vinetur

उत्पादन लागत 8.9% बढ़ने से इटली का वाइन उद्योग मार्जिन के दबाव में

उपभोक्ता वाइन की कीमतें 2.6% गिरीं, जिससे घरेलू मांग कमजोर पड़ने की भरपाई के लिए उत्पादकों की गुंजाइश कम रह गई

सोमवार, 9 नवंबर 2026



इटली का वाइन उद्योग बढ़ते वित्तीय दबाव का सामना कर रहा है : उत्पादन लागत बढ़ रही है, जबकि खुदरा कीमतें गिर रही हैं। इससे उस रणनीति को चुनौती मिल रही है जिसके तहत वाइनरी वर्षों से कम बोतलें ऊंची कीमतों पर बेचती आई हैं।

Foodmakers.it ने सोमवार, 9 नवंबर को प्रकाशित एक विश्लेषण में Unione Italiana Vini (UIV) के आंकड़ों का हवाला देते हुए कहा कि लागत और कीमतों के बीच बढ़ता अंतर बाजार के बड़े हिस्से के लिए इस रणनीति की सीमाएं उजागर कर रहा है। रिपोर्ट में उद्धृत आंकड़ों के अनुसार, Istat के आंकड़ों पर आधारित इटली की सामान्य मुद्रास्फीति दर अक्टूबर में 5.4% थी, जबकि Ismea के आंकड़ों के अनुसार सितंबर में दाख की बारियों और वाइनरी में कृषि उत्पादन लागत एक साल पहले की तुलना में 8.9% बढ़ी। इसी अवधि में इटली में उपभोक्ता वाइन की कीमतें 2.6% गिर गईं।

घरेलू मांग कमजोर पड़ने के बीच लागत और कीमतों का यह मेल वाइनरी के मुनाफे के मार्जिन पर दबाव डाल रहा है। रिपोर्ट में Il Sole 24 Ore के लिए Noto Sondaggi के एक सर्वेक्षण का भी हवाला दिया गया, जिसके मुताबिक 35% इटालियंस ने किराने के सामान पर अपने खर्च में सबसे पहले कटौती के लिए वाइन को चुना।

इटली के पेय उद्योग के लिए, उत्पादन में इस्तेमाल होने वाली चीजों की बढ़ती लागत और दुकानों में घटती कीमतों के बीच का यह अंतर अहम है। इससे संकेत मिलता है कि वाइनरी शायद अब केवल उत्पादों को ऊंची कीमत वाली श्रेणियों में ले जाकर मुनाफे को सुरक्षित नहीं रख पाएंगी। यह दबाव जारी रहने पर कीमत तय करने की रणनीतियां प्रभावित हो सकती हैं—सिर्फ वाइन में ही नहीं, बल्कि बार, रेस्तरां और पेय की अन्य श्रेणियों में भी, जो उपभोक्ताओं के उसी खर्च के लिए प्रतिस्पर्धा करती हैं।

आंकड़े ऐसी समस्या की ओर इशारा करते हैं जो अस्थायी मुद्रास्फीति से कहीं आगे जाती है। वाइन उत्पादक ऊर्जा, पैकेजिंग और खेती की बढ़ती लागत से जूझ रहे हैं, लेकिन कई उत्पादकों को लग रहा है कि सुपरमार्केट और रेस्तरां अब कीमतों में और बढ़ोतरी का बोझ नहीं उठा सकते। व्यावहारिक रूप से, इसका मतलब है कि कीमतें बढ़ाने की कोशिश करने वाले उत्पादकों को धीमी बिक्री का जोखिम है, जबकि बाजार में पहले से ही भंडार को लेकर चिंता बनी हुई है।

यह मुद्दा इसलिए खास तौर पर अहम है क्योंकि इटली की वाइन का केवल छोटा-सा हिस्सा ही प्रीमियम बाजार में आता है। प्रतिष्ठित लेबलों और ऐतिहासिक अपीलेशनों का एक सीमित समूह अब भी अमेरिका, ब्रिटेन और जापान जैसे निर्यात बाजारों में लग्जरी कीमतों पर बिक सकता है। लेकिन इस क्षेत्र का बड़ा हिस्सा सुपरमार्केट, पड़ोस के रेस्तरां, पिज़्ज़ेरिया और पारिवारिक भोजन के दौरान होने वाली रोजमर्रा की खपत पर निर्भर है। जब परिवारों का बजट तंग होता है, तो इन बोतलों को खरीदने में हिचक बढ़ जाती है।

Foodmakers.it की रिपोर्ट के अनुसार, UIV के अध्यक्ष Lamberto Frescobaldi ने बजट कानून में सरकारी सहायता की मांग की है। इसमें ऊर्जा लागत के लिए मदद और विदेशी बाजारों में प्रचार के लिए असाधारण वित्तपोषण शामिल है। इन उपायों का उद्देश्य विदेशों में कड़ी प्रतिस्पर्धा और प्रमुख निर्यात गंतव्यों में शुल्कों के जोखिम का सामना कर रहे उत्पादकों की मदद करना होगा।

