vinetur

पहली छमाही में अधिक खर्च वाले इतालवी रेस्तरां में 3.2% बढ़े ग्राहक-दौरे

Ristoranti Web के मुताबिक TradeLab के आंकड़ों में रेस्तरां बाजार 0.6% घटा, जबकि मध्यम और कम कीमत वाले रेस्तरां में ग्राहक-दौरे 2% से 3% कम हुए

सोमवार, 23 नवंबर 2026



TradeLab के उपभोक्ता-व्यवहार संबंधी आंकड़ों के अनुसार, इटली में जिन रेस्तरां का औसत बिल 35 यूरो से अधिक है, वहां साल की पहली छमाही में ग्राहक-दौरे बढ़े, जबकि व्यापक रेस्तरां बाजार में गिरावट आई। ये आंकड़े 21 नवंबर को Ristoranti Web ने प्रकाशित किए।

आंकड़ों के मुताबिक, जनवरी से जून के बीच अधिक खर्च वाले रेस्तरां में ग्राहक-दौरे 3.2% बढ़े। इसी अवधि में इटली के समग्र वाणिज्यिक रेस्तरां बाजार में ग्राहक-दौरे 0.6% घटे। इस तरह अधिक खर्च वाले रेस्तरां का प्रदर्शन पूरे बाजार से 3.8 प्रतिशत अंक बेहतर रहा।

आंकड़े इस क्षेत्र में मांग के बंटे हुए रुझान की ओर इशारा करते हैं। Ristoranti Web द्वारा उद्धृत आंकड़ों के मुताबिक,

महंगे रेस्तरां में ग्राहकों की आवाजाही बढ़ी, जबकि मध्यम और कम कीमत वाले रेस्तरां में ग्राहक-दौरे 2% से 3% घटे। पिज़्ज़ेरिया में मामूली बढ़त दर्ज हुई और वहां ग्राहक-दौरे 0.6% बढ़े।

यह तुलना राजस्व की नहीं, बल्कि ग्राहक-दौरों की है। यह अंतर अहम है, क्योंकि आंकड़े बताते हैं कि उपभोक्ता कितनी बार बाहर खाना खाने गए, न कि उन्होंने कुल कितना खर्च किया। 35 यूरो की सीमा प्रति दौरे के औसत खर्च को दर्शाती है। प्रकाशन ने ग्राहक-दौरों की कुल संख्या नहीं दी, इसलिए यह गणना करना संभव नहीं है कि अधिक खर्च वाले वर्ग में कितने अतिरिक्त दौरे हुए या बाजार के बाकी हिस्सों में कितने दौरे घटे।

TradeLab इटली में घर से बाहर होने वाली खपत पर नजर रखता है। Ristoranti Web ने कहा कि ये आंकड़े जनवरी से जून की निगरानी से लिए गए हैं। इसी वर्गीकरण वाली कोई प्राथमिक रिपोर्ट सार्वजनिक रूप से उपलब्ध नहीं मिली, इसलिए इन श्रेणियों का विवरण देने वाला सार्वजनिक स्रोत Ristoranti Web ही है।

इस सीमा के बावजूद, आंकड़े बताते हैं कि कीमत के स्तर के आधार पर बाजार के अलग-अलग हिस्सों में रुझान अलग रहे। पूरे उद्योग का औसत मामूली संकुचन का संकेत देता है, लेकिन वर्गीकरण से पता चलता है कि कमजोरी सबसे अधिक खर्च वाले वर्ग के बाहर केंद्रित थी। व्यावहारिक तौर पर, प्रति ग्राहक 35 यूरो से अधिक लेने वाले रेस्तरां अधिक ग्राहकों को आकर्षित कर पाए, जबकि बाजार के बड़े हिस्से में ग्राहक-दौरे घटे।

यह रुझान रेस्तरां संचालकों और निवेशकों के लिए अहम हो सकता है, क्योंकि बाजार के समग्र आंकड़े क्षेत्र के भीतर के बड़े अंतरों को छिपा सकते हैं। पूरे बाजार में 0.6% की गिरावट अपने आप में मामूली लग सकती है, लेकिन अधिक खर्च वाले वर्ग में 3.2% की बढ़त और मध्यम तथा कम कीमत वाले रेस्तरां में 2%-3% की गिरावट के साथ इसकी तस्वीर अलग दिखती है।

आंकड़े यह भी संकेत देते हैं कि मांग में मजबूती सभी तरह के रेस्तरां में समान रूप से नहीं फैली थी। इटली के बाहर खाना खाने के बाजार का बड़ा हिस्सा रहे पिज़्ज़ेरिया में ग्राहक-दौरे थोड़े बढ़े, लेकिन उनकी 0.6% की बढ़त 35 यूरो से अधिक औसत खर्च वाले रेस्तरां में दर्ज वृद्धि से काफी कम थी। यह अंतर बताता है कि जो उपभोक्ता अब भी अधिक बार बाहर खाना खाने जा रहे थे, वे अपने दौरों को रेस्तरां के प्रकारों और कीमतों की श्रेणियों में समान रूप से नहीं बांट रहे थे।

आंकड़ों में केवल साल की पहली छमाही शामिल है, इसलिए उनसे यह पता नहीं चलता कि यही रुझान गर्मियों और पतझड़ में भी जारी रहा या नहीं। वे अलग-अलग श्रेणियों के बीच इस अंतर के कारण भी स्पष्ट नहीं करते। फिर भी, Ristoranti Web द्वारा प्रकाशित पहली छमाही के नतीजे दिखाते हैं कि कुल मिलाकर थोड़े सिकुड़ते बाजार में ग्राहक-दौरों की सबसे तेज वृद्धि उद्योग के उस हिस्से में हुई, जो प्रति भोजन अधिक खर्च करने को तैयार ग्राहकों की सेवा करता है।