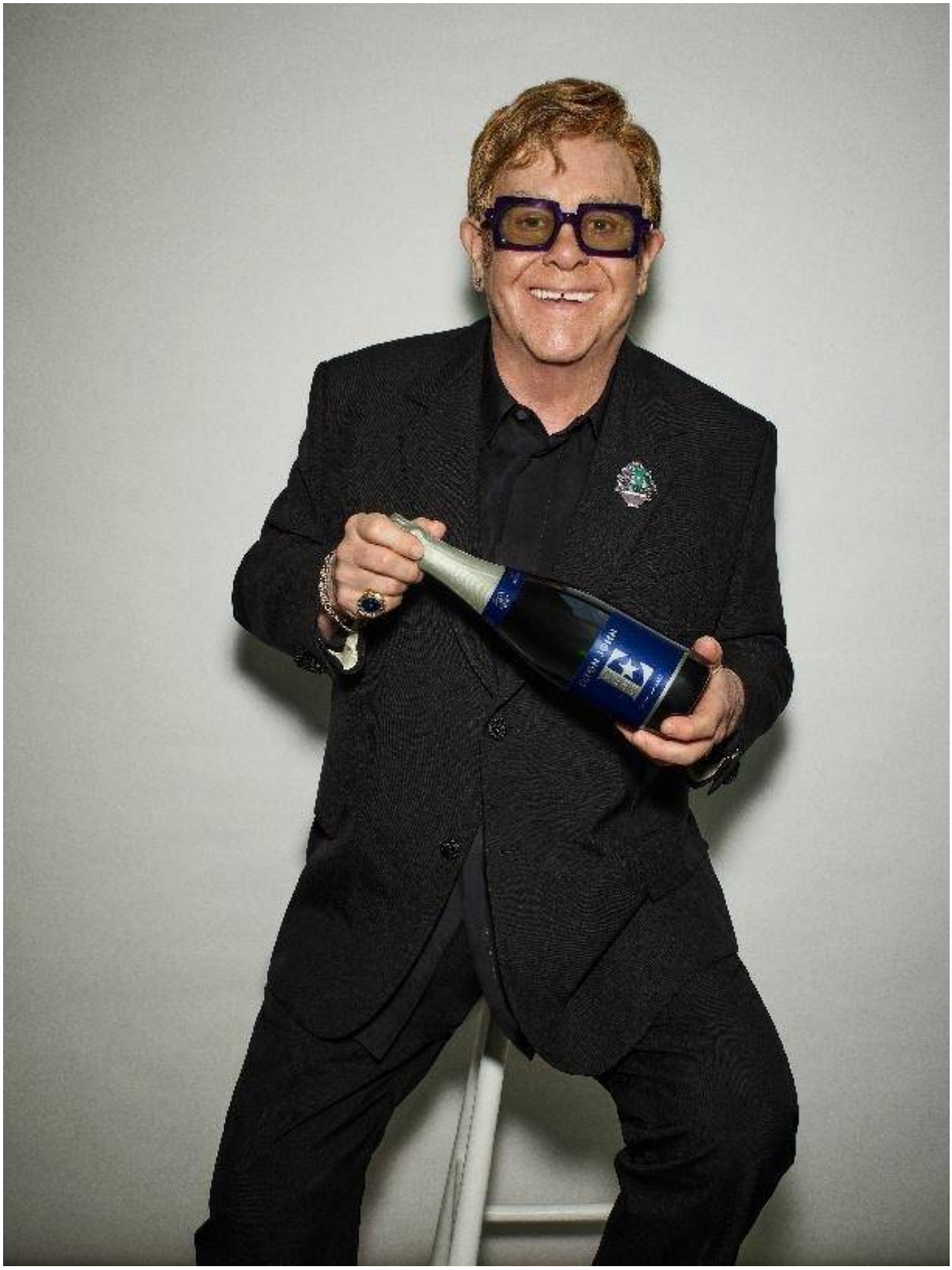
vinetur

एल्टन जॉन ने अमेरिका में लॉन्च किया शून्य-अल्कोहल स्पार्कलिंग वाइन का विकल्प

अमेरिका में स्पार्कलिंग गैर-अल्कोहलिक वाइन की बिक्री 49% बढ़ने के बाद, 25 डॉलर की बोतल छुट्टियों से पहले दुकानों में पहुंची

