vinetur

वैश्विक मंदी के बीच इतालवी वाइन उत्पादकों के लिए चुनौती, अमेरिका का आयात 18% घटा

रोम में पेश आंकड़ों के अनुसार, यूनाइटेड किंगडम, जर्मनी और इटली के सुपरमार्केटों में मांग कमजोर रही ; 2026 में नॉन-स्पार्कलिंग वाइन की बिक्री 3.6% घटी

गुरुवार, 19 नवंबर 2026



इतालवी वाइन उत्पादकों को देश और विदेश, दोनों जगह कमजोर मांग का सामना करना पड़ रहा है। उनके कुछ सबसे बड़े विदेशी बाजारों में आयात घटा है और घरेलू खुदरा बिक्री में भी गिरावट जारी है। ये आंकड़े मंगलवार, 17 नवंबर और बुधवार, 18 नवंबर को रोम में Consorzio Italia del Vino द्वारा आयोजित वाइन संस्कृति कार्यक्रम WIN& के दौरान पेश किए गए।

रोम के Horti Sallustiani में हुई चर्चा में उत्पादक, बाजार विश्लेषक और सरकारी अधिकारी शामिल हुए। मुख्य विषय ऐसा क्षेत्र था जो धीमी खपत, कमजोर होते अंतरराष्ट्रीय बाजारों, जलवायु संबंधी दबावों और शराब तथा स्वास्थ्य को लेकर उपभोक्ताओं के बदलते नजरिए से जूझ रहा है। वक्ताओं ने कहा कि इन रुझानों के चलते कंपनियों को यह नए सिरे से सोचना पड़ रहा है कि वे बिक्री कैसे करें और उपभोक्ताओं से किस तरह संवाद करें।

Consorzio Italia del Vino की अध्यक्ष Roberta Corrà ने कहा कि उद्योग अब केवल निर्यात की मात्रा और अल्पकालीन कारोबारी प्रदर्शन पर ध्यान केंद्रित नहीं कर सकता। उन्होंने कहा, "इतालवी वाइन का भविष्य सिर्फ इस बात पर निर्भर नहीं करेगा कि हम कितना निर्यात कर पाते हैं, बल्कि इस पर भी कि हम अपने उत्पादन के इर्द-गिर्द कितना मूल्य सृजित कर सकते हैं।" उन्होंने गुणवत्ता, स्थिरता, संस्कृति और नए बाजारों को बेहतर ढंग से समझने को विकास के प्रमुख कारक बताया।

संस्था के मुताबिक, इस कंसोर्टियम में 24 वाइन उत्पादक शामिल हैं, जिनका संयुक्त राजस्व 1.5 अरब यूरो से अधिक है और जो इटली के वाइन निर्यात का लगभग 15% हिस्सा हैं। रोम में उसका संदेश था कि बाजार की परिस्थितियां कठिन होने के साथ कंपनियों, संस्थानों और शोध समूहों के बीच बेहतर तालमेल की जरूरत है।

Nomisma Wine Monitor के प्रमुख Denis Pantini ने व्यापक मंदी दर्शाने वाले आंकड़े पेश किए। इटली में खाद्य और पेय पदार्थों की खपत का कुल मूल्य 2019 के 88 अरब यूरो से घटकर 2025 में 83 अरब यूरो रह गया। होटल, रेस्तरां और कैटरिंग को शामिल करने वाले होरेका क्षेत्र में 61% कारोबारियों ने कहा कि पिछले दो वर्षों में वाइन की बिक्री मोटे तौर पर स्थिर रही, जबकि 29% ने गिरावट दर्ज की। सबसे तेज कमजोरी बड़े खुदरा कारोबार में दिखी, जहां आठ वर्षों में वाइन की खपत 20% घटी है।

Nomisma के मुताबिक, 2026 के पहले नौ महीनों में इतालवी सुपरमार्केटों और अन्य बड़े खुदरा आउटलेटों में नॉन-स्पार्कलिंग वाइन की बिक्री 3.6% घटी। रेड वाइन की बिक्री में 5.4% की गिरावट आई। इसके उलट, स्पार्कलिंग वाइन की बिक्री 1.3% बढ़ी, जिसे पारंपरिक विधि से बनी स्पार्कलिंग वाइन की बिक्री में 12.3% की बढ़ोतरी से मदद मिली।

