vinetur

इटली का घर से बाहर खाने-पीने का बाजार 2025 में 84.6 अरब यूरो तक पहुंचा

उपभोक्ता खर्च को अधिक मौकों और प्रारूपों में बांट रहे हैं, जबकि रेस्तरां की मेज पर वाइन की केंद्रीय भूमिका बरकरार है

मंगलवार, 17 नवंबर 2026



इटली में घर से बाहर खाने-पीने की आदतें बदल रही हैं। उपभोक्ता अब अपना खर्च अधिक मौकों पर बांट रहे हैं, कीमत और प्रारूप पर ज्यादा ध्यान दे रहे हैं और ऐसे पेय चुन रहे हैं जो अलग-अलग भोजन और दिन के समय के अनुकूल हों। इस बदलाव के बावजूद, दोपहर और रात के भोजन में—खासकर रेस्तरां में—वाइन अब भी मुख्य संदर्भ बनी हुई है। यह बात WineNews द्वारा उद्धृत बाजार आंकड़ों और आतिथ्य क्षेत्र के व्यवसायों को पेय बेचने, वितरित करने और परामर्श देने वाली कंपनी Partesa के विश्लेषण में सामने आई है।

WineNews ने Tradelab के आंकड़ों पर आधारित FIPE अध्ययन केंद्र की गणना का हवाला देते हुए बताया कि 2025 में इटली का घर से बाहर खाने-पीने का बाजार 84.6 अरब यूरो तक पहुंच गया। रिपोर्ट के मुताबिक, घरेलू बजट पर दबाव बने रहने और उपभोक्ताओं की आदतों में बदलाव जारी रहने के कारण इस क्षेत्र की वृद्धि धीमी हुई है। फिर भी, यह इटली के

सामाजिक जीवन में केंद्रीय स्थान रखता है और पेय बिक्री का एक प्रमुख माध्यम बना हुआ है।

Partesa के मुताबिक, वह रोजाना 32,000 से अधिक ग्राहकों के साथ काम करती है और 7,000 से अधिक उत्पाद पेश करती है। कंपनी ने ऐसे बाजार का वर्णन किया जिसमें उपभोक्ता इस बारे में ज्यादा सोच-समझकर फैसले ले रहे हैं कि कितना पीना है, क्या पीना है और कब पीना है। कंपनी ने कहा कि पारंपरिक एपरितिवो अब भी एक अहम मौका है, लेकिन बाजार अब कुछ तय रस्मों के इर्द-गिर्द नहीं चलता। दिनभर में पेय सेवन अधिक बंटा हुआ हो रहा है और पहले किसी खास मौसम या माहौल से जुड़ी श्रेणियां अब ज्यादा व्यापक रूप से दिखाई दे रही हैं।

बार में एपरितिवो अब भी सामाजिक मेल-जोल से गहराई से जुड़ा है। Spritz की अगुवाई वाले कॉकटेल, स्पार्कलिंग वाइन और वर्मुथ अब भी लोगों को आकर्षित करते हैं। हालांकि, इस मौके पर बीयर की लोकप्रियता भी बढ़ रही है, जिसमें प्रीमियम और गैर-अल्कोहलिक विकल्प शामिल हैं। Partesa ने कहा कि कम अल्कोहल वाले विकल्प भी अधिक आम हो रहे हैं। यह उन ग्राहकों की मांग को दर्शाता है जो मौके का हिस्सा बने रहते हुए हल्के पेय चाहते हैं।

दोपहर का भोजन, खासकर कैज़ुअल डाइनिंग में, ऐसे तेज और व्यावहारिक विकल्पों की ओर बढ़ रहा है जो भोजन और माहौल के अनुकूल हों। ऐसी जगहों पर बीयर अक्सर वाइन के विकल्प के रूप में चुनी जाती है, खासकर अनौपचारिक माहौल में। वाइन की अहम भूमिका बरकरार है, जिसका एक कारण गिलास से परोसने की सुविधा है। इससे ग्राहक पूरी बोतल मंगाने के बजाय खर्च और सेवन पर आसानी से नियंत्रण रख सकते हैं। दिन के समय के मौकों पर गैर-अल्कोहलिक विकल्प भी बढ़ रहे हैं, जिससे उन लोगों के लिए विकल्पों का दायरा विस्तृत हो रहा है जो भोजन के साथ पेय तो चाहते हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि उसमें अल्कोहल हो।

रात का भोजन अब भी वह मौका है जब पेय और भोजन का रिश्ता सबसे मजबूत होता है। Partesa ने कहा कि इस मेल में वाइन अब भी केंद्रीय स्थान रखती है और उसका चयन व्यंजन शैली तथा मेनू से गहराई से जुड़ा है। लेकिन पेय और भोजन की जुगलबंदी अब वाइन तक सीमित नहीं है। पेय सूचियों में बीयर को अधिक जगह मिल रही है। इसकी वजह शैलियों की व्यापक रेंज और ऐसे उपभोक्ता हैं जो पिज्जा जैसी पारंपरिक जोड़ियों से आगे बढ़कर बीयर को भोजन के साथ आजमाने के लिए तैयार हैं। कंपनी ने कहा कि बीयर को समकालीन रेस्तरां व्यंजनों और अंतरराष्ट्रीय भोजन के साथ तेजी से परोसा जा रहा है, जो भोजन के साथ पेय की जुगलबंदी के व्यापक होते नजरिए को दर्शाता है।

