vinetur

इटली के स्वतंत्र वाइन उत्पादकों ने रेस्तरां में वाइन के दाम पर व्यापक चर्चा की मांग की

FIVI के मुताबिक, सदस्यों की करीब 50% आय हॉस्पिटैलिटी क्षेत्र से आती है ; केवल कीमतें घटाने से मांग नहीं बढ़ेगी

रविवार, 22 नवंबर 2026



इटली के स्वतंत्र वाइन उत्पादक रेस्तरां में वाइन की कीमतों पर पूरे उद्योग में चर्चा की मांग कर रहे हैं। उनका कहना है कि केवल मार्जिन घटाने से खपत में आई कमजोरी दूर नहीं होगी, लेकिन यह मुद्दा इतना अहम हो गया है कि इसे नजरअंदाज नहीं किया जा सकता।

शनिवार, 21 नवंबर को प्रकाशित एक साक्षात्कार में FIVI यानी इटली के स्वतंत्र वाइन उत्पादकों के महासंघ की अध्यक्ष रीता बाबिनी ने कहा कि उत्पादकों, वितरकों और रेस्तरां संचालकों को पूरी आपूर्ति शृंखला में कीमतों और मार्जिन पर मिलकर काम करना चाहिए। उनकी यह टिप्पणी ऐसे समय आई है जब FIVI का वाइन बाज़ार मेला शनिवार, 21 नवंबर से सोमवार, 23 नवंबर तक बोलोन्या में लौटा। इसके 15वें संस्करण में 1,000 से अधिक उत्पादक शामिल हुए।

बाबिनी ने कहा कि वाइन क्षेत्र ऐसे मुश्किल माहौल में काम कर रहा है, जिस पर उत्पादन लागत में बढ़ोतरी, भू-राजनीतिक अस्थिरता और उपभोक्ताओं के अधिक सतर्क खर्च का असर है। उनके अनुसार, स्वतंत्र उत्पादकों ने उत्पादन के हर चरण में कच्चे माल की लागत बढ़ने का असर महसूस किया है—कृषि संबंधी इनपुट से लेकर पैकेजिंग तक। वहीं, दुकान या वाइन सूची में अंतिम कीमत पर वितरण और खुदरा विक्रेताओं के मार्जिन का भी असर पड़ता है।

साक्षात्कार के मुताबिक, बाबिनी ने कहा, "यह एक जटिल मुद्दा है और इसे सरलीकृत तरीके से नहीं देखना चाहिए।" उन्होंने तर्क दिया कि उत्पादकों के लिए रेस्तरां कारोबार इतना महत्वपूर्ण है कि इस बहस को केवल इस विवाद तक सीमित नहीं किया जा सकता कि वाइन पर मार्जिन बहुत अधिक है या नहीं। बाबिनी ने कहा कि स्वतंत्र उत्पादकों के करीब 50% व्यावसायिक बिक्री-केंद्र हॉरेका चैनल से जुड़े हैं। हॉस्पिटैलिटी क्षेत्र के इस हिस्से में होटल, रेस्तरां और कैफे शामिल हैं।

इससे व्यापक पेय कारोबार के लिए भी यह सवाल खास तौर पर अहम हो जाता है। छोटी वाइनरी के लिए रेस्तरां में बिक्री बाज़ार तक पहुंचने का एक प्रमुख रास्ता है और ग्राहकों द्वारा चुकाई जाने वाली अंतिम कीमत मांग के साथ-साथ उत्पादकों तक पहुंचने वाली आय को भी प्रभावित कर सकती है। अगर रेस्तरां में वाइन खरीदना कठिन होता गया, तो इससे ऐसे बिक्री चैनल पर असर पड़ सकता है जो कई छोटे ब्रांडों की पहचान और वित्तीय सेहत के लिए अब भी केंद्रीय है।

