vinetur

इटली का कहना है कि वाइन निर्यात में गिरावट थम रही है

युद्ध, टैरिफ और उपभोक्ता पसंद में बदलाव के बीच व्यापार अधिकारियों ने उत्पादकों से Mercosur, भारत और ऑस्ट्रेलिया में तेजी से विस्तार करने को कहा

रविवार, 22 नवंबर 2026



Italian Trade Agency के अध्यक्ष Matteo Zoppas के मुताबिक, 2026 की मुश्किल शुरुआत के बाद इतालवी वाइन निर्यात में स्थिरता के शुरुआती संकेत दिख रहे हैं। उन्होंने कहा कि गिरावट की रफ्तार कम हुई है, हालांकि उत्पादकों को अब भी अस्थिर वैश्विक बाजार का सामना करना पड़ रहा है।

टस्कनी के Montalcino में Benvenuto Brunello के तीसरे दिन शनिवार को वीडियो लिंक के जरिए बोलते हुए Zoppas ने कहा कि विदेशों में इतालवी वाइन के लिए साल की शुरुआत “काफी मुश्किलों” के साथ हुई, लेकिन हाल के संकेतों से सुधार का पता चलता है। उन्होंने कहा कि निर्यात में गिरावट का दायरा घटा है, हालांकि युद्ध, टैरिफ और उपभोक्ताओं की बदलती आदतों के बीच इन आंकड़ों से बहुत निष्कर्ष निकालने से बचना चाहिए।

ANSA की खबर के मुताबिक, Zoppas ने अपनी टिप्पणी में निर्यात के विस्तृत आंकड़े नहीं दिए, लेकिन कहा कि हालिया

बदलाव उन वाइन कंपनियों के प्रयासों को दर्शाता है जो अपनी बाजार स्थिति बचाने के साथ नए बिक्री बाजार तलाश रही हैं। उन्होंने कहा कि ऐसे माहौल में Italian Trade Agency का प्रचार, व्यापार मेले और उत्पादक संघ अहम भूमिका निभा सकते हैं।

उनका मुख्य संदेश था कि इटली को वाइन की बिक्री के बाजारों में विविधता लाने की दिशा में तेजी से कदम उठाने चाहिए। उन्होंने Mercosur, भारत और ऑस्ट्रेलिया को ऐसे बाजार बताया जहां नए अवसर उभर सकते हैं। उन्होंने कहा कि इतालवी निर्यातकों को वहां प्रतिस्पर्धियों के मजबूत होने से पहले कार्रवाई करनी चाहिए।

Zoppas ने कहा कि यह पहल ऐसे समय हो रही है जब इतालवी सरकार वाइन निर्यात के लिए संसाधन बढ़ा रही है। उन्होंने ऐसी रणनीति का वर्णन किया जिसका लक्ष्य केवल बाजार तक पहुंच बढ़ाना नहीं, बल्कि खरीद के फैसले लेने वालों—जिनमें आयातक, खुदरा और आतिथ्य क्षेत्र के खरीदार तथा सोमेलियर शामिल हैं—तक पहुंचना भी है। उन्होंने कहा कि संवाद को भी कम तकनीकी और अधिक सीधा बनाया जाना चाहिए, जिसमें वाइन पीने के आनंद और सहजता पर ज्यादा जोर हो।

इन टिप्पणियों से पता चलता है कि इतालवी अधिकारी और उत्पादक निर्यात के अधिक बिखरे हुए परिदृश्य के अनुरूप खुद को ढाल रहे हैं। प्रमुख वाइन निर्यातक वर्षों से अपेक्षाकृत सीमित संख्या में परिपक्व बाजारों पर काफी निर्भर रहे हैं। भौगोलिक स्तर पर व्यापक रणनीति से टैरिफ विवादों, स्थापित बाजारों में कमजोर मांग या उपभोक्ता पसंद में बदलाव के जोखिम को घटाने में मदद मिल सकती है। इससे व्यापक पेय कारोबार में प्रतिस्पर्धा का स्वरूप भी बदल सकता है, यदि इतालवी वाइन उत्पादक तेजी से बढ़ते बाजारों में बिक्री और विपणन के लिए अधिक संसाधन लगाते हैं—ऐसे बाजार जहां वितरक, रेस्तरां और खुदरा विक्रेता यह भी तय कर रहे हैं कि बीयर, स्पिरिट और अन्य आयातित पेय पदार्थों को कितनी जगह दी जाए।

