

सुगंध इंडिया

SUGANDH INDIA

VOL.: 11, ISSUE : 04 APRIL 2022

सम्पूर्ण अगरबत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका

Making Sense With
Incense

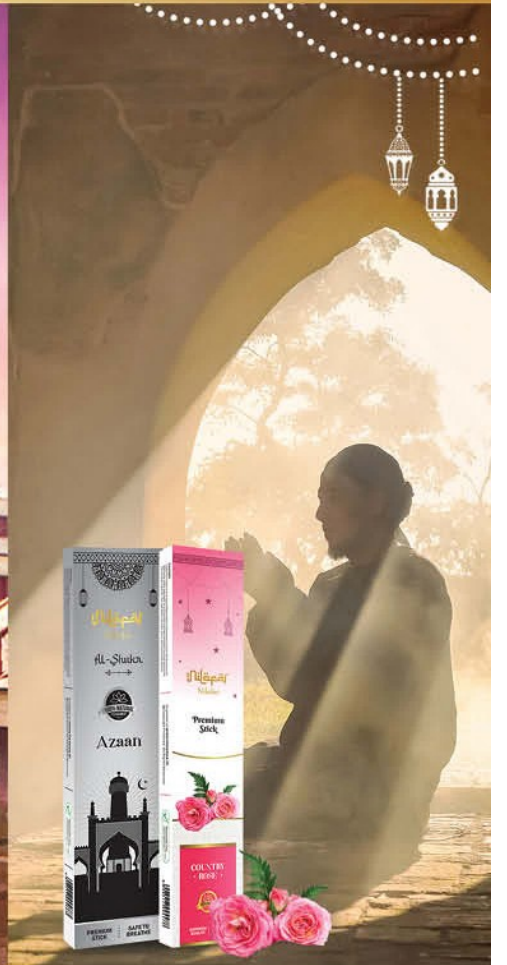
Incenza Sales And Manufacturing Pvt Ltd.

incenza™

PR™
Mere
Prabhu
Ram
Premium Incense

نیلوفار™
Nilofar

Covering All Aspects of Life
Shop at: www.incenza.in



Follow us on: [f](#) [@](#) [t](#) incenzaofficial | mereprabhuramofficial | nilofarofficial

SACHÉE[®]

—
Fragrances

Enchanting
FRA
GRA
NCE

Fragrances create a soothing
aroma, and envelope the
ambience to become a part
of the environmental design.

Our thoughtfully created
fragrances for agarbattis,
and other air care products
are loved by our global
customers, including industrial
clients.



SACHÉE[®]

—
Fragrances

SAC
—
Frag



H E E[®]
grances —————

D-11 & D-12, Sector 2, Noida - 201301

Tel.: (0120) 2536111 | 2536222 | 2546643

Mail: sales@sacheefragrances.com

Web: www.sacheefragrances.com



RADIO BRAND

PREMIUM INCENSE STICKS

Jalaaate raho...

Bajaaate raho...

Regular



Premium



अब 6
अलग
खुशबुओं में!

MFG. R.P. FRAGRANCES

For Distributor Queries: 9628078000



M. A. Farooqui

Editorial

First Step

Auspicious occasion or religious, incense sticks are used everywhere in households. Fragrances have been part of worship traditions, yagya and havan since ancient times. Kings, emperors, nawabs and nobles also used fragrances in palaces and havelis, and with the passage of time and as the fragrances became more affordable, they have become a part of households and lifestyle for freshness and happiness in form of agarbatti and dhooop. Incense sticks industry is mainly a domestic and cottage industry. Hence it comes under the purview of Micro Small and Medium Enterprises (MSME). The scope of the industry is gradually expanding. In this industry of 8500 crores, products worth 1000 crores are being exported. The government has taken commendable steps for the agarbatti industry under Atmanirbhar Bharat Abhiyan and emphasis is being laid on the supply of raw materials, fragrances, packaging, bamboo.

The fragrance industry is a booming industry in the country. It has huge potential for domestic consumption as well as export due to Indians living around the world use it as well as Buddhist countries like China, Japan, Burma, Singapore, Malaysia and Sri Lanka also use incense sticks. 'Sugandh India' has addressed the questions and issues of incense stick manufacturers, distributors and retailers, perfumers, raw material suppliers and all people related to the industry. It has taken the initiative to provide the latest information to the industry on the availability, production and supply of raw material such as bamboo as well as taxes on the industry, problems and questions related to import-export. It will also provide information related to the schemes, policies and programs of the central and state governments regarding the MSME sector. The magazine will continue to provide information about the changes in the industry, new technology and ups and downs due to government policies in the country and the world. In this context, 'Sugandh India' is the in-house magazine of the incense stick industry, which will throw light on various issues from time to time. Hope the first effort of 'Sugandh India' will be found attractive, informative and beneficial to all the people related to the incense stick industry. Be sure to express your opinion to make your monthly magazine relevant. ●

पहला प्रयास

मागलिक और धार्मिक कार्यों में अगरबत्ती का उपयोग घर-घर होता है। प्राचीन काल से पूजा-पाठ, यज्ञ और हवन में धूप सुगंधियों के इस्तेमाल की परंपरा रही है। राजतंत्र में राजा, बादशाह, नवाब और रईस लोग महलों और हवेलियों में सुगंधित धूप का इस्तेमाल करते थे, लेकिन बदले समय में संपन्नता आम लोगों में भी बढ़ी है, तो लोग-बाग घरों और कमरों में ताजगी और मन की प्रसन्नता के लिए बड़े पैमाने पर धूप और अगरबत्तियों का इस्तेमाल करने लगे हैं। अगरबत्ती उद्योग मुख्यतः घरेलू व कुटीर उद्योग है। इसलिए यह सूक्ष्म लघु और मध्यम उद्योग (एमएसएमई) के दायरे में आता है। उद्योग का दायरा धीरे-धीरे बढ़ रहा है। 8500 करोड़ के इस उद्योग में 1000 करोड़ रूपए के उत्पादों का निर्यात हो रहा है। सरकार ने आत्मनिर्भर भारत अभियान के तहत अगरबत्ती उद्योग के लिए सराहनीय कदम उठाए हैं और कच्चे माल, सुगंध, पैकेजिंग, बांस की आपूर्ति पर जोर दिया जा रहा है।

