vinetur

अमेरिका में मांग कमजोर पड़ने के बाद आयरिश व्हिस्की निर्माता भारत, पोलैंड और जर्मनी पर लगा रहे दांव

IWSR के आंकड़ों के अनुसार, 2019 से 2025 के बीच इन बाजारों में दो अंकों की वृद्धि हुई और भारत में Jameson सबसे आगे रहा

बुधवार, 18 नवंबर 2026



अपने सबसे बड़े बाजार में कारोबार की कमजोर स्थितियों के चलते ब्रांड मालिक अब तेज़ी से बढ़ रहे भारत, पोलैंड और जर्मनी जैसे देशों की ओर रुख कर रहे हैं। Global Drinks Intel ने IWSR के आंकड़ों पर आधारित जो बाजार विश्लेषण मंगलवार, 17 नवंबर को प्रकाशित किया, उसमें यह बात कही गई है।

रिपोर्ट के अनुसार, आर्थिक दबाव और शराब के सेवन में व्यापक कमी के कारण अमेरिका में मात्रा और मूल्य—दोनों लिहाज से वृद्धि हासिल करना मुश्किल रहा है। इससे आयरिश व्हिस्की कंपनियों के लिए दुनिया के अन्य हिस्सों में मांग के नए स्रोत तलाशने की आवश्यकता और बढ़ गई है।

Global Drinks Intel द्वारा उद्धृत IWSR के आंकड़ों से पता चला कि 2019 से 2025 के बीच भारत, पोलैंड और जर्मनी—तीनों में आयरिश व्हिस्की की मात्रा और मूल्य, दोनों में दो अंकों की चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर्ज हुई। बाजार के आकार के लिहाज से अमेरिका से नीचे आने वाले यूके को इन तीनों देशों के करीब बताया गया।

पेय अल्कोहल उद्योग के लिए यह बदलाव अहम है, क्योंकि इससे उन बाजारों का स्पष्ट संकेत मिलता है जहां निर्यात वृद्धि की संभावना है, खासकर अगर अमेरिका में सुस्ती बनी रहती है। स्पिरिट कंपनियों के साथ-साथ आयातित ब्रांडों पर निर्भर वितरकों और खुदरा विक्रेताओं के लिए भी ये आंकड़े बताते हैं कि उत्पादक किसी एक बड़े बाजार पर निर्भरता घटाने की कोशिश में विपणन, बाजार तक पहुंच और पोर्टफोलियो में निवेश को किन देशों की ओर मोड़ सकते हैं।

भारत पर सबसे अधिक ध्यान दिया जा रहा है। Global Drinks Intel के मुताबिक, इस बाजार का तेज़ विस्तार Pernod Ricard के स्वामित्व वाले प्रमुख आयरिश व्हिस्की ब्रांड Jameson की अगुवाई में हुआ है। प्रकाशन ने कहा कि Jameson ने सुलभ कीमत और स्वाद को मजबूत ब्रांड पहचान के साथ जोड़कर बड़ी संख्या में उपभोक्ताओं का समर्थन हासिल किया है। अन्य आयरिश व्हिस्की निर्माता यह देखने के लिए घटनाक्रम पर करीबी नजर रखेंगे कि क्या Jameson की सफलता से इस श्रेणी के बारे में उपभोक्ताओं की जागरूकता बढ़ती है और छोटे ब्रांडों के लिए अवसर बनते हैं। लैटिन अमेरिका के कुछ हिस्सों और मध्य तथा पूर्वी यूरोप समेत अन्य उभरते बाजारों में भी ऐसा ही अवसर पैदा हो सकता है, क्योंकि उपभोक्ता स्पिरिट के अधिक विकल्प अपना रहे हैं।

विश्लेषण में इस श्रेणी के भीतर एक अहम अंतर की ओर भी इशारा किया गया। आयरिश व्हिस्की पर वैश्विक ध्यान का बड़ा हिस्सा ब्लेंड्स पर रहा है, जिनकी मात्रा सबसे अधिक है, और सिंगल पॉट स्टिल पर, जिसे आयरलैंड से सबसे अधिक जुड़ी शैली माना जाता है। लेकिन आयरिश सिंगल माल्ट का हिस्सा अभी छोटा होने के बावजूद, ऐसा लगता है कि यह समूची आयरिश व्हिस्की श्रेणी से तेज़ी से बढ़ रहा है।

Stoli Group के मुख्य विपणन अधिकारी Yury Surin ने Global Drinks Intel को बताया कि उपभोक्ता शराब की मात्रा में तेज़ बढ़ोतरी करने के बजाय खरीदारी का तरीका बदल रहे हैं। उनके अनुसार, खरीदार कम बोतलें खरीद रहे हैं, लेकिन उनका चुनाव अधिक सोच-समझकर कर रहे हैं। यह रुझान सिंगल माल्ट की स्थिति को फायदा पहुंचा सकता है, हालांकि इससे मात्रा में आसानी से वृद्धि होना जरूरी नहीं है।

Surin ने The Irishman के लिए फ्रांस और आयरलैंड के वैश्विक ट्रैवल रिटेल चैनल को दो खास बाजार बताया। The Irishman, Writers' Tears के साथ, Stoli Group के आयरिश व्हिस्की ब्रांडों में से एक है। उन्होंने कहा कि आयरिश सिंगल माल्ट में दिलचस्पी बढ़ रही है, लेकिन कीमतों का माहौल चुनौतीपूर्ण है। Surin के मुताबिक, स्कॉच व्हिस्की दबाव में है और दुकानों की अलमारियां प्रचार अभियानों तथा कीमतों में कटौती से भरी हैं। इससे छोटे ब्रांडों के पास नवाचार, दुकानों में समर्थन और अलग पहचान बनाने के लिए जरूरी अन्य प्रचार गतिविधियों पर खर्च करने की गुंजाइश कम रह जाती है।

उन्होंने यह भी कहा कि आयरिश सिंगल माल्ट के बारे में उपभोक्ताओं की समझ अब भी सीमित है। Stoli Group, The Irishman को केवल श्रेणी के नाम के आधार पर पेश करने के बजाय आयरलैंड की सिंगल माल्ट व्हिस्की के रूप में स्थापित करता है और नए उपभोक्ताओं को जोड़ने के लिए अपने ब्लेंडेड उत्पाद The Harvest का इस्तेमाल करता है। The Harvest में 70% सिंगल माल्ट और 30% सिंगल पॉट स्टिल शामिल है। Surin ने कहा कि व्हिस्की पीने वाले कई लोग अब भी आयरिश व्हिस्की को मुख्यतः स्मूद ब्लेंड्स से जोड़ते हैं और उन्हें यह पता नहीं है कि आयरलैंड में सिंगल माल्ट भी बनती है। इसलिए जागरूकता बढ़ाने के लिए चखाने के आयोजन और सीधे उत्पाद का अनुभव कराना खास तौर पर महत्वपूर्ण है।