vinetur

रोज़मर्रा की वाइन की मांग घटने के बाद बोर्डो उत्पादकों ने 21,000 हेक्टेयर अंगूर के बाग हटाए

निर्यात मूल्य में 14% की गिरावट के साथ 35 वर्ष से कम उम्र के खरीदारों में स्टिल वाइन से व्यापक दूरी का रुझान

बुधवार, 18 नवंबर 2026



निर्यात में गिरावट, अंगूर के बागों का सिकुड़ना और युवा उपभोक्ताओं का स्टिल वाइन से दूर जाना—इन सबके बीच बोर्डो के वाइन उत्पादक अपनी अपील फिर से बढ़ाने की कोशिश कर रहे हैं। इससे फ्रांस के सबसे प्रसिद्ध वाइन क्षेत्रों में से एक पर नया दबाव बढ़ रहा है।

बेल्जियम की पत्रिका So Soir ने मंगलवार, 17 नवंबर को प्रकाशित एक विश्लेषण में बताया कि यह क्षेत्र ऐसी छवि से आगे बढ़ने के लिए जूझ रहा है, जिसे उपहार खरीदने वाले अब भी प्रतिष्ठा से जोड़ते हैं, लेकिन रोज़मर्रा में पीने के लिए वह बहुत कम आकर्षक है। रिपोर्ट के अनुसार, सबसे अधिक विरोध अब Margaux या Pomerol जैसे बोर्डो के शीर्ष नामों को लेकर नहीं, बल्कि क्षेत्र की अधिक किफायती वाइनों को लेकर है। इनमें सामान्य Bordeaux बोतलें और Castillon तथा Côtes-de-Bourg जैसे अपीलेशन शामिल हैं।

आंकड़ों में यह बदलाव साफ दिखाई देता है। So Soir द्वारा उद्धृत फ्रांसीसी सरकारी सेवाओं के अनुसार, अगस्त 2023 से मई 2026 के बीच Gironde में 21,000 हेक्टेयर अंगूर के बाग हटाए गए। जुलाई 2026 के अंत तक, पिछले 12 महीनों में बोर्डो का निर्यात मात्रा के लिहाज से 7% और मूल्य के लिहाज से 14% घट गया था। कभी क्षेत्र के सबसे महत्वपूर्ण विदेशी बाजारों में शामिल चीन को निर्यात मात्रा में 16% की गिरावट आई।

यह मंदी केवल बोर्डो तक सीमित नहीं दिखती। रिपोर्ट में उद्धृत FranceAgriMer के आंकड़ों के मुताबिक, 2025 में 35 वर्ष से कम उम्र के 62% परिवारों ने स्टिल वाइन खरीदी, जबकि दो साल पहले यह आंकड़ा 68% था। यह गिरावट बताती है कि बोर्डो को न केवल क्षेत्रीय ब्रांड-छवि की समस्या का सामना है, बल्कि युवा वयस्कों के बीच वाइन की खरीद में व्यापक कमी भी आई है।

पेय उद्योग के लिए यह अहम है, क्योंकि बोर्डो की कम और मध्यम कीमत वाली वाइन लंबे समय से बाजार का बड़ा हिस्सा रही हैं। अगर युवा उपभोक्ता इनसे दूरी बनाते रहे और निर्यात मूल्य घटता रहा, तो क्षेत्र की रोज़मर्रा की वाइनों की कीमत, दुकानों में उनकी जगह और दीर्घकालीन व्यावसायिक टिकाऊपन पर सवाल बढ़ सकते हैं। वहीं, व्यापक वाइन उद्योग को अन्य मादक पेयों के मुकाबले स्टिल वाइन की मार्केटिंग का तरीका बदलना पड़ सकता है।

So Soir की रिपोर्ट के अनुसार, अनौपचारिक मौकों पर वाइन पीने के मामले में छवि की समस्या खास तौर पर तीखी है। बेल्जियम के वाइन व्यापारी Simon Pirard ने पत्रिका को बताया कि जब वे ग्राहकों को रात के खाने के लिए बोर्डो की बोतल सुझाते हैं, तो वे अक्सर उसे ठुकरा देते हैं। उनका कहना है कि युवा लोगों के मेलजोल के मौजूदा माहौल में यह वाइन अब प्रासंगिक नहीं लगती। उनके मुताबिक, मेरलोट, कैबर्नेट सॉविन्यॉ और ओक में परिपक्व करने की बोर्डो की पारंपरिक शैली अब कई खरीदारों को पुरानी पड़ चुकी लगती है।