सुगंध उद्योग देश का एक फलता-फूलता उद्योग है। इसमें घरेलू खपत के साथ ही निर्यात की बड़ी संभावना है, क्योंकि दुनिया भर में रह रहे भारतीय जहां इसका इस्तेमाल करते हैं, वहीं चीन, जापान, बर्मा, सिंगापुर, मलेशिया और श्रीलंका जैसे बौद्ध धर्मावलंबी भी अगरबत्ती और धूप का इस्तेमाल करते हैं। 'सुगंध इंडिया' ने अगरबत्ती व धूप के क्षेत्र में कार्यरत कंपनियों, वितरकों और फुटकर विक्रेताओं, पफ्यूमरों, कच्चा माल प्रदान करने वालों व उद्योग से हर प्रकार से जुड़े सभी लोगों के सवालों, समस्याओं व बाजार में कच्चे माल मसलन चंदन, राल, गूगल, कोयला, लकड़ी व बांस की उपलब्धता, उत्पादन और आपूर्ति के साथ उद्योग पर लगने वाले टैक्स, आयात-निर्यात से जुड़ी समस्याओं और सवालों पर उद्योग के विभिन्न पक्षकारों तक ताजा सूचनाएं पहुंचाने का बीड़ा उठाया है। एमएसएमई सेक्टर को लेकर केंद्र और राज्य सरकारों की योजनाओं, नीतियों और कार्यक्रमों से संबंधित जानकारियां भी वह अपने रिपोर्टों के माध्यम से उपलब्ध कराएगा।

देश-दुनिया में उद्योग संबंधी बदलावों, नई तकनीक और सरकारी नीतियों से होने वाले उतार-चढ़ावों की बाबत वह सूचनाएं पहुंचाता रहेगा। इस लिहाज से 'सुगंध इंडिया' अगरबत्ती व धूप उद्योग की अपनी इनहाउस पत्रिका है, जो समय-समय पर विभिन्न सवालों पर प्रकाश डालेगी। आशा है कि 'सुगंध इंडिया' का पहला प्रयास सभी पक्षकारों को आकर्षक, ज्ञानवर्धक और लाभदाई लगा होगा। इस पर अपनी राय अवश्य व्यक्त करें ताकि आपकी मासिक पत्रिका प्रासंगिक बन सके। ●

Editor

M. A. Farooqui

Managing Editor

Fareed Asim Farooqui

Assistant Editor

Nigar Farooqui

Humera Khan

Ad Manager

Praveen Sharma

Uttar Pradesh Bureau Chief

Ashutosh Tiwari

Gujrat Bureau Chief

Jignesh Patel

Karnataka Bureau Chief

Tosif Khan

Art Director

Z.A. Khan

Editor, Publisher & Printer:

M.A. Farooqui for

Anas Communication Pvt. Ltd.

Pubshed at B-117 A, Second Floor,

Joshi Colony, I.P. Extension,

New Delhi-110092 and Printed at

Creative Offset Press, 131,

FIEE, Patparganj Industrial Area, New

Delhi-110092.

Delhi Office :

Anas Communication Pvt. Ltd.

B-117 A, Second Floor, Joshi Colony,

I.P. Extension, New Delhi-110092

Mobile: 7838312431, 9873766789

e-mail : sugandhindiam@gmail.com

The views expressed in the articles are
author's personal views.

All disputes related to the magazine are
subject to Delhi jurisdiction only.

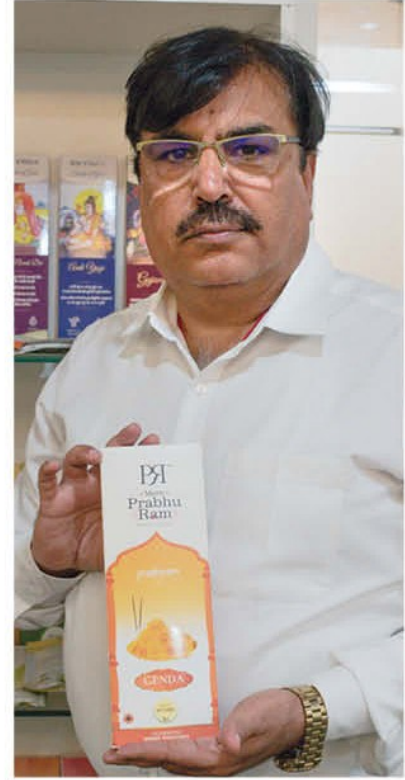


8 Zed Black Aiming
for number One



18 Sachee the trendsetter
of fragrance and
flavour: Bharat Arora

Contents



14 Incenza Bringing
Faith and Lifestyle
Together

22 Brand News

24 Arjun Ranga elected
as CII President

26 HEM Agarbatti commits
to women empowerment



29 जैसी मांग
वैसा प्रोडक्ट:
यश गोयल



42 सबसे सस्ते
दाम में उच्च
क्वालिटी :
सोनू राठौर



44 कम कीमत में प्रीमियम
अगरबत्ती चाहते हैं लोग:
जतिन गुप्ता



46 अगरबत्ती उद्योग में रोज
नया करने की चुनौती:
दीपक पोरवाल

आस्था व लाइफस्टाइल को एक साथ ला रहा इंसेजा	26
जेड ब्लैक नंबर एक का लक्ष्य	30
फ्रेगरेंस व फ्लेवर का ट्रेंडसेटर है साची: भरत अरोड़ा	36
अगरबत्ती उद्योग हमेशा रोजगार परक रहः शैलेन्द्र जैन	41
अगरबत्ती उद्योग में रोज नया करने की चुनौती: दीपक पोरवाल	46
प्रीमियम अगरबत्तियों की बढ़ रही मांग: रोहित पोरवाल	48
मिर्जापुर में तिरंगा, सच्चे साईं, काशी, भारतवासी का चलन: बाल गोविंद केसरवानी	50
अगरबत्ती उद्योग को मांग के अनुरूप कंपाउंड उपलब्ध कराते हैं : चारु जैन	52
मिनी मुंबई में फल-फूल रहा है अगरबत्ती उद्योग: आयुष अग्रवाल	53
प्राइज वार से जूझ रहा अगरबत्ती उद्योग: आलोक मूंदड़ा	54
पूर्वांचल में एक नंबर का ब्रांड तिरंगा: लल्लू केसरवानी	56
अगरबत्ती का भी होता है सीजन : रामगोविंद केसरवानी	57
मालवा में चलती है अगरबत्तियों की 8000 मशीनें : विष्णु अग्रवाल	58
इंदौर में सभी तरह के उत्पादों का बाजार : राजेन्द्र झांझरी	59

Zed Black

Aiming for
number **One**



The journey from garage to one of the three largest companies in the country

MDPH manufactures 1200 varieties of products

Spreading Incense globally



F

ragrance has been an integral part of Indian cultural and religious traditions. The tradition goes back to thousands of years of use of fragrances in worship, yagya, havan. This is the reason that there are hundred and fifty years old agarbatti companies in the country, on the contrary the 3 decade old Zed Black, the agarbatti brand of Mysore Deep Perfumery House (MDPH), which started from Indore is now amongst the three largest incense sticks companies in the country.