मंगलवार, 10 नवंबर 2026



एल्टन जॉन और डेविड फर्निश ने अमेरिका में Elton John Zero Blanc de Blancs लॉन्च की है। छुट्टियों के मौसम की तैयारी कर रहे खुदरा विक्रेताओं और गैर-अल्कोहलिक विकल्पों की बढ़ती मांग के बीच, मंगलवार को उनका शून्य-अल्कोहल स्पार्कलिंग पेय बाजार में आया।

Foley Family Wines & Spirits के अनुसार, यह उत्पाद अब देशभर की दुकानों और ऑनलाइन उपलब्ध है। 750 मिलीलीटर की बोतल का सुझाया गया खुदरा मूल्य 25 डॉलर है। अमेरिका में इसका विशेष वितरण Foley Family Wines & Spirits संभाल रही है। कंपनी ने कहा कि यह उसका पहला गैर-अल्कोहलिक वाइन विकल्प है।

Elton John Zero Blanc de Blancs को पहले यूनाइटेड किंगडम में पेश किया गया था। कंपनियों के मुताबिक, विदेशों में शुरुआती प्रदर्शन मजबूत रहने के बाद अब इसे अमेरिकी बाजार में भी उतारा जा रहा है। यह पेय उत्तरी इटली में उगाए गए 100% Chardonnay अंगूरों से बनाया जाता है। कई गैर-अल्कोहलिक वाइनों को पहले किण्वित किया जाता है और फिर उनमें से अल्कोहल निकाला जाता है, जबकि उत्पादकों का कहना है कि इस स्पार्कलिंग पेय में नियंत्रित किण्वन प्रक्रिया अपनाई जाती है, जिसे किसी भी चरण में अल्कोहल बनने से रोकने के लिए तैयार किया गया है।

ब्रांड की मार्केटिंग में यह अंतर केंद्रीय भूमिका निभाता है। कंपनियों का कहना है कि इस तरीके का उद्देश्य पारंपरिक Blanc de Blancs से जुड़ी बनावट और सुगंध को बनाए रखना है, साथ ही अल्कोहल निकालने के दौरान स्वाद में होने वाले बदलावों से बचना भी। तैयार पेय में ग्रीन टी का अर्क शामिल है, जो निर्माता के अनुसार टैनिन और बनावट जोड़ता है। इसमें सेब, साइट्रस ब्लॉसम और हनीसकल के स्वाद के साथ खनिजीय फिनिश बताई गई है। इसे वीगन और शाकाहारी लोगों के लिए भी उपयुक्त बताकर प्रचारित किया जा रहा है।

लॉन्च के साथ जारी बयान में जॉन ने कहा कि यह ब्रांड इस विचार के साथ बनाया गया है कि जश्न में उन लोगों को भी शामिल होना चाहिए जो अल्कोहल नहीं पीते। फर्निश ने कहा कि वह और जॉन ऐसा गैर-अल्कोहलिक स्पार्कलिंग विकल्प देना चाहते थे जो उत्सवी मौकों के लिए भी उपयुक्त लगे ; इसकी प्रेरणा मेहमाननवाज़ी और मनोरंजन में उनकी साझा रुचि से मिली। उनकी टिप्पणियां इस लॉन्च को पेय कारोबार के उस व्यापक रुझान से जोड़ती हैं, जिसमें स्थापित वाइन और स्पिरिट कंपनियां अपने पोर्टफोलियो में अल्कोहल-मुक्त उत्पादों की संख्या बढ़ा रही हैं।