बाबिनी ने कहा कि यह सुनिश्चित करना पूरी आपूर्ति शृंखला के हित में है कि उपभोक्ताओं को वाइन खोजने, उसका आनंद लेने और उसे खरीदने के लिए "सबसे अनुकूल परिस्थितियां" मिलें। उनसे पूछा गया कि क्या रेस्तरां को कीमत तय करने की नीतियों पर फिर विचार करना चाहिए—खासकर कम और मध्यम कीमत वाली बोतलों के मामले में, जब ग्राहक खर्च को लेकर अधिक सतर्क हैं। उन्होंने फिर कहा कि इसका कोई एक ही जवाब सब पर लागू नहीं हो सकता।

उन्होंने कहा कि रेस्तरां, वाइन की दुकानों और वाइन बार में मार्जिन स्थानीय परिस्थितियों पर निर्भर करते हैं। इनमें किराया, श्रम लागत, ग्राहक वर्ग और बाज़ार की संरचना शामिल हैं, जो एक शहर से दूसरे शहर और शहरी तथा प्रांतीय इलाकों के बीच काफी अलग हो सकती है। इस वजह से, उनके अनुसार, शायद कोई एक सार्वभौमिक रूप से "सही" मार्जिन नहीं है। इसके बजाय, उन्होंने आपूर्ति शृंखला के सभी पक्षों को शामिल करते हुए ऐसी चर्चा की मांग की जिसे उन्होंने "360-डिग्री" संवाद बताया, ताकि खपत को फिर बढ़ाने और मांग का विस्तार करने के उपाय मिल सकें।

इन टिप्पणियों से इटली के वाइन कारोबार में अंतिम कीमतों और धीमी पड़ती मांग के संबंध को लेकर व्यापक चिंता झलकती है। स्वतंत्र उत्पादक खास तौर पर इसकी चपेट में हैं, क्योंकि वे अक्सर छोटे पैमाने पर काम करते हैं और अपनी वाइन को बाज़ार में जगह दिलाने के लिए विशेषीकृत वितरण, सीधे बिक्री और हॉस्पिटैलिटी प्रतिष्ठानों पर काफी निर्भर रहते हैं।

बाबिनी ने यह भी कहा कि हाल में FIVI को संस्थागत स्तर पर अधिक पहचान मिली है। उन्होंने इटली की राष्ट्रीय PDO और PGI वाइन समिति में स्वतंत्र वाइन उत्पादकों के प्रतिनिधि को शामिल किए जाने का उल्लेख किया। यह निकाय क्षेत्र से जुड़ी नीतियां तय करने में भूमिका निभाता है। उनके अनुसार, यह पहली बार है जब इतालवी कानून ने स्वतंत्र वाइन उत्पादकों की श्रेणी को औपचारिक रूप से मान्यता दी है—एक ऐसा कदम जिसकी FIVI लंबे समय से मांग कर रही थी।

बाबिनी के मुताबिक, संगठन अब समिति की औपचारिक नियुक्ति संबंधी डिक्री में बदलाव की उम्मीद कर रहा है। इसके बाद वह चर्चा के विषयों पर सीधे अपने विचार रखने की योजना बना रहा है। उन्होंने कहा कि यह मान्यता इसलिए अहम है क्योंकि FIVI ऐसे वाइन कारोबारों का प्रतिनिधित्व करता है जो उत्पादन के हर चरण का प्रबंधन खुद करते हैं—अंगूर के बाग से लेकर बोतल तक।

रेस्तरां में कीमतों पर बहस के साथ-साथ बाबिनी ने कहा कि वाइनरी से सीधे बिक्री और हॉस्पिटैलिटी में बिक्री को प्रतिस्पर्धी नहीं, बल्कि एक-दूसरे का पूरक माना जाना चाहिए। Nomisma Wine Monitor के साथ जुटाए गए आंकड़ों

का हवाला देते हुए उन्होंने कहा कि स्वतंत्र उत्पादकों की करीब 50% आय हॉरेका से और लगभग 21% सीधे बिक्री से आती है। उनके मुताबिक, वाइनरी या व्यापार मेले में किसी वाइन से परिचित हुआ ग्राहक बाद में उसी लेबल को बार, रेस्तरां या वाइन की दुकान में खोज सकता है।

