vinetur

आयरिश व्हिस्की समूहों ने भारत और जापान में €3 मिलियन के अभियान की शुरुआत की

तीन साल के कार्यक्रम का 80% खर्च यूरोपीय संघ उठाएगा ; इसमें आयरिश स्पिरिट्स को शामिल करने वाला पहला सह-वित्तपोषित प्रचार अभियान है

शुक्रवार, 13 नवंबर 2026



Bord Bia और Irish Whiskey Association ने गुरुवार, 12 नवंबर को भारत और जापान में आयरिश व्हिस्की तथा यूरोप की अन्य भौगोलिक संकेत (GI) वाली स्पिरिट्स के प्रचार के लिए €3 मिलियन के अभियान की घोषणा की। यह तीन साल के कार्यक्रम का हिस्सा है, जो 2027 में शुरू होना है।

Ibec की ओर से जारी बयान के अनुसार, Spirits of Europe – GI नाम के इस अभियान के लिए यूरोपीय संघ €2.4 मिलियन और उद्योग €600,000 का वित्तपोषण कर रहा है। Ibec आयरलैंड का कारोबारी संगठन है, जिसके अंतर्गत Drinks Ireland आता है। इसका मतलब है कि बजट का 80% यूरोपीय संघ और 20% इस क्षेत्र से आएगा।

यह कार्यक्रम केवल आयरिश व्हिस्की तक सीमित नहीं है। इसमें भौगोलिक संकेत संबंधी नियमों के तहत संरक्षित यूरोपीय स्पिरिट्स शामिल हैं, हालांकि आयोजकों ने कहा कि आयरिश व्हिस्की इसका प्रमुख केंद्र होगी। घोषित राशि

प्रचार के लिए बजट है, बिक्री, निर्यात या भविष्य की सुनिश्चित आय का माप नहीं।

Bord Bia, यानी Irish Food Board, और Irish Whiskey Association ने कहा कि अभियान दोनों देशों में खरीदारों, वितरकों, थोक विक्रेताओं, बारटेंडरों और ऑन-ट्रेड क्षेत्र के अन्य निर्णयकर्ताओं को लक्षित करेगा। इस धनराशि से भारत और जापान में बाजार विशेषज्ञ नियुक्त किए जाएंगे, व्यापार मेलों में भागीदारी की जाएगी और पेशेवर खरीदारों को लक्षित व्यापार-माध्यम गतिविधियां संचालित होंगी।

आयोजकों ने इसे आयरिश स्पिरिट्स को शामिल करने वाला यूरोपीय संघ का पहला सह-वित्तपोषित प्रचार अभियान बताया। इसके लिए धनराशि यूरोपीय संघ की Enjoy, it's from Europe नीति के तहत हासिल की गई। यह नीति बाजार खोलने, व्यापार संबंधों में विविधता लाने और गुणवत्ता, सुरक्षा तथा टिकाऊपन के यूरोपीय संघ के मानकों को बढ़ावा देने वाली परियोजनाओं का समर्थन करती है।

बयान के मुताबिक, आवेदन Third Country - All Markets श्रेणी के तहत जमा किया गया था और प्रतिस्पर्धी प्रक्रिया में इसे वित्तपोषण मिला। समूह ने कहा कि इस श्रेणी में 97 आवेदन आए थे, जिनमें से 25 को मंजूरी मिली।

यह घोषणा आयरिश व्हिस्की उत्पादकों के उस व्यापक प्रयास को दर्शाती है, जिसका मकसद उनके सबसे बड़े पारंपरिक निर्यात गंतव्यों पर निर्भरता घटाना है। मूल्य के लिहाज से अमेरिका, यूरोपीय संघ और यूनाइटेड किंगडम इस क्षेत्र के सबसे बड़े बाजार बने हुए हैं, लेकिन आयरिश उत्पादक विकास के लिए तेजी से एशिया की ओर देख रहे हैं।

बयान के मुताबिक, 2025 में आयरिश व्हिस्की का निर्यात €930 मिलियन का था, जो आयरलैंड के कुल पेय निर्यात का 43% है। Irish Whiskey Association ने यह भी कहा कि आयरलैंड में आसवित व्हिस्की का 95% निर्यात किया जाता है।

भारत इस श्रेणी के लिए पहले से ही एक अहम गंतव्य है। IWSR के आंकड़ों का हवाला देते हुए आयोजकों ने कहा कि मात्रा के लिहाज से भारत आयरिश व्हिस्की का दूसरा सबसे बड़ा बाजार है और वहां पिछले पांच वर्षों में बिक्री बारह गुना से अधिक बढ़ी है। उनके मुताबिक, भारत को होने वाले निर्यात पर 150% शुल्क के बावजूद यह विस्तार हुआ है।

बयान में इस अभियान को भारत और यूरोपीय संघ के बीच व्यापार में अपेक्षित बदलावों से भी जोड़ा गया। इसमें कहा गया कि हाल ही में संपन्न भारत-यूरोपीय संघ मुक्त व्यापार समझौता 2027 में लागू होने की उम्मीद है। इसके तहत शुल्क तुरंत आधा हो जाएगा और फिर अगले सात वर्षों में घटकर 40% रह जाएगा। यदि यह समय-सारिणी लागू होती है, तो कम शुल्क से आयातित आयरिश व्हिस्की को उस बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त मिल सकती है, जिसे उद्योग दुनिया का सबसे बड़ा व्हिस्की बाजार बताता है।