Foley Family Wines & Spirits ने इस लॉन्च को सीधे तौर पर उपभोक्ता मांग में आए बदलाव से जोड़ा। कंपनी के मुख्य विपणन अधिकारी जेसन डैनियल ने Circana के आंकड़ों का हवाला देते हुए कहा कि 6 सितंबर को समाप्त हुए 52 सप्ताह में अमेरिका में स्पार्कलिंग गैर-अल्कोहलिक वाइन की श्रेणी 49% बढ़ी। कंपनी ने विज्ञप्ति में श्रेणी की कुल बिक्री के व्यापक आंकड़े नहीं दिए, लेकिन यह संख्या उस क्षेत्र में लगातार वृद्धि का संकेत देती है जिस पर पारंपरिक अल्कोहल उत्पादकों और सेलिब्रिटी-समर्थित ब्रांडों, दोनों की नजर है।

अमेरिका में इस उत्पाद की शुरुआत Benchmark Drinks के साथ साझेदारी का भी विस्तार है। लंदन स्थित यह कंपनी वितरक और ब्रांड डेवलपर है। Benchmark ने 2026 की शुरुआत में ब्रिटेन में Elton John Zero लॉन्च किया था और उसका कहना है कि अब यह उत्पाद 15 से अधिक देशों में बिक रहा है। कंपनी ने यह भी कहा कि यह पेय ब्रिटेन की दो सबसे बड़ी किराना श्रृंखलाओं Tesco और Sainsbury's में सबसे अधिक बिकने वाली प्रीमियम 0% स्पार्कलिंग वाइन बन गई। विज्ञप्ति में किए गए इन दावों की स्वतंत्र रूप से पुष्टि नहीं की जा सकी।

Foley Family Wines & Spirits के लिए इस लॉन्च से उसके पोर्टफोलियो में एक नई श्रेणी जुड़ती है, जो मुख्य रूप से पारंपरिक वाइन और स्पिरिट ब्रांडों पर आधारित है। 1996 में स्थापित यह कंपनी Ferrari-Carano, Chateau St. Jean, Chalk Hill और Silverado Vineyards जैसे ब्रांडों की मालिक है या उनका वितरण करती है। हाल के वर्षों में उसने आयातित वाइन और वैश्विक स्पिरिट कारोबार का विस्तार भी किया है। Elton John Zero को अपने पोर्टफोलियो में शामिल करके Foley बाजार के ऐसे हिस्से में प्रवेश कर रही है जिसे बड़े पेय समूह अब सीमित मांग वाला क्षेत्र नहीं, बल्कि विकास के अवसर के रूप में तेजी से देख रहे हैं।

एल्टन जॉन का नाम इस उत्पाद को वह पहचान देता है जो कई नए गैर-अल्कोहलिक ब्रांडों को हासिल नहीं है। लोकप्रिय संगीत के सबसे व्यावसायिक रूप से सफल संगीतकारों में शामिल जॉन के रिकॉर्ड दुनिया भर में 350 मिलियन से अधिक बिक चुके हैं। उन्हें कई Grammy Awards मिले हैं और उनका करियर छह दशकों तक फैला है। फिल्मकार और निर्माता फर्निश भी ब्रांड को सार्वजनिक रूप से पेश करने की प्रक्रिया में करीबी तौर पर शामिल रहे हैं। लॉन्च सामग्री में इस पेय को केवल एक स्वतंत्र कारोबार के रूप में नहीं, बल्कि इस जोड़े की जीवनशैली और मेहमाननवाज़ी की आदतों के विस्तार के रूप में भी पेश किया गया है।

अमेरिका में यह उत्पाद ऐसे समय जारी हुआ है जब खुदरा विक्रेता छुट्टियों के लिए अपने उत्पादों का चयन तैयार कर

रहे हैं और ब्रांड Dry January को ध्यान में रखकर बाजार में अपनी जगह बनाने की कोशिश कर रहे हैं। इस दौरान कई उपभोक्ता साल के अंत की छुट्टियों के बाद अल्कोहल का सेवन घटाते हैं। मौसमी समय यह परखने का अवसर देगा कि प्रीमियम कीमत वाला, सेलिब्रिटी-समर्थित स्पार्कलिंग विकल्प न केवल अल्कोहल से दूरी बनाने में रुचि रखने वालों की खरीदारी में जगह बना पाता है, बल्कि उन मेजों पर भी जहां कुछ मेहमान अल्कोहल पीते हैं और कुछ नहीं।