फिर भी, बाजार के एक अन्य हिस्से में यही प्रतिष्ठा अब भी काम आती है। रिपोर्ट के मुताबिक, जब उपभोक्ता उपहार में देने के लिए सम्मानजनक बोतल चाहते हैं, तो वे किसी पहचाने हुए बोर्डो लेबल पर 40 या 50 यूरो खर्च करने को तैयार रहते हैं। इससे क्षेत्र की स्थिति असमान बनी हुई है : महंगे और प्रसिद्ध नाम सामाजिक प्रतिष्ठा बनाए हुए हैं, जबकि बोर्डो की अधिक सामान्य वाइन बाजार में जमीन खो रही हैं।

Saint-Émilion और Côtes-de-Castillon में चार दशक से वाइन बना रहीं Catherine Papon-Nouvel ने So Soir को मौजूदा बाजार का बेबाक आकलन दिया। उन्होंने कहा कि अब वाइन बेच पाना ही एक उपलब्धि जैसा लगता है। उनकी बेटी Agathe हाल ही में कारोबार के वित्तीय मामलों को संभालने में उनके साथ जुड़ी हैं। यह पारिवारिक उत्तराधिकार के साथ-साथ उत्पादकों पर पड़ रहे व्यावहारिक दबाव का भी संकेत है।

बाजार का दबाव बोर्डो के भीतर की खाई को भी उजागर कर रहा है। दुनिया भर में मशहूर शातो अब भी लोगों का ध्यान खींचते हैं और क्षेत्र की प्रतिष्ठा का बड़ा हिस्सा बनाए रखते हैं, लेकिन कम प्रसिद्ध अपीलेशनों के उत्पादकों की वास्तविक स्थिति उनसे जाहिर नहीं होती। इन उत्पादकों की निर्भरता अक्सर लगभग 7 से 15 यूरो कीमत वाली बोतलों पर होती है—और रिपोर्ट के मुताबिक, यही वह खंड है जिसे बेचना सबसे कठिन है।

निर्यात मूल्य के आंकड़े बताते हैं कि समस्या सिर्फ विदेश भेजी जाने वाली बोतलों की संख्या में कमी नहीं, बल्कि बिकने वाली वाइन से मिलने वाले कम प्रतिफल की भी है। मात्रा में 7% की गिरावट के मुकाबले मूल्य में 14% की गिरावट कीमतों, उत्पादों के मिश्रण या दोनों पर दबाव की ओर इशारा करती है। देश में मांग घटने से पहले ही जूझ रहे उत्पादकों के लिए इससे उबरना और कठिन हो जाता है।

चीन से मांग में कमी खास तौर पर महत्वपूर्ण है, क्योंकि बोर्डो को कभी वहां की मांग से बड़ा लाभ मिला था। रिपोर्ट में चीन को निर्यात मात्रा में दर्ज 16% की गिरावट इस बात का एक और संकेत है कि बड़े विदेशी बाजारों पर पहले जैसी निर्भरता को अब निश्चित नहीं माना जा सकता। घरेलू खपत के तौर-तरीके भी बदल रहे हैं, इसलिए एक बाजार की कमजोरी की भरपाई दूसरे बाजार की मजबूती से करने की गुंजाइश क्षेत्र के पास कम रह गई है।

तीन साल से भी कम समय में Gironde में 21,000 हेक्टेयर अंगूर के बाग हटाया जाना इस समायोजन के संरचनात्मक स्वरूप को रेखांकित करता है। इतने बड़े पैमाने पर अंगूर के बागों को हटाना किसी एक खराब मौसम के प्रति अल्पकालीन प्रतिक्रिया भर नहीं है। यह दर्शाता है कि उत्पादक और सार्वजनिक प्राधिकरण इस बात को स्वीकार कर रहे हैं कि मौजूदा मांग की परिस्थितियों में बोर्डो का कुछ रोपित क्षेत्र अब आर्थिक रूप से टिकाऊ नहीं रहा।

अब चुनौती व्यावसायिक जितनी ही सांस्कृतिक भी है। बोर्डो वाइन की दुनिया के सबसे प्रसिद्ध नामों में से एक है, लेकिन उसकी प्रतिष्ठा ऐसे बाजार में बनी थी जहां परंपरा, वर्गीकरण और वाइन को परिपक्व करने की शैली का आम खरीदारों के लिए अधिक महत्व था। हाल के आंकड़े बताते हैं कि युवा उपभोक्ताओं को बनाए रखने के लिए ये खूबियां काफी नहीं हैं। वे कुल मिलाकर कम स्टिल वाइन खरीद रहे हैं और संभव है कि वे पीने के अलग-अलग अंदाज, कीमतों या मौकों की तलाश में हों।

वाइन और अन्य मादक पेय बनाने वाले उत्पादक बोर्डो की मुश्किलों पर करीब से नजर रख रहे हैं, क्योंकि इससे पता चलता है कि वैश्विक पहचान रखने वाली कोई श्रेणी भी नई पीढ़ी के उपभोक्ताओं से जुड़ने में नाकाम रहने पर अपनी प्रासंगिकता खो सकती है।