हालांकि, बाजार के आंकड़े बताते हैं कि निर्यात को समर्थन देने से घरेलू बाजार की मूल समस्या शायद हल न हो। अगर घरेलू उपभोक्ता वाइन को नियमित खाद्य-पेय के बजाय तेजी से एक वैकल्पिक खरीद मानने लगें, तो उत्पादकों का अपने बाजार का वह हिस्सा छूट सकता है जिसे दोबारा हासिल करना मुश्किल होगा। युवा इटालियंस की खपत की आदतों में लंबे समय से आ रहे बदलावों के कारण यह चिंता और बढ़ जाती है ; वे पहले से ही पुरानी पीढ़ियों से अलग ढंग से शराब पीते हैं।

इस दबाव का असर पूरे उद्योग पर एक जैसा पड़ने की संभावना नहीं है। बड़ी कंपनियां और प्रमुख सहकारी संस्थाएं कुछ समय तक कम मार्जिन स्वीकार करके और ऊर्जा लागत का अधिक कुशलता से प्रबंधन करके अपनी बाजार हिस्सेदारी बचाने की बेहतर स्थिति में हो सकती हैं। सीमित पूंजी और कमजोर प्रत्यक्ष बिक्री नेटवर्क वाली छोटी वाइनरियों के पास इस झटके को सहने की गुंजाइश कम हो सकती है।

दक्षिणी इटली, जिसमें Campania भी शामिल है, में इसका दबाव विशेष रूप से ज्यादा महसूस हो सकता है। वहां कई छोटी और मध्यम आकार की वाइनरियों ने गुणवत्ता सुधारने और थोक वाइन उत्पादन से आगे बढ़ने में वर्षों लगाए हैं। इन निवेशों से क्षेत्रीय पहचान मजबूत हुई और बाजार में बेहतर स्थिति बनी। लेकिन अगर उपभोक्ता रेस्तरां और दुकानों में स्थानीय बोतलों के लिए ऊंची कीमतें चुकाने को तैयार न रहें, तो कुछ उत्पादक इससे असुरक्षित भी हो सकते हैं।

रेस्तरां में कीमतें तय करना भी इस बहस का हिस्सा है। उद्योग पर नजर रखने वाले लोग इस सवाल को तेजी से उठा रहे हैं कि क्या वाइन पर बढ़ा हुआ मूल्य ग्राहकों को भोजन के साथ बोतल मंगाने से रोक रहा है। अगर उपभोक्ताओं को वाइन सूची में बोतल बहुत महंगी लगे, तो वे बीयर, पानी या गिलास से मिलने वाले विकल्पों की ओर जा सकते हैं। इससे

उन वाइनरियों की बिक्री की मात्रा पर और दबाव पड़ेगा जो खुदरा कीमतें बढ़ाने के लिए पहले से संघर्ष कर रही हैं।

Foodmakers.it के विश्लेषण के अनुसार, हाल के महीनों में मजबूती के कुछ सबसे स्पष्ट संकेत ऊंची श्रेणी के बजाय किफायती कीमतों पर रखी गई वाइनों से मिले हैं। इससे संकेत मिलता है कि बाजार का एक हिस्सा शायद फिर उस ओर लौट रहा है जिसे उत्पादक कभी-कभी रोजमर्रा की गुणवत्तापूर्ण वाइन कहते हैं: ऐसी बोतलें जिनमें क्षेत्रीय पहचान और तकनीकी मानक बरकरार हों, लेकिन जो युवा खरीदारों और मध्यम आय वाले परिवारों की पहुंच में भी रहें।

2027 की चुनौती यह होगी कि क्या इटली की वाइनरियां इतनी तेजी से खुद को ढाल पाएंगी। यदि घरेलू कीमतों पर दबाव बना रहता है और उद्योग निर्यात पर जरूरत से ज्यादा निर्भर होता है, तो जर्मनी में कमजोर मांग या यूरोपीय वाइन पर अमेरिका के सख्त व्यापारिक कदमों जैसे बाहरी झटकों के प्रति उत्पादक अधिक संवेदनशील हो सकते हैं। साथ ही, अगर वाइनरियां और रेस्तरां कीमतों को उपभोक्ताओं की भुगतान क्षमता के अनुरूप फिर से तय करते हैं, तो कुछ कंपनियां कम मार्जिन के बावजूद बिक्री की मात्रा बनाए रख सकती हैं।

फिलहाल, UIV और अन्य शोध समूहों के हवाले से दिए गए आंकड़े साफ हैं: लागत उपभोक्ता कीमतों से तेज गति से बढ़ रही है और कई इटालियंस घरेलू खर्च में वाइन पर कटौती कर रहे हैं। इससे इस क्षेत्र को फिर विचार करना पड़ रहा है कि क्या प्रीमियम श्रेणी की ओर बढ़ना उस उद्योग के लिए मुख्य जवाब बना रह सकता है जो अब भी रोजमर्रा के उपभोक्ताओं पर काफी हद तक निर्भर है।