vinetur

फ्रांस के प्रमुख वाइन-पर्यटन आयोजन में कॉन्याक में रिकॉर्ड अंतरराष्ट्रीय भागीदारी

Destination Vignobles 2026 में 43 देशों के 161 खरीदारों और फ्रांस के 170 प्रदर्शकों ने हिस्सा लिया—अब तक की सबसे बड़ी भागीदारी।

शुक्रवार, 9 अक्टूबर 2026



6 और 7 अक्टूबर को कॉन्याक ने फ्रांस के प्रमुख वाइन-पर्यटन व्यापार आयोजनों में से एक की मेज़बानी की। इसमें रिकॉर्ड संख्या में अंतरराष्ट्रीय खरीदार और फ्रांसीसी प्रदर्शक शामिल हुए। यह ऐसे समय में हुआ है जब फ्रांस अंगूर के बागों, वाइनरी और क्षेत्रीय पेय परंपराओं से जुड़े पर्यटन की वैश्विक पहुँच बढ़ाने की कोशिश कर रहा है।

आयोजन की आयोजक, राज्य-समर्थित पर्यटन विकास एजेंसी Atout France के अनुसार, 2026 के Destination Vignobles में फ्रांस के 170 प्रदर्शकों और 43 देशों के 161 अंतरराष्ट्रीय खरीदारों ने हिस्सा लिया। एजेंसी ने कहा कि आयोजन शुरू होने के बाद से यह भागीदारी का सर्वोच्च स्तर था। बैठकें कॉन्याक, शाराँत क्षेत्र और व्यापक Nouvelle-Aquitaine क्षेत्र में हुईं। यह इलाका कॉन्याक, Pineau des Charentes और Charentais IGP वाइन के लिए जाना जाता है।

Atout France, Destination Vignobles को वाइन पर्यटन को बढ़ावा देने वाला अपना प्रमुख आयोजन बताता है। इसकी

रूपरेखा प्रदर्शकों और खरीदारों के बीच पहले से तय कारोबारी बैठकों और पेशेवर दौरों पर आधारित है, जिनसे प्रतिभागियों को वाइन क्षेत्रों को करीब से देखने का मौका मिलता है। एजेंसी के अनुसार, इस साल के कार्यक्रम में 4,860 तय कारोबारी बैठकें हुईं। मुख्य व्यापार मेले से पहले फ्रांस भर में 19 परिचयात्मक दौरों के कार्यक्रम भी आयोजित किए गए, जिनमें से नौ Nouvelle-Aquitaine में हुए।

इस आयोजन का केंद्र ऐसा इलाका था जिसे कॉन्याक के कारण पहले से ही अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अच्छी पहचान हासिल है। कॉन्याक का निर्यात से गहरा जुड़ाव है और वैश्विक पेय बाज़ार में इसकी पहचान लंबे समय से स्थापित है। Atout France ने कहा कि कॉन्याक, Pineau des Charentes और Charentais IGP वाइन से जुड़े स्थानीय उद्योग समूहों ने इस संस्करण में अहम भूमिका निभाई। उन्हें Explore Cognac डेस्टिनेशन कॉन्ट्रैक्ट के तहत समर्थन मिला—यह ऐसा ढाँचा है जिसका उद्देश्य इलाके को पेय उत्पादक क्षेत्र के साथ-साथ पर्यटन स्थल के रूप में भी बढ़ावा देना है।

इस आयोजन में बड़ी संख्या में प्रतिभागियों की मौजूदगी दिखाती है कि फ्रांस में वाइन पर्यटन को अब केवल अवकाश के एक हिस्से के रूप में नहीं, बल्कि ऐसे कारोबारी माध्यम के तौर पर देखा जा रहा है जो उत्पादकों, पर्यटन बोर्डों, यात्रा योजनाकारों और अंतरराष्ट्रीय वितरण नेटवर्क को जोड़ता है। वाइनरी, पर्यटन स्थल प्रबंधकों और टूर ऑपरेटरों को सीधे संपर्क में लाकर यह आयोजन फ्रांसीसी वाइन और स्पिरिट क्षेत्रों को नए यात्रा उत्पाद विकसित करने, दीर्घकालिक साझेदारियाँ बनाने और विदेशों में अपनी पहुँच बढ़ाने में मदद कर सकता है। पेय क्षेत्र के लिए यह अहम है, क्योंकि पर्यटन अक्सर ब्रांडों को जानने और उन अंगूर के बागों, एस्टेटों तथा उत्पादक प्रतिष्ठानों से सीधे जुड़ने का माध्यम बनता है, जो निर्यात बाज़ारों में भी प्रतिस्पर्धा करते हैं।

