vinetur

ब्रिटेन में Pernod Ricard के Lillet का वॉल्यूम 33% बढ़ा।

बोर्डो का यह एपरिटिफ़ ब्रिटेन में युवा पीने वालों को आकर्षित कर रहा है, जहां Hugo spritz सर्च इंटरेस्ट में Aperol Spritz से आगे निकल गया है।

मंगलवार, 8 सितंबर 2026



Pernod Ricard यूके में Lillet के साथ अपनी पकड़ मजबूत कर रहा है, क्योंकि spritz कॉकटेल्स एपरिटिफ़ बाजार को नया आकार दे रहे हैं और Campari के Aperol के साथ प्रतिस्पर्धा तेज कर रहे हैं।

NielsenIQ के आंकड़ों के अनुसार, यूके बाजार में 15 जुलाई के मध्य तक के तीन महीनों में Lillet के वॉल्यूम एक साल पहले की तुलना में लगभग 33% बढ़े। Pernod Ricard के स्वामित्व वाला यह बोर्डो वाइन-आधारित एपरिटिफ़ 2008 से उसके पास है, और इसे ब्रिटिश पीने की आदतों में व्यापक बदलाव का लाभ मिला है, क्योंकि अधिक उपभोक्ता टॉनिक, स्पार्कलिंग वॉटर या prosecco के साथ मिलाकर परोसे जाने वाले हल्के एपरिटिफ़ विकल्प चुन रहे हैं।

यह बदलाव Hugo spritz की बढ़ती लोकप्रियता में दिखता है, जो prosecco, elderflower syrup, soda और mint से बना ड्रिंक है। 12 जुलाई को समाप्त 13 हफ्तों के लिए Google search data में Hugo के लिए औसत indexed interest 55.8 था, जो Aperol Spritz के 53.9 से ऊपर था। अंतर मामूली था, लेकिन इसने गर्मियों की अवधि में यूके search interest में लंबे समय से हावी प्रतिद्वंद्वी से आगे निकलने वाला पहला elderflower-आधारित serve चिह्नित किया।

क्योंकि spritz युवा पीने वालों के लिए एक अहम प्रवेश-बिंदु बन गया है। Bacardi की 2026 Cocktail Trends Report में पाया गया कि 18 से 29 वर्ष आयु के 34% यूके उपभोक्ताओं ने summer 2026 के लिए spritz को अपना शीर्ष cocktail चुना। drinks companies, bars और retailers के लिए, उपभोक्ता कौन-से spritz serves मंगाते हैं, इसमें बदलाव shelf space, cocktail menus, ingredient demand और wine-based aperitifs, liqueurs तथा ready-to-drink products में volume growth और margins के बीच संतुलन को प्रभावित कर सकता है।

यूके में Lillet की हालिया गति इसलिए अलग दिखती है क्योंकि व्यापक श्रेणी दबाव में रही है। IWSR के आंकड़ों से पता चला कि 2023 और 2025 के बीच मूल्य के लिहाज़ से यूके aperitif बिक्री 6% घटी, जो बाजार में spirits और उनसे जुड़े पेयों के लिए कठिन दौर को दर्शाती है। इस पृष्ठभूमि में, Lillet की growth से संकेत मिलता है कि Pernod Ricard ऐसे segment में हिस्सा जीत रहा है जो समग्र रूप से नहीं बढ़ रहा।

यूके में प्रदर्शन एक अधिक असमान वैश्विक तस्वीर से भी भिन्न है। Pernod Ricard के वित्त वर्ष की तीसरी तिमाही के अप्रैल 2026 तक के नतीजों में, कंपनी ने कहा कि उसका Specialty Brands division 8% घटा, और Lillet को उस कारोबार के भीतर कमजोर प्रदर्शन का हिस्सा बताया गया, जबकि segment के अन्य brands ने दोहरे अंकों की growth दर्ज की। Pernod Ricard ने Lillet को अपनी प्रमुख वैश्विक विकास प्राथमिकताओं में से एक के रूप में चिन्हित किया है, और अब यह brand 50 markets में बिकता है।

प्रतिस्पर्धा अभी भी मजबूत है। Aperol अब भी category के सबसे शक्तिशाली names में से एक है और Campari Group के लिए राजस्व का बड़ा स्रोत है। Aperol ने 2025 में 10 मिलियन नौ-लीटर केस बेचे और Campari की कुल sales का लगभग एक-चौथाई हिस्सा बनाया, जिससे वह group का सबसे बड़ा contributor बना। 2025 की तीसरी तिमाही में, Aperol Spritz ब्रिटेन के cocktail spending का 13.6% था, जिससे उस समय यह देश में किसी भी cocktail का सबसे बड़ा spending share बन गया।

Campari ने भी उपभोक्ताओं की सुविधा और कम-alcohol formats की तलाश के बीच इस स्थिति की रक्षा करने की कोशिश की है। अप्रैल 2026 में, कंपनी ने 250-मिलीलीटर cans में 5% alcohol by volume वाला ready-to-serve Aperol Spritz लॉन्च किया। यह कदम ऐसे market की ओर इशारा करता है जहां प्रतिस्पर्धा अब केवल classic on-premise serve तक सीमित नहीं है और इसमें सुपरमार्केट, convenience stores और अन्य retail channels के ज़रिए बिकने वाले take-home और portable विकल्प भी तेजी से शामिल हो रहे हैं।

Lillet के साथ Pernod Ricard की कोशिश को brand की व्यापक visibility से भी मदद मिली है। हाल के वर्षों में Lillet लोकप्रिय संस्कृति में दिखाई दिया है, जिसमें Netflix series “Emily in Paris” भी शामिल है। इसे celebrity से जुड़े cocktail trends के जरिए भी ध्यान मिला है, जिनमें “French Blonde” भी शामिल है, जो Lillet Blanc, St-Germain

elderflower liqueur, lemon bitters और grapefruit juice से बना drink है।

brand का इतिहास 1887 तक जाता है, जब इसे Kina Lillet के रूप में बनाया गया था, एक tonic-style aperitif जो cinchona bark से प्राप्त quinine से बनाया जाता था। समय के साथ इसका formula बदला गया, और 1986 में Pernod ने Lillet Blanc पेश किया, जो कम quinine वाला अधिक मीठा संस्करण था और जिसने मूल recipe की जगह ली। आज, Lillet Young's और Fuller's जैसे प्रमुख UK pub groups में stock किया जाता है, जिससे इसे urban drinkers और युवा professionals तक पहुंच मिलती है, जो premium aperitif serves के महत्वपूर्ण customers बन गए हैं।

इसलिए ब्रिटेन के aperitif market में मौजूदा मुकाबला सिर्फ़ एक brand के short-term lift तक सीमित नहीं है। यह spritz category के भीतर consumer preference में व्यापक बदलाव को दर्शाता है, जिसका असर product development, bar menus, retail assortment और wines, liqueurs तथा अन्य low-to-mid strength drinks की demand patterns पर पड़ सकता है, जिन्हें casual social occasions के लिए बेचा जाता है।