Mr. Prakash Agarwal had his humble beginnings in 1992 with an Agarbatti Factory started in a small garage of his house and today MDPH has grown into a big industry group, manufacturing more than 1200 products. The company has roped in star cricketer MS Dhoni and film actor Hrithik Roshan for brand promotion. MS Dhoni being the brand ambassador of Zed Black Agarbatti and Hrithik Roshan of Manthan Dhooop. Zed Black Three in One being company's countrywide popular product.

Alot of Industrial groups have a history of humble beginnings. MDPH is now part of that league. Ankit Agarwal, Director & Partner, MDPH, possesses an easy-going and simple personality, who along with his family constantly strives for the quality of his products. They believe that MDPH's success is the result of being hones and dedicated towards product quality, efficient management as well as honest dealing with workers, consumers and distributors. With this policy the company is connected to 3500 distributors through 36 depots. The company employs about 4000 workers, of which 75 percent are women. The company has 5 manufacturing units located in Indore, Madhya Pradesh, one of them being the world's largest manufacturing unit of raw incense sticks. The company manufactures 30 million incense sticks per day thanks to its state-of-the-art and world class manufacturing units.

MDPH reaches out to the general consumers through 7.50 lakh retail merchants. Also the products are exported to about 40 countries including USA, China, Japan, Brazil, Ethiopia, Netherlands, Australia and Malaysia. The importance of MDPH can be understood from the fact that famous cricketer MS Dhoni and film actor Hrithik Roshan have endorsed its products. MDPH has around 1200 products at various prices and quality range which includes Agarbatti, Dhooop Batti, Hand Sanitizer, Hand Wash, Edible Oil, Essential Oil, Packaged Tea, Mosquito Coil, Natural Hair Colour, Heena, Soya Chunks and Confectionery. The flagship brand of the company, Zed Black Incense Sticks, is one of the top 3 brands in its category in India. The company's tagline is 'prarthna hogi sweekar' meaning 'Prayer will be accepted'. Agarwal says that he completely abides by this tag line in his business, because when you do your best, all your prayers will be fulfilled. ●

HONESTY AND GOOD POLICY
CRUCIAL FOR PRODUCT SUCCESS:

ANKIT AGARWAL

The success story of establishing **Zed Black** as a global brand shared by **Ankit Agarwal** the director of **MDPH** in conversation with **Sugandh India**.



Tell us about the journey to one of the top 3 incense stick companies in India.

It all started three decades ago as a humble beginning by my father. Before 1980, my father used to work in a clothes shop, but he had a tremendous urge to set up his own business. Following his dreams he tried his luck in various fields, but did not succeed. This made the family go in despair that he would not be successful, but after my birth in 1985, he borrowed 10 lakh rupees and started a business of incense sticks. Although my grandmother wanted him to train in the incense stick business first, but instead my father started the business with his determination. He worked very hard and traveled all over the country expand the

business. He would never associate the rich and famous of the trade with his business. For example, when he went to Kanpur to appoint distributor, he did not offer it to the top agarbatti distributors, but instead those who would work hard for the brand. Zed Black became a hit during 1999-2000 and became a pan India brand, it is then it was decided to make Zed Black as the main brand. All the brands that followed bore the brand name of Zed Black, and the business went on until a tragedy struck in 2003, causing a huge loss due to a factory fire. We got broke but we didn't give up and started everything again. I joined the business in 2004-05 and my younger brother Anshul Aggarwal followed in 2010-11 and from then on the things started to im-



prove for us and today MDPH is among the 3 largest agarbatti companies in the country.

Your business has spread not only in the country but globally. How do you manage everything?

Like every big and successful business, we have delegated the tasks and everyone has a contribution in this. We are in the top 3 only due to superior products, expansion of business, honest distributor association and above all the company's good policies. To accomplish this we have hired professionals and along with that the whole family including my parents are involved in the business. My mother looks after the blending of incense sticks perfume. My brother is a B Tech from IIT Delhi and supervises the production process using state-of-the-art technology, machines and software. I am responsible for sales, marketing and import and export. There is a Research and Development (R&D) department, which continuously works to make the best products and fulfill the needs of different states and people throughout the country.

India is huge with various cultures and ethnicities. In such a situation, how do you fulfill everyone's demand?

Indeed it is a very big country. There are different religions and languages and they have their preferences. Everyone has different demands, but there are some common demands too. Our product Zed Black Three in One is preferred everywhere. Different products run in some states, but some products run everywhere. Zed Black three in one is a pan India brand, which operates from Guwahati to Gujarat and Kashmir to Kanyakumari. Talking about other demands, Pine Apple, Rose, Sandal, Mogra are also in demand everywhere. In South India the demand for incense sticks is different than in the North. Everyone needs a fragrance, so everyone has different taste.

With so many brands in the market what is your marketing strategy to stand out?

It is not just the product that matters in establishing a brand. The real thing is what is your intention and policy? what vision do you have? Incense sticks are made in every street. It's one thing to make a good product that works across the country, but the main thing is along with giving a good fragrance and taste what

your policy is. Uniform rate, uniform scheme and uniform distribution policy to all distributors pan india has always been the objective of the company. To give equal benefit to all the distributors and to appoint only one in a locality and above all to supply goods within 48 hours whenever there is demand anywhere in the country. For example, Kanpur, Banaras, Ghaziabad and Agra are the 4 major centers of Uttar Pradesh from where goods can be delivered anywhere in UP in 48 hours.

Tell us about your export and the market of incense sticks abroad.

We are quite new in the market as compared to other companies like in Bangaluru some are over 150 years old. In comparison, Zed Black is a 30 year old brand. First we established ourselves all over the country. Now since four-five years we have been focusing on export as well. We export to about 40 countries, which include USA, South America, Australia, Europe, China, Japan, Nepal etc. There is a great demand for incense sticks in foreign countries. The Indians living there buy it. They are also popular among the Hindu religious people in Malaysia and Indonesia. The Japanese and Chinese also use incense sticks for worship. Incense sticks are also used as a room freshener. That is why the trend of incense sticks and fragrance has increased.

What has been the role of the governments in the development of incense stick industry?

