vinetur

€4.20 के औसत बिल पर टिके रहना इटली के बारों के लिए मुश्किल

नए विश्लेषण के मुताबिक, बढ़ती लागत और सस्ती एस्प्रेसो के दबाव में 2015 से अब तक 21,741 बार कारोबार बंद हुए या उनकी सेवाओं का स्वरूप बदला

बुधवार, 18 नवंबर 2026



इटली के बार आज भी देश के सबसे आम सार्वजनिक मिलन-स्थलों में शामिल हैं। यहां रोज़ाना 1.6 करोड़ से अधिक लोग आते हैं, लेकिन Fipe-Confcommercio—इटली के सार्वजनिक प्रतिष्ठानों के महासंघ—के नए विश्लेषण के मुताबिक, इनके पीछे का कारोबारी मॉडल बढ़ते दबाव में है।

रोम के Palazzo delle Esposizioni में आयोजित इटली के बार के पहले फोरम में पेश निष्कर्षों में बार को एक सामाजिक संस्था और कम मुनाफे पर चलने वाले कारोबार, दोनों रूपों में देखा गया है। इटली में 'बार' का मतलब आमतौर पर सिर्फ शराब परोसने की जगह नहीं, बल्कि ऐसा पड़ोस का कैफे होता है जहां लोग दिन भर एस्प्रेसो, नाश्ते, हल्के खाने और एपेरिटिफ़ के लिए रुकते हैं।

Fipe-Confcommercio के अनुसार, 2025 में इटली में 124,917 बार कारोबार थे, जो 2024 के मुकाबले 1.5% कम हैं। इनसे सालाना 5 अरब से अधिक बार लोग खाने-पीने के लिए पहुंचे—यानी रोज़ाना लगभग 1.6 करोड़ यात्राएं—और इनका अनुमानित मूल्य €23 अरब रहा। यह क्षेत्र कुल 374,000 लोगों को रोजगार देता है। वहीं, 2024 में कर्मचारियों की संख्या 6.4% बढ़कर 276,730 हो गई।

इतने बड़े पैमाने के बावजूद, संघ का कहना है कि इस कारोबार को आर्थिक रूप से टिकाए रखना मुश्किल होता जा रहा है। 2015 से अब तक 21,741 कारोबार या तो बंद हो गए हैं या उन्होंने अपनी सेवाओं का स्वरूप बदल लिया है। Fipe-Confcommercio के मुताबिक, यह क्षेत्र एक नाजुक संतुलन पर निर्भर है : संचालक अक्सर रोज़ाना औसतन 120 ग्राहकों को सेवा देते हैं और सप्ताह के सातों दिन, दिन में 14 घंटे तक खुले रहते हैं, जबकि प्रति ग्राहक औसत बिल महज €4.20 है। नाश्ते पर औसत खर्च €2.90 है।

कीमतों के दबाव ने मुश्किलें और बढ़ा दी हैं। संघ के मुताबिक, 2026 में इस क्षेत्र की कीमतें करीब 3% बढ़ीं और सितंबर में कॉफी बारों की कीमतों में 2.8% की वृद्धि हुई। एस्प्रेसो की औसत कीमत €1.28 तक पहुंच गई।

रोम में हुए इस फोरम को क्षेत्र की आर्थिक टिकाऊपन और उसकी सामाजिक भूमिका, दोनों पर विचार करने की पहल के रूप में पेश किया गया। Fipe-Confcommercio के अध्यक्ष Lino Enrico Stoppani और illycaffè के चेयरमैन Andrea Illy ने इस पहल का नेतृत्व किया। इसमें कृषि मंत्री Francesco Lollobrigida भी शामिल हुए। आयोजकों ने कहा कि इसका उद्देश्य पूरी आपूर्ति शृंखला को साथ लाना और ऐसे कारोबारी मॉडल की रक्षा के उपायों पर चर्चा करना है, जो इटली के रोज़मर्रा के जीवन का अहम हिस्सा बना हुआ है।

Fipe-Confcommercio के कहने पर SWG द्वारा किए गए एक अलग सर्वेक्षण में पाया गया कि इटली की आदतों में बार की अहम जगह अब भी कायम है। 2,500 से अधिक वयस्कों के प्रतिनिधि नमूने पर आधारित सर्वेक्षण के मुताबिक, 72% इतालवी सप्ताह में कम से कम एक बार बार जाते हैं, 26% रोज़ जाते हैं और बार जाने वालों में से 67% का कहना है कि उनकी एक नियमित जगह है, जिस पर वे भरोसा करते हैं।