Mercosur, भारत और ऑस्ट्रेलिया में अवसर और चुनौतियां अलग-अलग हैं। Mercosur दक्षिण अमेरिका के बड़े उपभोक्ता आधार तक पहुंच देता है, हालांकि व्यापार की स्थितियां और क्षेत्रीय उत्पादकों से प्रतिस्पर्धा अहम कारक बने हुए हैं। भारत को अक्सर अपने आकार और बढ़ते मध्यम वर्ग के कारण दीर्घकालीन विकास वाला बाजार माना जाता है, लेकिन नियमों, करों और राज्यों के जटिल नियमों के चलते विदेशी शराब आपूर्तिकर्ताओं के लिए यहां कारोबार करना मुश्किल रहा है। ऑस्ट्रेलिया एक विकसित वाइन बाजार है, जहां स्थानीय उत्पादन पहले से स्थापित है। ऐसे में इतालवी निर्यातकों को परिष्कृत बाजार में प्रतिस्पर्धा करनी होगी, जहां ब्रांड की स्थिति और आयातकों के साथ संबंध मायने रखते हैं।

Zoppas की टिप्पणियों से संकेत मिलता है कि इतालवी अधिकारी विविधीकरण को कारोबारी जरूरत और बचाव के उपाय—दोनों के रूप में देखते हैं। यदि निर्यात में गिरावट की रफ्तार कम हो रही है, तो इससे उत्पादकों को केवल पारंपरिक बाजारों में बिक्री बचाने पर ध्यान देने के बजाय नए बाजारों में निवेश करने की अधिक गुंजाइश मिल सकती है। साथ ही, प्रतिस्पर्धियों को लेकर उनकी चेतावनी रेखांकित करती है कि बाजार के अवसर लंबे समय तक खुले नहीं रहते। वाइन क्षेत्र में यह खास तौर पर लागू होता है, जहां वितरण नेटवर्क, रेस्तरां में जगह और ब्रांड की पहचान बनाने में वर्षों लग सकते हैं।

सरल संवाद पर जोर देना भी उल्लेखनीय है, क्योंकि कई देशों के वाइन उत्पादक पीने की आदतों में बदलाव का जवाब देने की कोशिश कर रहे हैं। कई बाजारों में उपभोक्ताओं ने संयम, सुविधा और आसानी से समझ आने वाले उत्पादों में रुचि दिखाई है। कम तकनीकी संवाद की अपील करके Zoppas ने संकेत दिया कि निर्यात के प्रयास इस बात पर ही निर्भर नहीं करेंगे कि इतालवी वाइन कहां बेची जाती है, बल्कि इस पर भी कि उसे व्यापारिक खरीदारों और उपभोक्ताओं के सामने कैसे पेश किया जाता है।

जिस आयोजन में Zoppas ने बात की, वह Benvenuto Brunello इटली के सबसे प्रसिद्ध वाइन आयोजनों में से एक है और उत्पादक, खरीदार तथा क्षेत्रीय संगठन इस पर करीबी नजर रखते हैं। वहां उनकी मौजूदगी ने निर्यात रणनीति को उस

बैठक के केंद्र में ला दिया, जो आम तौर पर देश के सबसे पहचानने योग्य प्रीमियम वाइन क्षेत्रों में से एक से जुड़ी होती है। इससे रेखांकित होता है कि अंतरराष्ट्रीय मांग को लेकर चिंताएं अब किसी एक भौगोलिक पदनाम या मूल्य वर्ग तक सीमित नहीं हैं।