Governments have been very supportive of the agarbatti industry. VAT was not on incense sticks in many states and excise duty was never levied. When GST came, the government imposed 12 percent on incense sticks, but when the delegation of businessmen met with the government, the government understood and immediately revised it to 5 percent. Actually, the method adopted by the government regarding GST has been very good. Now 4 and a half years have passed since its implementation. For those working honestly, this tax system is very good. Apart from this, in 2019, the Narendra Modi government put curbs on incense stick imports. This led to a further increase in employment. Incense stick industry has major women employment. We have more than 70 percent women working here. So the government has always been sympathetic towards this industry and the closure of imports helped the industry a lot.

MDPH UNITS

You have the world's largest raw agarbatti factory. Share something about it.

Indore is the center of Zed Black and we have set up the world's largest raw agarbatti factory on 15 acres in Mangliya village. It started in 2018 with 650 machines running under one roof with 1000-1200 workforce. In a day we produce about 3500 tons of dry incense sticks. Raw materials such as raw incense sticks and raw dhoop and hawan samagri are manufactured here. Such a large scale factory is not even in Vietnam, even when it was at the peak of producing incense sticks. MDPH group overall employs 3500 to 4000 people in 5 units spread over a total area of 9,40,000 sq ft.

What are your further expansion plans?

We have a wide range of products from MDPH group other than incense sticks but we are seeing good scope in confectionery. We have launched Sugar Boiled Candy under the name Din Din priced at Re 1 and we are getting good results. Its brand ambassador is children's favorite cartoon Dorae-mon. We are slowly making our place in the confectionery market. There is competition, but without competition it is difficult to move ahead.

What is your CSR policy?.

CSR is also included in the company's policy. Women are being given employment on a large scale. Initially we started in our house garage. Me and my brother used to be young and we would come from school and fill incense sticks. The women who used to work back then are still with us. From youth till this day, even in old age, those women are with us. One of them being Mrs. Babita Jaiswal ji who is working with us from the beginning and now heads 3500-4000 workers. Not only this, there are other old employees as well like Mr. Jeevan Jayant ji, who looks after Logistics, Mr. Santosh Sharma ji, who looks after Factory Management. All of them have been with us since past 20-25 years and are like our assets, our family. We are progress relies on them.

What are the prospects for the growth of the incense sticks market?

Incense sticks and dhoop were originally used for worship and other religious functions. Even today 70 to 80 percent of consumers use it for religious purposes, but now the trend is changing. There is a growing trend of people using it as a room freshener in bedrooms and homes, offices or just because they like fragrance. It has started to become a part of lifestyle. A new product called Backflow Cone has hit the market. Unlike incense sticks, the smoke from it comes out down from its back. New inventions are necessity and this is what we are doing. It is only then will your product move ahead of the competition. Apart from this, constant change in packing, marketing and quality from time to time is another necessity.

What are the challenges before the agarbatti industry today?

Although it is not a big challenge, but there has been a shortage of good quality goods. Good quality and reasonable price of raw material like paper, wood and laminate is needed. Its availability on time is essential. Apart from this, no one wants another pandemic. This has caused a lot of problems. We learn things when we go out and meet people, but during corona pandemic, the meetings, the conferences, the exhibitions, everything was halted. Therefore, another pandemic would be a huge challenge. ●



DEWAS NAKA, INDORE



SANWER ROAD, INDORE



UNIT-3, RAMPLIYA, INDORE



KSHIPRA



BLUEBELL
FRAGRANCES & FLAVORS
MANUFACTURER & EXPORTER

Amiol

Agarbatti Fragrances

Maximum Dilution
Maximum Diffusion



- *Agarbatti Perfumes*
- *Dhoop Batti Perfumes*
- *Masala Agarbatti Perfumes*
- *Incense Cone Perfumes*
- *Flora Agarbatti Perfumes*
- *Sambrani Perfumes*

Manufacturing Fragrances For.....

Deodorant : Perfume Spray • Room Fresheners *
Detergent : Soaps • Shampoo • Floor Cleaners • Handwash*
White Phenyl • Candle & Diffusers • Industrial Perfumes
Agarbatti • Water soluble fragrance

Office : Sector J-381, World Bank Colony, Barra,
Kanpur-208027 Uttar Pradesh, India

E-mail : info@fragrances-flavors.com
bluebellff@hotmail.com

website : www.fragrances-flavors.com

Contact : +91 9839959158
+91 7080809949
+91 5122680153



Incenza is the result of intensive research and study by Sanjeev Nayyar, Abhimanyu Nayyar, KK Gautam and Sachin Rana.

Charcoal free and essential oil based Incenza incense sticks are completely youth centric and unique in packaging

Incenza Sales & Manufacturing Pvt Ltd is the latest entry in the fast growing incense stick market in India. From its inception with a new concept last year i.e. 2021, a new revolution has been witnessed in the traditional incense market of the country. Incenza Sales & Manufacturing Pvt Ltd is bringing a new revolution in incense sticks and dhoop. The nationwide lockdown due to the COVID 19 pandemic has affected many sectors of business. Incense sticks and incense industry also faced this. In such a situation, the success of Incenza is commendable. Incenza Agarbatti with its innovative process of making agarbatti with unique ideas has not only increased its sales but is writing a new chapter of success in the agarbatti market. After intensive research and study, Incenza has been embodied by Sanjeev Nayyar Abhimanyu Nayyar, KK Gautam and Sachin Rana.

INCENZA

BRINGING FAITH AND LIFESTYLE TOGETHER



**Sanjeev Nayyar, Founder and CEO,
Incenza Sales & Manufacturing Pvt Ltd**



Abhimanyu Nayyar



KK Gautam



Sachin Rana

Within a year of its inception, the success of Incenza Sales & Manufacturing Pvt Ltd, which has been creating a buzz in the agarbatti market, caught the attention of Sugandha India as well. As a result, the Sugandha India team reached the Incenza India office and had a detailed discussion with the Founder and CEO of the company, Sanjeev Nayyar, on the success, speciality and future plans of Incenza. During the conversation, Sanjeev Nayar told that we have come to this field with a completely new concept. It is a huge industry but there are brands limited number of brands. For the last several decades, only the same 10-15 fragrances keep going around in the name of brands and fragrances. But now the scenario has changed. Incenza is completely youth centric. The incense sticks have been made keeping the youth in mind.

Describing the specialty of Incenza, he claimed that incense sticks are usually made from charcoal and chemical aroma is used for fragrance. For centuries, the industry has been using black charcoal based incense sticks with traditional fragrances like rose, sandalwood, mogra etc. But now things have changed 360 degrees in this market.