सर्वेक्षण ने खाने-पीने से आगे बार की भूमिका की ओर भी संकेत किया। लगभग 33% उत्तरदाताओं ने कहा कि बाहरी इलाकों के पड़ोस में देर रात तक खुला रहने वाला बार वहां सुरक्षा की भावना बढ़ाता है। Fipe-Confcommercio के मुताबिक, यह नतीजा उन जगहों पर बार की स्थानीय मौजूदगी की भूमिका दिखाता है, जहां अन्य व्यावसायिक गतिविधियां घट गई हैं।

साथ ही, शोध में यह भी सामने आया कि इटली के लोग बार को किस तरह देखते हैं, इसमें बदलाव के संकेत हैं। जहां 56% लोगों ने कहा कि बार में समय बिताने का एक खास इतालवी तरीका अब भी मौजूद है, वहीं 32% का मानना था कि यह पहचान कमजोर पड़ गई है या मिट चुकी है। आयु-वर्गों के बीच स्पष्ट अंतर दिखा। Gen Z के उत्तरदाताओं में 22% ने कहा कि वे अपने प्रियजनों के साथ सबसे अधिक समय बार में बिताते हैं; Baby Boomers में यह आंकड़ा 9% था।

अध्ययन से यह भी संकेत मिला कि ग्राहक अब ऐसी कसौटियों को अधिक महत्व दे रहे हैं जिन्हें साफ तौर पर देखा जा सकता है। बार चुनने के सबसे महत्वपूर्ण पहलुओं में सफाई, देखभाल, सेवा और मेहमाननवाज़ी शामिल रहे। 71% इतालवी लोगों ने कहा कि इन कसौटियों पर आधारित प्रमाणन उनके फैसले को प्रभावित करेगा।

इसके जवाब में, संघ ने 'इटली के बार की नई शिष्टाचार संहिता' नाम की पहल शुरू की। यह छह विचारों पर आधारित है, जिन्हें संघ ने इस क्षेत्र की पहचान का आधार बताया : गुणवत्ता, रिश्ते, ताज़गी, डिज़ाइन, शालीनता और भावनाएं। Fipe-Confcommercio ने इसे पुरानी यादों पर निर्भर हुए बिना इटली के बार की छवि को नया रूप देने और कई पड़ोसों में बढ़ते खुदरा कारोबार के उजड़ने की समस्या का जवाब देने की पहल बताया।

Stoppani ने कहा कि इटली का बार एक अनूठा आर्थिक और सामाजिक मॉडल है, जो उद्यम, काम, सेवा और समुदाय को जोड़ता है। लेकिन उन्होंने चेताया कि यह क्षेत्र गहरे बदलाव के दौर से गुजर रहा है, जहां मुनाफे का दायरा सीमित है और

कामकाज श्रम-प्रधान है। उनके मुताबिक, कॉफी के एक कप, एपेरिटिफ़ या नाश्ते के ऑर्डर के पीछे कारोबार, कामगार और कौशल हैं; साथ ही सार्वजनिक जगहों के इस्तेमाल और रिश्ते बनाने का एक विशिष्ट इतालवी तरीका भी है।

Illy ने कहा कि पीढ़ियों के बीच बार में पी जाने वाली कॉफी और कैपुचीनो अब भी बारों में कुल खपत का लगभग 50% हैं। हालांकि, उन्होंने जोड़ा कि इटली में एस्प्रेसो की औसत कीमत दुनिया में सबसे कम कीमतों में से है, जिससे संचालकों के लिए कमाई की गुंजाइश बेहद सीमित रहती है। उनके मुताबिक, इस क्षेत्र के भविष्य के लिए मात्रा के बजाय मूल्य पर आधारित रणनीति की जरूरत होगी, जिसमें बेहतर प्रशिक्षण, प्रतिष्ठानों में निवेश और उद्योग, आतिथ्य कारोबारों तथा सार्वजनिक संस्थानों के बीच अधिक करीबी सहयोग शामिल हो।

रोम में जारी आंकड़े ऐसे क्षेत्र की तस्वीर पेश करते हैं जो हर दिन लाखों लोगों तक पहुंचता है और इतालवी जीवनचर्या में गहराई से रचा-बसा है। लेकिन बढ़ती लागत, लंबे कामकाजी घंटे और हर दौरे पर होने वाला मामूली खर्च उन कारोबारों पर लगातार दबाव बढ़ा रहे हैं, जो इस व्यवस्था को चलाए रखते हैं।