उन्होंने कहा कि अहम बात यह है कि हर वाइन को उसके लिए सही जगह मिले और उसे इस तरह पेश किया जाए कि उसकी विशिष्टता समझ में आए। उनके अनुसार, इससे वाइन उत्पादकों और हॉस्पिटैलिटी संचालकों के बीच सीधे संबंधों का महत्व बढ़ता है।

बाबिनी ने Nomisma Wine Monitor के उस शोध का भी हवाला दिया, जिसके मुताबिक हॉस्पिटैलिटी बाज़ार में स्वतंत्र उत्पादकों की स्थिति अपेक्षाकृत मजबूत है। उन्होंने कहा कि सर्वेक्षण में शामिल हॉरेका संचालकों में से 44% ने बताया कि वे FIVI को अच्छी तरह जानते हैं, जबकि 26% ने कहा कि उन्होंने इसके बारे में सुना है। बाबिनी के अनुसार, FIVI से अपरिचित लोगों में से तीन में एक से अधिक ने इसके बारे में और जानने या FIVI सदस्यों की वाइन को अपने चयन में शामिल करने में दिलचस्पी दिखाई।

उन्होंने कहा कि FIVI ब्रांड का जुड़ाव क्षेत्रीय पहचान, कारीगरी, गुणवत्ता और प्रामाणिकता से है। उनके द्वारा बताए गए आंकड़ों के मुताबिक, 68% उत्तरदाताओं ने वाइन उत्पादक की छवि को कारीगरी से जुड़ा माना, 64% ने उसे मजबूत व्यक्तिगत पहचान से और 63% ने मात्रा के बजाय गुणवत्ता पर ध्यान देने से जोड़ा। उन्होंने यह भी कहा कि 91% उत्तरदाताओं का मानना था कि स्वतंत्र वाइन उत्पादकों की वाइन वास्तव में उन मूल्यों को दर्शाती हैं जिनका वे दावा करती हैं; 84% ने कहा कि वे औद्योगिक तरीके से बनी वाइन से साफ तौर पर अलग हैं; और 78% ने माना कि ऐसी वाइन पेश करने से उनके कारोबार की छवि बेहतर होती है।

बाबिनी ने छोटे उत्पादकों के लिए आय के बढ़ते स्रोत के रूप में वाइन पर्यटन का भी उल्लेख किया। उन्होंने कहा कि वाइन पर्यटन की सुविधा देने वाली कंपनियों की आय में इसका औसत हिस्सा 14% है और इनमें से 56% कारोबारों ने पिछले दो से तीन वर्षों में वाइन पर्यटन से आय बढ़ने की जानकारी दी। उनके मुताबिक, FIVI के 80% से अधिक सदस्य वाइन पर्यटकों के लिए सेवाएं देते हैं, खासकर निर्देशित भ्रमण और वाइन चखने के सत्र। इन वाइनरियों में आने वाले सालाना पर्यटकों में 40% से अधिक विदेश से आते हैं।

बोलोन्या का यह आयोजन ऐसे समय हो रहा है जब इटली के वाइन उत्पादक बढ़ती लागत और धीमी पड़ती मांग के बीच संतुलन बनाने तथा रेस्तरां और अन्य व्यावसायिक चैनलों के साथ संबंध मजबूत करने की कोशिश कर रहे हैं। बाबिनी की टिप्पणियों से संकेत मिलता है कि स्वतंत्र उत्पादकों के लिए कीमतों की बहस का मकसद रेस्तरां के मार्जिन पर एक समान सीमा तय करना नहीं, बल्कि ऐसी बाज़ार संरचना बनाए रखना है जिसमें ग्राहक अब भी वाइन खरीद सकें और छोटे उत्पादकों को टिकाऊ आय मिलती रहे।