We sprinkle chemicals in the house in form room freshener. Incenza has been started to bring the change. Containing 100% natural ingredients and essential oils and being charcoal free,

all Incenza products are lung friendly. It is the best and safest option as a room freshener. Incenza incense sticks are available in various colors and sizes which the consumer can choose from as per their choice. We are even bringing a range of bambooleless incense sticks. Sanjeev Nayyar told Sugandh India that an innovative effort has been made by the company to redefine the use of Agarbatti from religion to lifestyle. To this end, the company has introduced fragrances that redefine the meaning of exclusivity. These products are a blend of traditional and natural ingredients with latest technologies. Each incense stick offered by Incenza is for different purposes and fields. The company has launched three brands namely Incenza, Mere Prabhu Ram and Nilofer. All three brands have different characteristics. While Incenza is a lifestyle brand, My Prabhu Ram on the other hand is a traditional religious brand while Nilofar is a unique ancient Arabic fragrance product. The Muslim population in India is around 28-30 per cent but there are no specific incense sticks targeting them. In such a situation, the company has launched Nilofer. Oud has been used in this, absolutely in Arabian style. Seeing this one cannot say that it is an Indian product.

Nayyar said that the best part of Incenza products is that they are not like traditional incense sticks. These incense sticks are charcoal free and essential oil based. Their packaging is also very

unique and attractive, not like the traditional packaging. Such packaging has never been seen before in the agarbatti market. Not only this, in these incense sticks, you will get a mixture of the best international aroma with the traditional indigenous fragrance. All products are lung friendly and can be used by even people with smoke allergies. Simultaneously, Nayyar claimed to Sugandh India that India being a youth country needed a different approach towards incense sticks. This generation uses different types of room fresheners instead of incense sticks for fragrance. The younger generation does not want to use incense sticks only for religious reasons. The latest generation is in fact mostly away from religion or rituals. It is completely different culturally and hardly believes in performing the rituals but at the same time more educated and more aware of fragrances. The fragrance industry is also evolving according to the trends and preferences of the youth, so why not incense sticks? Sanjeev Nayyar told Sugandha India that after studying the needs of the younger generation, Incenza has introduced products that act as room fresheners in the form of incense sticks. Incenza offers the fragrance that this generation loves and even the style of packaging is unique and designed in a way that suits the youth and the fragrance. This is a new initiative that has never been tried before.



Talking about his belief in working out of the league, Nayyar told Sugandha India that Incenza has taken new initiatives in terms of size as well. Incenza is selling a single box for Rs 10 to Rs 250. In less than a year of its inception, the company has built a huge network with around 500 distributors. We are reaching out to all types of shops in A, B and C categories due to our range from Rs. 10 to Rs. 250. Incenza has reached a very strong position in Telangana, Andhra Pradesh, West Bengal and Punjab, he said. With the launch of Incenza from Lucknow, the company is in the final stages of making a strong debut in the agarbatti market in Uttar Pradesh.

Currently, two manufacturing units of Incenza are functional. Located at Okhla in Delhi and Pilkhuwa in Hapur. Soon the company is planning to set up its new unit in Hyderabad too. All these units are located near dense settlements so that the workforce is easily maintained. Okhla has a manufacturing capacity of one tonne while Pilkhuwa has a capacity of three to four tonnes. Incenza's future plans are very broad. According to Nayyar, their aim is to give new fragrances, but the company is not going to cover itself just with incense sticks. The company is also going to foray into the Dhoop products as well. Along with that, very soon Incenza's exclusive Havan Samagri products are going to be launched. After launching cow ghee lamps, now the company is going to provide pure and certified Ganga-jal. Along with this, a wide range of other products are in line as well. ●



Arihant IndustriesTM
Purity With Perfection

MANUFACTURERS OF INDUSTRIAL FRAGRANCES FOR



Tobacco, Pan Masala, Guthka, Sweet Supari,
Soap, Agarbatti, Snuff, etc

Use our speciality products Tobacco Touch and
Tobacco Strength, for an ultimate taste and tobacco boosting.



0522-4006994, 9415061356,
9452017984



ai_2000@rediffmail.com, info@arihantindustries.in



www.arihantindustries.in



410/93 Nai Bara Near Kali Ji Temple, Chowk,
Lucknow, Uttar Pradesh 226003



Scan For Website



Sachee Fragrances has been known for decades as a taste changer of fragrances and flavors in the country and for constantly experimenting and setting new trends in the fragrance industry. Bharat Arora, head of Sachee Fragrances, which supplies new fragrance tastes across the world, said in an exclusive conversation with 'Sugandh India' that the future of the agarbatti industry is bright, but it has to keep experimenting with new fragrance flavors and taste. He told that new fragrance trends are emerging. Nowadays, fragrance machines are being used in the hotel industry. These machines aromatize the whole environment. Earlier this was done with fragrance spray. Now through the machines, the whole environment gets fragrant with the desired aroma. He said that in a multi-religious multi cultural country like India, worship and festivals go on throughout the year. In such a situation, the future of the agarbatti industry is bright. Now its preference has increased among the youth as well. The industry should move fast in manufacturing of eco-friendly incense sticks, as the new generation does not go with chemical or harmful raw materials.

SACHEE

THE TRENDSETTER OF FRAGRANCE AND FLAVOUR:

BHARAT ARORA

Sachee Fragrances was started in 1983 by Rakesh Arora. In conversation, Bharat Arora says that his father was known for bringing new trends in the world of fragrances. I too am walking on the path and foundation made by him. He told that his father was into trading first under the name Saachee Fragrance and then later started the production of chemicals and fragrances. Initially, fragrances were prepared for soap, incense sticks, tobacco and pan masala. Later he also got into the field of perfume.

Regarding the new trend going on in incense sticks, he said that there is a demand for new fragrances every day.

These days there is a huge demand for the sweet fruity aroma and modern perfume like fragrances. Traditional fragrances like Champa, Jasmine, Bela, Gulab, Chandan are also in demand, as the same are used in worship and religious functions, but the youth wants new fragrances to freshen the house and mind. Not only incense sticks, people have started using scented candles as well. Thus, we are seeing that new markets are opening up in the fragrance market.

Regarding the challenges faced by the fragrance industry, he said that there are a large number of foreign companies in this industry, but we are better than them as



Sachee itself is bringing new trends through its experiments. In this sense, Saachee is the trendsetter. We are always inventing new fragrances and provide fragrances that are better than the our foreign counterparts from France and Europe by using the latest state-of-the-art machines. Traditional knowledge leads to innovations on machines and we are ahead in quality too.

In response to a question, he said that many companies bring new trends. Many companies are making incense sticks from the by-products of the flowers, which are also eco-friendly. When companies make eco-friendly

products, we also make fragrances in the same way. All the raw material we use comes under IFRA guidelines. Accordingly, all the products and raw materials of Saachee Fragrances come under IFRA guidelines and are eco-friendly.