स्पिरिट्स भी इस बदलाव का हिस्सा बन रही हैं, हालांकि अलग ढंग से। भोजन के साथ परोसने के लिए तैयार किए गए कॉकटेल मिक्सोलॉजी को एपरितिवो और भोजन के बाद के पारंपरिक मौकों से आगे ले जा रहे हैं। देर रात का सेवन अब भी मुख्य रूप से स्पिरिट्स और मिश्रित पेयों का होता है। पब, वाइन बार और शाम के बार लंबे सामाजिक मेल-जोल के लिए जगह देते हैं, जहां ब्रांड की पहचान, पेय की गुणवत्ता और समग्र अनुभव ज्यादा मायने रखते हैं।

Partesa के अनुसार, व्यापक तस्वीर यह है कि इटली का पेय बाजार अब भी मेल-जोल और भोजन की परंपरा में जड़ें रखता है, लेकिन उपभोक्ता हर मौके पर एक जैसा व्यवहार नहीं कर रहे हैं। आर्थिक दबाव उनके व्यवहार को प्रभावित कर रहा है। ग्राहक मात्रा घटा सकते हैं, पेय की श्रेणी बदल सकते हैं या कोई दूसरा प्रारूप चुन सकते हैं। इसका मतलब पूरी बोतल के बजाय एक गिलास मंगाना या वाइन की जगह बीयर चुनना हो सकता है। रेस्तरां और बार संचालकों के लिए इसका अर्थ है कि उन्हें अलग-अलग बजट और पसंद के अनुरूप कई विकल्प देने होंगे, लेकिन गुणवत्ता की धारणा से समझौता किए बिना।

यह दबाव पेय मेनू तैयार करने के तौर-तरीकों को भी बदल रहा है। Partesa ने कहा कि इसका जवाब अनगिनत विकल्पों वाले मेनू बनाना नहीं, बल्कि सीमित और सोच-समझकर तैयार की गई सूची बनाना है। अधिक चयनात्मक सूची प्रतिष्ठान की पहचान, उसके ग्राहकों के खर्च करने के तौर-तरीकों और परोसे जाने वाले भोजन के अनुरूप हो सकती है। इससे संचालकों को स्टॉक और संचालन लागत संभालने में भी मदद मिल सकती है। इस नजरिए से, बड़ा वर्गीकरण अपने आप बेहतर सेवा का संकेत नहीं है। यदि एक सुसंगत सूची कीमत, प्रारूप और शैली के लिहाज से मुख्य पेय मौकों को कवर करती है, तो वह ज्यादा प्रभावी हो सकती है।

इस बदलाव का एक और संकेत मेनू में बिना अल्कोहल और कम अल्कोहल वाले उत्पादों की बढ़ती मौजूदगी है। जो पेशकश कभी सीमित वर्ग तक थी, वह अब बार और रेस्तरां की सूचियों का स्थायी हिस्सा बन रही है। Partesa ने परोसने के लिए तैयार ड्राफ्ट कॉकटेल, खासकर Spritz, को भी संचालकों के लिए एक व्यावहारिक साधन बताया। ऐसे उत्पाद सेवा तेज कर सकते हैं, पेय की एकरूपता बनाए रखने में मदद कर सकते हैं और उन रेस्तरां या प्रतिष्ठानों में कॉकटेल उपलब्ध कराना संभव बना सकते हैं जहां प्रशिक्षित बार कर्मचारी नहीं हैं।

Partesa में वाणिज्यिक रणनीति और संचालन प्रबंधक Piero Protti ने कहा कि घर से बाहर खाने-पीने का बाजार अधिक जटिल हो रहा है, क्योंकि बदलाव सिर्फ इस बारे में नहीं है कि लोग क्या पीते हैं, बल्कि यह भी है कि वे कब, कैसे और क्यों पेय चुनते हैं। उन्होंने कहा कि प्रतिष्ठानों को अब ऐसी "स्मार्ट" पेय सूचियों की जरूरत है जो उनके ग्राहकों और सेवन के अलग-अलग मौकों के अनुरूप हों। उन्होंने बताया कि हर प्रतिष्ठान की विशिष्ट जरूरतों का विश्लेषण करके इस जटिलता को अवसर में बदलने में Partesa संचालकों की मदद करती है।

इससे ऐसे बाजार की तस्वीर उभरती है जिस पर दबाव है, लेकिन जो अब भी सक्रिय है और बदलती परिस्थितियों के अनुरूप ढल रहा है। उपभोक्ताओं की सावधानी ने इटली की बाहर भोजन करने की संस्कृति से पेयों को बाहर नहीं किया है। इसके बजाय, इसने क्षेत्र को अधिक लचीले प्रारूपों, भोजन के साथ पेय की व्यापक होती जुगलबंदी और अधिक लक्षित पेय सूचियों की ओर बढ़ाया है। फिर भी, वाइन की सबसे मजबूत जगह वही बनी हुई है जहां इटली की पेय आदतें लंबे समय से सबसे गहराई से स्थापित हैं: भोजन की मेज पर।