि लेन-देन से जुड़े आंकड़े वास्तविक बुकिंग पर आधारित थे, न कि लोगों की बताई गई मंशा पर किए गए सर्वेक्षणों पर। इससे उत्पादकों को वास्तविक परिस्थितियों में पर्यटकों की गतिविधियों और खर्च का अधिक स्पष्ट अंदाजा मिलता है। यह ऐसे समय में अहम है, जब वाइनरियों पर सीधे बिक्री मजबूत करने और युवा उपभोक्ताओं तथा अधिक खर्च करने वाले अंतरराष्ट्रीय मेहमानों के अनुरूप पेशकश तैयार करने का दबाव है।