He said that incense sticks have a different fragrance for religious rituals, but for the freshness of the mind, there is a demand for different types of incense sticks. There is a demand for sweet caramel like and fruity aromas. Similarly, many flavors are being sought in hookah too. like fusion, mint, fruity, etc.



In response to a question, Bharat Arora said that the fragrance trends in the agarbatti industry keep changing. The new becomes old and the old is used to make a new one. Therefore, the agarbatti industry should continuously develop new fragrances. He said that agar wood is popular in Dubai while it is a product of India, but now it is coming back here. The reason for this is that a trend starts and after some time it comes back again. He said that the youth demands fragrance as per their taste. He said that in this case, he also suggests the companies buying the fragrance to take the risk to change the taste. If they succeeds by implementing that, then our formula is a hit.

He told that he has extensively trained under his father. When he was in University, he used to watch production with his father. His father pushed him into production rather than company's finance, marketing. The quality checking, smelling and feeling the aroma. His father would always say that smell the fragrance and feel it in your mind. Feel it, keep in mind and recognize it. Bharat worked with him in production for 4 years. Earlier, during childhood, his father used to make some new fragrance, then he used to bring it to the house and would ask Bharat smell it and tell what you are feeling.

Bharat Arora said that this is the reason why he is able to do better today. This is how he developed the ability to smell and understand. Today by smelling the raw material, he understand what new things he can do with it. He said that making fragrance is a work of art. Like an artist's play. Today, not only me but the entire fragrance industry is running on the path shown by my father. Sachee has the ability to create a special fragrance. We change the taste. There is constant research going on in Sachee. We develop new fragrances and then that becomes the trend.

On the rising cost of raw materials, he said that his customers are mostly big and multinational companies. Therefore, the contracts are done in advance for the year at the on going rate. Similarly, raw material are also purchased in advance for the year. During this period, if there are fluctuations in the market due to any reason, then it is also estimated. He makes every effort that his customers are not affected by the rising prices and if a situation arises then he manages. He said that buying goods in bulk in advance keeps most of such issues at bay. Currently, the prices of solvents and petroleum have increased. Ukraine-Russia war has also made a difference. The better change is that unlike in the past, some of the raw material which we used to import, are now produced in the country at cheap prices.

In the end Bharat Arora concluded that ten years ago today my father as per his vision had said that the fragrance industry will grow 20 times and it did and today I can forecaste that according to the trends coming in, the fragrance industry will grow 40 times more. ●



Fragrance that makes brands popular

Fragrance & Compounds for

Incense Sticks

Wet Dhoop Sticks

Perfume Boosters

Dry Dhoop

Soaps & Detergents

Spa

For More Details

KELKAR FOODS & FRAGRANCES

📞 8530899815

Sh. No. 1, Amit Residency 412, Shaniwar Peth Near Mandar Lodge-411030

☎ 020 24487432

BRAND News



Zed Black's gold-silver dhamaka scheme a success

Mysore Deep Perfumery House is one of the largest incense stick companies in the country. The company's flagship incense sticks brand Zed Black is one of the most popular brands in the country. The company has distributed silver and gold on the products of its Agarbatti division from January 1 to March 22, 2022, as per the pan India scheme, to the distributors. The group had started a targeted scheme for distributors from January to March, under which silver and gold were distributed to the distributors. According to experts, the target scheme has been very much liked by the distributors. As a result there has been a huge increase in the sales of Zed Black Incense sticks and Manthan Dhoop. Under this scheme, while the distributor has achieved the target of selling incense sticks, the group has also achieved the full target and its sales have increased. Zed Black brand, which has become a consumer choice for its quality in all over the country, has a huge range of incense sticks, ranging from regular to premium products. ●

Cycle Bansuri to be launched in Bengal on April 14 Hindu New Year

Cycle has been the flagship brand of the country's reputed incense sticks manufacturing company NR Group. With the commence of Hindu New Year the company is planning to launch Cycle Bansuri in Bengal through distributor channel. The Bengali New Year is celebrated on 14 April. From this day, the calendar for marriage and religious functions of Hindus is also issued. Cycles is already a popular brand across the country with NR Group having a wide range of products. The group has been selling through FMCG network, but now the company is going to sell through the distributor, dealer network across the country, starting from Kolkata in West Bengal. Cycle Bansuri will also be launched on the same occasion. According to the information, the company is preparing a large scale marketing team for this. Market experts believe that strengthening the network of distributors and dealers along with FMCG will give double benefit to the group. ●



ITC's Mangaldeep Best Selling Product

ITC is one of the top companies in India. Its flagship product Mangaldeep is the best selling incense sticks brand. Mangaldeep Sandal has a market across the country and is liked by people. Rose, Mogra, Lavender etc are part of this range. ITC is the market across various range of products from Cigarettes to FMCG. Company's range of incense sticks are one of the very popular across the country. Mangaldeep Temple, Mangaldeep Low Smoke, Mangaldeep Ditiya, Mangaldeep Shreya, Mangaldeep Marigold, Mangaldeep Pushpanjali etc. are other highly demanded agarbatti brands by ITC. ●

Khara Sona incense sticks in a dozen states

Khara Sona agarbatti and dhoop brand of Anant Sales Agencies, Indore is sold at distributors and shops in about a dozen states including Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, Maharashtra, West Bengal, Jharkhand and Telangana. The company manufactures incense sticks and dhoop in both regular and premium range from Rs.2 to over Rs.480/-. According to the company, they are always developing new products, fragrances and packaging in all the ranges as per the demand of the consumers across the states. In packaging, the company gives out incense sticks in boxes, pouches, zippers, jars, etc. Apart from incense sticks, the company also produces dhoop, roll on and atar. Khara Sona brands can also be bought online from Amazon, Flipkart, etc. ●





Premium Agarbatti Radio with traditional aroma

RP Fragrances, Uttar Pradesh has recently forayed into the field of producing premium grade incense sticks under the brand Radio. The company has come out with incense sticks in 6 traditional fragrances which are sandalwood, rose, kewra, agarwood and mogra. The company has kept the retail price of one packet at Rs 25 containing 21 incense sticks. The company will be launching soon in central and eastern UP. In most areas the appointment of dealers and distributors is in process. The company has got good results during the sampling of the brand. Keeping in view the market of purvanchal(eastern U.P.), the company will also launch Radio 3 in 1 incense sticks in regular low priced range. ●