Atout France ने कहा कि आयोजन का लक्ष्य केवल सामान्य प्रचार करना नहीं, बल्कि लक्षित और टिकाऊ कारोबारी संबंध बनाना है। यह वाइन पर्यटन में उस व्यापक बदलाव को दर्शाता है जिसमें चखने के अनुभव, विरासत स्थलों के दौरे, स्थानीय भोजन और रात्रि-विश्राम को जोड़कर पैकेज तैयार किए जा रहे हैं। कॉन्याक जैसे क्षेत्रों में, जहाँ उत्पादन का इतिहास और स्थान की पहचान एक-दूसरे से गहराई से जुड़े हैं, यह मॉडल पर्यटन स्थल के प्रचार और क्षेत्र से जुड़े पेय उत्पादों की पहचान—दोनों को बढ़ावा दे सकता है।

एजेंसी ने इस आयोजन को व्यापक राष्ट्रीय रणनीति का हिस्सा भी बताया। उसने कहा कि Destination Vignobles ऐसे क्षेत्र को व्यवस्थित करने में मदद करता है जो फ्रांसीसी पहचान के एक विशिष्ट पहलू को दर्शाता है और अंतरराष्ट्रीय आकर्षण बढ़ाने का एक प्रमुख साधन है। Atout France ने यह भी कहा कि उसका काम फ्रांस को यूरोप का अग्रणी वाइन-पर्यटन स्थल बनाने की महत्वाकांक्षा के अनुरूप है। इस लक्ष्य के लिए एजेंसी नवाचार, पर्यावरणीय बदलाव, आगंतुकों के स्वागत की गुणवत्ता और सुलभता पर ध्यान दे रही है।

ये प्राथमिकताएँ वाइन-पर्यटन संचालकों पर पड़ रहे उस दबाव को दर्शाती हैं जिसमें उन्हें बदलती उपभोक्ता अपेक्षाओं का जवाब देते हुए अपने कामकाज को आधुनिक बनाना है। नवाचार में डिजिटल बुकिंग उपकरणों और आगंतुकों के लिए नए प्रारूपों से लेकर परिवहन के समाधानों और अधिक लचीली यात्रा योजनाओं तक सब शामिल हो सकता है। अंगूर के बागों वाले पर्यटन स्थलों के लिए पर्यावरणीय बदलाव खास तौर पर अहम हो गया है, क्योंकि वे अपने अनुभव का हिस्सा बनाकर प्राकृतिक दृश्य, प्रामाणिकता और कृषि-कौशल का प्रचार करते हैं। व्यापक अंतरराष्ट्रीय दर्शकों को आकर्षित करने की कोशिश कर रहे क्षेत्रों के लिए सुलभता और सेवा की गुणवत्ता भी लगातार अधिक महत्वपूर्ण हो रही है ; अब उनका लक्ष्य केवल पारंपरिक वाइन यात्रियों तक सीमित नहीं है।

आयोजन के साझेदारों की सूची ने पर्यटन प्रचार और पेय उद्योग के बीच करीबी संबंध भी दिखाया। Atout France ने बताया कि Air France आधिकारिक विमानन साझेदार था, जबकि Hennessy और Pernod Ricard भी इस संस्करण का समर्थन करने वाली कंपनियों में शामिल थे। उनकी भागीदारी से उत्पादन क्षेत्रों के दौरों को बढ़ावा देने और आतिथ्य, यात्रा तथा पेय विपणन को जोड़ने में बड़े ब्रांडों की अहमियत सामने आती है।

क्षेत्र में नवाचार को Wine Tourism Innovation Challenge के ज़रिए भी रेखांकित किया गया। UN Tourism द्वारा

आयोजित इस अंतरराष्ट्रीय प्रतियोगिता में फ्रांस के Directorate General for Enterprises की भागीदारी और Atout France का समर्थन था। आयोजन के दौरान France Pavilion में तीन विजेताओं को पुरस्कार दिए गए : फ्रांस का La Bulle verte, स्लोवेनिया का Wine Train Vipava Valley और जर्मनी का Sächsisches Staatsweingut Schloss Wackerbarth। Atout France ने कहा कि इन पुरस्कारों के ज़रिए उन परियोजनाओं को सम्मानित किया गया जो उद्योग की कार्यप्रणालियों को नया रूप देने और वाइन पर्यटन का भविष्य गढ़ने में मदद कर रही हैं।

Destination Vignobles का केंद्र भले ही पर्यटन हो, लेकिन इसके कारोबारी प्रभाव वाइन और स्पिरिट क्षेत्र तक भी फैले हैं। अंगूर के बागों के दौरे और उत्पादकों की अगुवाई में होने वाले अनुभव अंतरराष्ट्रीय यात्रियों तथा व्यापार जगत के पेशेवरों की किसी क्षेत्र के उत्पादों को समझने की दृष्टि को प्रभावित कर सकते हैं। साथ ही, वे भविष्य की बिक्री, साझेदारियों और पर्यटन स्थलों पर आधारित ब्रांडिंग के रास्ते खोल सकते हैं। इस लिहाज़ से, कॉन्याक में बड़ी भागीदारी वाइन क्षेत्रों पर केंद्रित यात्रा और उन स्थानों को पहचान देने वाले उत्पादकों तथा पेय श्रेणियों में जारी अंतरराष्ट्रीय रुचि का संकेत देती है।