मात्रा के लिहाज से जापान भारत से छोटा बाजार है, लेकिन उत्पादक उसे भी विकास का अहम अवसर मानते हैं। बयान में, फिर से IWSR का हवाला देते हुए, कहा गया कि 2020 के बाद से जापान में आयरिश व्हिस्की की बिक्री मात्रा 305% बढ़ी है। जापान का घरेलू व्हिस्की उद्योग लंबे समय से स्थापित है, लेकिन हाल के वर्षों में आयातकों और उपभोक्ताओं की अन्य उत्पादक देशों की वस्तुओं में दिलचस्पी भी बढ़ी है।

भौगोलिक संकेत का दर्जा अभियान के संदेश का अहम हिस्सा है। भौगोलिक संकेत संरक्षण से उत्पत्ति और उत्पादन मानकों के नियम तय होते हैं और संरक्षित नामों के इस्तेमाल पर सीमाएं लगती हैं। आयरिश व्हिस्की के मामले में, इस दर्जे का मकसद निर्यात बाजारों में इसे बनाने और इसका विपणन करने के तरीके को सुरक्षित रखना है।

इस परियोजना से जुड़े समूहों ने अभियान को व्यापार पहल और बाजार को शिक्षित करने के प्रयास, दोनों रूपों में पेश किया। व्यवहार में, खर्च का बड़ा हिस्सा आम उपभोक्ताओं के विज्ञापन के बजाय व्यापार चैनलों पर केंद्रित दिखता है। दोनों बाजारों में नियुक्त कर्मचारी वितरकों और अन्य व्यावसायिक साझेदारों के साथ सीधे काम करेंगे, जबकि व्यापार मेले और विशेषज्ञ मीडिया उद्योग के खरीदारों के बीच पहचान बढ़ाने के लिए हैं।

€3 मिलियन का बजट तीन वर्षों में खर्च होगा, लेकिन आयोजकों ने साल या देश के हिसाब से इसका ब्योरा जारी नहीं किया। उन्होंने भारत या जापान में इसी तरह के पिछले प्रयासों के लिए तुलनीय बजट भी नहीं बताया। इसलिए घोषणा में कुल राशि और वित्तपोषण का ढांचा स्पष्ट है, लेकिन यह नहीं बताया गया कि प्रत्येक बाजार में कितना खर्च होगा और किन गतिविधियों को सबसे बड़ा हिस्सा मिलेगा।

यह अभियान इस बात का संकेत भी देता है कि एशिया में क्षेत्र के विस्तार में सार्वजनिक सहायता का कितना उपयोग किया जा रहा है। उद्योग के हर एक यूरो के योगदान पर यूरोपीय संघ चार यूरो दे रहा है। इससे पता चलता है कि जब उत्पादक ब्रसेल्स के जरिए सह-वित्तपोषण हासिल कर पाते हैं, तो निर्यात को बढ़ावा देने के लिए कितना आधिकारिक समर्थन उपलब्ध हो सकता है।

यह घोषणा उन संगठनों की ओर से आई है जिनका उद्योग और आयरिश खाद्य एवं पेय के प्रचार से करीबी संबंध है। Bord Bia आयरलैंड की सरकारी एजेंसी है, जो देश के भीतर और विदेशों में खाद्य एवं पेय का प्रचार करती है। Irish Whiskey Association आयरलैंड द्वीप के डिस्टिलरों, बोतलबंद करने वाली कंपनियों और ब्रांड मालिकों का प्रतिनिधित्व करती है। बयान जारी करने वाला Ibec आयरलैंड का प्रमुख नियोक्ता और कारोबारी संगठन है।

घोषणा से यह तय नहीं होता कि अभियान से कितना अतिरिक्त कारोबार पैदा होगा। प्रचार कार्यक्रम जागरूकता बढ़ा सकते हैं और वितरकों को किसी बाजार में प्रवेश करने या वहां अपना कारोबार बढ़ाने में मदद कर सकते हैं, लेकिन वे अधिक बिक्री की गारंटी नहीं देते। यहां यह बात खास तौर पर अहम है, क्योंकि कार्यक्रम में यूरोप की भौगोलिक संकेत वाली अन्य स्पिरिट्स भी शामिल हैं, भले ही सबसे अधिक लाभ आयरिश व्हिस्की को मिलने की उम्मीद हो।

फिर भी, वित्तपोषण का पैमाना और भारत तथा जापान का चयन यह रेखांकित करते हैं कि उद्योग को आगे के अवसर कहां दिख रहे हैं। पश्चिम के स्थापित बाजारों में वर्षों की वृद्धि के बाद, आयरिश व्हिस्की उत्पादक अब एशिया के इन दो गंतव्यों में नए संसाधन लगा रहे हैं, जहां बिक्री पहले से बढ़ रही है और जहां 2027 से व्यापार की स्थितियां अधिक अनुकूल हो सकती हैं।