Indore's KR Agarbatti Works has range of 65 incense sticks brands

KR Agarbatti Works Indore has 65 brands of incense sticks and dhoop with the names 50-50, Divine Woods, Divine Kasturi, Divine Sugandha, Dev, Chakra, Nriya along with traditional fragrance products. Company's 50-50 brand is the main selling product. The company's products are available from Rs 5 to Rs 200. The products are mainly sold in 9 to 10 states including Gujarat, Maharashtra, Rajasthan, Assam, Bihar, Bengal and South India. ●



Higher quantity and quality at less price

Deepsagar, a brand of Kannauj-based Rathore Pooja products, is gaining massive popularity in Uttar Pradesh, especially in Purvanchal(eastern U.P.). Deepsagar brand is offering 21 incense sticks for Rs 5, 51 for Rs 10 and 101 incense sticks for Rs 20. The brand is under huge demand due to its low price and good quality. 'Sugandh India' in its market survey found that there is a huge demand for good brands at affordable prices. Customer is attracted towards higher quantity. Company's strategy is to give more goods to the people at a lower price. This is the main reason for brand's popularity. Apart from this, the demand for Deepsagar incense sticks is also increasing in Uttarakhand and Madhya Pradesh. ●

Tiranga most demanded in Purvanchal and Bihar

Tiranga, the flagship product of Maa Kamakhya Darbar Fragrance India Pvt Ltd, Kanpur has become the first choice of customers in Uttar Pradesh, especially in Purvanchal(eastern U.P.) and Bihar due to its unique aroma. All the products of the company are superior and have huge sales, but Tiranga is the most popular brand. The sale of Tiranga Three in One is also at number one in the entire Purvanchal. Company also produces dry and wet dhoop. In premium segment there is a huge demand for 12 incense sticks packets of Tiranga. Tiranga and Three in One are available at retail price of Rs 5, 10 and Rs 30. Company's other products Greenwood, Gulab, Mogra, Sandal, Rajnigandha, Sai Shraddha and Ziarat are also popular. ●





Arjun Ranga elected as CII President

Arjun Ranga, managing director of cycle brand Agarbatti, has been elected as the new President of the Confederation of Indian Industry (CII) Karnataka State Council for the year 2022-23, while Vijaykrishnan Venkatesan was elected as the new Vice President. It is worth mentioning that Arjun Ranga has been closely associated with this industry body and was earlier the President of CII Mysore Region for the year 2017-18. He is also the present President of All India Agarbatti Manufacturers Association (AIAMA).

In his new role, Arjun Ranga will actively work for expanding the activities related to the industry and for the development of the state. He will work closely with the government on policy matters, liaise with thought leaders and drive strategic changes to create new business opportunities. Established in 1948 as a cottage industry, the NR Group is today managed by the third generation of the Ranga family. Today NR Group is doing a turnover of Rs 1,700 crores annually and has a strong presence in 75 countries. Carrying forward the 173-year legacy of the family, Shri Arjun Ranga gives all the credit for the company's success to his grandfather. He says that their incense sticks are not only giving fragrance to the entire country but are also spreading their fragrance globally. Under the leadership of Shri Arjun Ranga, the group is making a fourfold progress day by day and has registered a tremendous presence in more than 75 countries today.

Commenting on his new role, Shri Arjun Ranga said that I look forward to working to further strengthen the industry organization through policies that benefit all stakeholders. We want to leverage Karnataka's position as the knowledge, innovation and R&D capital of India and make our state a global destination for businesses and foreign investment. We would also like to strengthen the startup ecosystem of our state through strategic policy interventions in line with the self-reliant India vision of our government.

Arjun Ranga



● I am humbled to be elected as the President of CII Karnataka for the year 2022-23. I will try to support the industry, especially the MSMEs across our state, in every possible way.

My focus will be primarily on 1) policy advocacy, 2) industry competency enhancement, 3) sustainability, 4) women and

youth empowerment.

Along with Bangalore, I will specifically focus on industries in Mysore, Mangalore, Belgaum, Hubli and Dharwad.

● I would like to thank my predecessors, especially Mr. Ramesh Ramdurai along with Ms. Jyoti Pradhan and the panel leaders for the excellent work done over the years and for nurturing the growth and membership of CII.

● I would also like to thank the former presidents and all other members who considered me as the face of CII Karnataka as the president.

● I will look forward to the support, cooperation and guidance to achieve the goals set by my predecessors for the development of the state. ●



HEM Agarbatti commmits to women empowerment

HEM Agarbatti, one of the leading manufacturers and exporters of incense sticks and home fragrance products, has dedicated this Women's Day to working women across the country. Women constitute 77 per cent of HEM's workforce who work hard to make the lives of others happy and fragrant. The company has taken several initiatives to promote 'Gender Equality Today for a Sustainable Tomorrow' at its workplace.

HEM took good care of all its women employees during the pandemic with flexible work arrangements and ensured a strong and stable livelihood. Recently, HEM has made several changes to smooth up and lighten the day-to-day workflow at its workstations and ensure that the work environment is comfortable with timely health check-ups, suitable furniture and fixtures, etc. The company also addresses the day-to-day challenges faced by women. For example, safety is often an important issue for women when traveling. To meet this challenge, HEM provides transit services to all its employees.

Women in HEM Agarbatti are treated with equal respect as their male counterparts and are encouraged to take leadership roles. They are provided with a conducive environment to realize their potential and thereby fulfill the organizational goals. Most of the departments including Human Resources, Ac-

counts, R&D etc. are headed by women. At present, the participation of women heads of departments in HEM is 45 percent.

Rahul Shah, Head of Business Development, HEM Corporation Pvt Ltd says that we follow the motto of 'Gender Equality Today for a Sustainable Tomorrow'.

Recognizing the contribution of women and girls around the world, we are building a more sustainable future for all. Since the inception of the company, we have always believed in empowering women through employment and increase their acceptance and recognition irrespective of their gender. He further added that our first manufacturing unit was in Mulund, Mumbai and now we have moved to Bhiwandi, where major production operations take place. We continue to employ women employees at our Mulund plant. Some of the female employees in the plant have been working with us for more than 2 decades. It is a great source of validation for our women centric initiatives. Also, to help women employees to continue their work during the pandemic, we have provided raw material to them at their doorstep and arranged to collect the final product from them to provide continuity. He claims that HEM Corporation plans to break stereotypes and continue to empower women by encouraging talent through its strong approach. ●

गहन शोध व अध्ययन
के बाद संजीव नैयर,
अभिमन्यु नैयर,
सचिन राणा और केके
गौतम ने दिया है इंसेंजा
को मूर्तरूप

चारकोल मुक्त व
एसेंशियल ऑयल
आधारित इनसेंजा
अगरबतियां हैं यूनिक
पैकेजिंग में पूरी तरह
यूथ सेंट्रिक