इटली के बाहर भी यही रुझान दिख रहा है। कार्यक्रम में पेश किए गए आंकड़ों के अनुसार, वैश्विक वाइन खपत 2020 के 232 मिलियन हेक्टोलिटर से घटकर 2025 में 208 मिलियन हेक्टोलिटर रह गई। जनवरी से सितंबर 2026 के बीच अमेरिका में वाइन आयात 18%, यूनाइटेड किंगडम में 4.8% और जर्मनी में 6.1% घटा। पेय उद्योग के लिए तीन बड़े खरीद बाजारों में एक साथ आई यह गिरावट निर्यात बिक्री पर दबाव बढ़ा सकती है और उत्पादकों के लिए बिक्री बाजारों में विविधता लाने की जरूरत को रेखांकित कर सकती है—खासकर अगर परिपक्व बाजारों में कमजोरी बनी रहती है।

मंदी के बावजूद, वक्ताओं ने कहा कि इसका जवाब केवल भौगोलिक विविधीकरण नहीं, बल्कि उपभोक्ताओं के साथ दोबारा जुड़ने की व्यापक कोशिश भी है। Nomisma के विश्लेषण से पता चला कि 35 वर्ष से कम उम्र के लोग लगभग उतनी ही बार वाइन पीते हैं जितनी बार 20 साल पहले पीते थे, जबकि तेज गिरावट अधिक उम्र के समूहों में आई है। 24 वर्ष तक के उपभोक्ता अब कुल खपत का 2% और 25 से 34 वर्ष के लोग 6% हिस्सा हैं। उद्योग इसे इस संकेत के रूप में देखता है कि नई पीढ़ी के पीने वालों को आकर्षित करने के लिए वाइन के बारे में सरल भाषा और अधिक सुलभ संवाद की जरूरत है—बिना उसकी पहचान खोए।

एक और बदलाव यह है कि लोग वाइन कैसे खरीदते और पीते हैं। पूरी बोतलों की तुलना में ग्लास के हिसाब से बिक्री में बढ़ोतरी बताती है कि उपभोक्ता अधिक लचीलापन और खर्च पर बेहतर नियंत्रण चाहते हैं। इसका असर उत्पादकों, वितरकों और रेस्तरां पर पड़ता है, जिन्हें पहले के वर्षों की तुलना में अधिक चुनिंदा हो चुकी मांग के अनुरूप पैकेजिंग, कीमतों और प्रचार के तरीके बदलने पड़ सकते हैं।

अमेरिका, यूनाइटेड किंगडम और जर्मनी अब भी रणनीतिक बाजार माने जाते हैं, लेकिन रोम में चर्चा का बड़ा हिस्सा इस पर केंद्रित रहा कि आगे विकास कहां से आ सकता है। Pantini ने रोमानिया, चेक गणराज्य, तुर्की, वियतनाम, पोलैंड, थाईलैंड, दक्षिण कोरिया, मेक्सिको, ऑस्ट्रेलिया और ब्राजील को निगरानी योग्य देशों के रूप में गिनाया। 2026 की पहली छमाही में इन बाजारों में कुल मिलाकर 5.9% की वृद्धि हुई, जो व्यापक रुझान के उलट थी।

कार्यक्रम में शामिल सरकारी अधिकारियों ने कहा कि नीतिगत समर्थन भी निजी क्षेत्र की रणनीति जितना ही महत्वपूर्ण होगा। यूरोपीय संसद की उपाध्यक्ष Antonella Sberna ने वाइन को एक सांस्कृतिक धरोहर बताया, जिसे युवा पीढ़ियों

तक पहुंचाया जाना चाहिए। उन्होंने कहा कि सरल नियम और अधिक प्रभावी प्रचार इस क्षेत्र की मदद कर सकते हैं। इटली के कृषि मंत्रालय की महानिदेशक Teresa Nicolazzi ने कहा कि विदेशों में नए बाजार तलाशने और स्थापित बाजारों में कमजोर मांग से निपटने वाली कंपनियों के लिए सहायता और सह-वित्तपोषण के साधनों तक पहुंच आसान होनी चाहिए। कंपनियां अमेरिका पर भी करीबी नजर रखे हुए हैं, जहां टैरिफ और व्यापार नीति को लेकर अनिश्चितता निर्यातकों के लिए अब भी जोखिम बनी हुई है।