इंसेंजा सेल्स एंड मैनुफैक्चरिंग प्राइवेट लिमिटेड भारत में तेजी से बढ़ते अगरबत्ती बाजार में नवीनतम प्रविष्टि है। पिछले साल यानी 2021 में एक नई अवधारणा के साथ इसकी शुरुआत के बाद देश के पारंपरिक धूप बाजार में एक नई क्रांति देखने को मिली है। इंसेंजा सेल्स एंड मैनुफैक्चरिंग प्राइवेट लिमिटेड अगरबत्ती, धूप और अन्य उत्पादों में नई क्रांति ला रहा है। कोविड 19 महामारी के चलते हुए देशव्यापी तालाबंदी ने व्यापार के कई क्षेत्रों को प्रभावित किया है। अगरबत्ती व धूप उद्योग को भी इसका सामना करना पड़ा। ऐसी स्थिति में इंसेंजा की सफलता काबिले तारीफ है। अगरबत्ती बनाने की अपनी अभिनव प्रक्रिया और अनूटे विचारों के साथ इंसेंजा अगरबत्ती ने न केवल अपनी बिक्री बढ़ाई है बल्कि अगरबत्ती मार्केट में सफलता का नया अध्याय लिख रहा है। इंसेंजा के गहन शोध व अध्ययन के बाद इसे मूर्तरूप दिया है संजीव नैयर, अभिमन्यु नैयर, सचिन राणा और केके गौतम ने।

आस्था व लाइफस्टाइल को एक साथ ला रहा इंसेंजा



संजीव नैयर, संस्थापक व सीईओ,
इंसेंजा सेल्स एंड मैनुफैक्चरिंग प्राइवेट लिमिटेड



अभिमन्यु नैयर

अपनी स्थापना के महज एक साल के भीतर ही अगरबत्ती मार्केट में खासी चर्चा बटोर रहे इंसेंजा सेल्स एंड मैनुफैक्चरिंग प्राइवेट लिमिटेड की सफलता ने सुगंध इंडिया का भी ध्यान अपनी ओर खींचा। नतीजतन सुगंध इंडिया की टीम पहुंची इन्सेन्जा इंडिया के दफ्तर और वहां मौजूद कंपनी के संस्थापक व सीईओ संजीव नैयर से इंसेंजा की सफलता, खासियत व भविष्य की योजनाओं आदि पर विस्तार से बातचीत की। बातचीत के दौरान संजीव नैयर ने बताया कि बिल्कुल नये कांस्पेट के साथ हम इस क्षेत्र में आये हैं। काफी बड़ी इंडस्ट्री है लेकिन उंगलियों पर गिने जाने वाले ब्रांड हैं। पिछले कई दशकों से उंगलियों पर गिने जाने वाले ब्रांड और सुगंध के नाम पर बस वही 10-15 फ्रेगरेंस घुमते रहते हैं। लेकिन अब सिनेरियो चेंज हुआ है। इनसेंजा पूरी तरह यूथ सेंट्रिक है। युवाओं को ध्यान में रखकर अगरबत्ती का निर्माण किया गया है।

इंसेंजा की विशेषता के बारे में बताते हुए उन्होंने दावा किया कि अमूमन अगरबत्तियां चारकोल से बनती हैं व सुगंध के लिए केमिकल सुगंध का इस्तेमाल होता है। सदियों से हम काले चारकोल आधारित अगरबत्ती का उपयोग पारंपरिक सुगंधों जैसे गुलाब, चंदन, मोगरा आदि के साथ करते आ रहे हैं। लेकिन अब इस बाजार में चीजें 360 डिग्री बदल गई हैं। हम रूम फ्रेशनर के रूप में घर में केमिकल छिड़कते रहते हैं। इसी में बदलाव लाने के लिए इंसेंजा की शुरुआत हुई है। शत प्रतिशत प्राकृतिक अवयवों और



केके गौतम

एसेंशियल ऑयल युक्त व चारकोल फ्री होने की वजह से इंसेंजा के सभी उत्पाद फेफड़ों के अनुकूल हैं। यह रूम फ्रेशनर के रूप में सबसे शानदार व सुरक्षित विकल्प हैं। इंसेंजा की अगरबत्तियां विभिन्न रंगों व आकारों में उपलब्ध हैं जिसे उपभोक्ता अपनी पसंद के अनुसार चुन सकता है। यहां तक की हम बंबू लेस यानि बिना बांस वाली भी अगरबत्ती रेंज ला रहे हैं।

संजीव नैयर ने सुगंध इंडिया से कहा कि अगरबत्ती को फिर से परिभाषित करने के लिए कंपनी द्वारा एक अभिनव प्रयास किया गया है कि पूजा कक्ष से जीवन के सभी क्षेत्रों में अगरबत्ती व धूप का प्रयोग किया जाए। इसके लिए कंपनी ने ऐसी सुगंध पेश की है जो विशिष्टता के अर्थ को फिर से परिभाषित करती है। ये उत्पाद नवीनतम तकनीकों के साथ पारंपरिक और प्राकृतिक अवयवों का मिश्रण हैं। इंसेंजा द्वारा पेश प्रत्येक अगरबत्ती विभिन्न उद्देश्यों और क्षेत्रों के लिए है। कंपनी ने तीन ब्रांड जैसे इंसेंजा, मेरे प्रभु राम और नीलोफर लॉन्च किए हैं। तीनों ब्रांडों की अलग अलग खासियत है। जहां इंसेंजा एक लाइफस्टाइल ब्रांड है वहीं दूसरी ओर मेरे प्रभु राम एक पारंपरिक धार्मिक ब्रांड है जबकि नीलोफर एक विशिष्ट प्राचीन अरबी सुगंध उत्पाद है। इंडिया में मुस्लिम आबादी लगभग 28-30 प्रतिशत है लेकिन उनको लक्षित कर कोई खास अगरबत्ती नहीं है। ऐसे में कंपनी ने नीलोफर को लांच किया है। इसमें ऊद का इस्तेमाल किया गया है बिल्कुल अरबियन स्टाइल में। इसे देखकर कोई नहीं कह सकता



सचिन राणा

है कि यह इंडियन उत्पाद है।

नैयर ने बताया कि इंसेंजा के उत्पादों की सबसे अच्छी बात यह है कि वे पारंपरिक अगरबत्ती की तरह नहीं हैं। ये अगरबत्तियां चारकोल मुक्त व एसेंशियल ऑयल आधारित हैं। इनकी पैकेजिंग भी पारंपरिक पैकेजिंग की तरह न होकर बिल्कुल यूनिक व आकर्षक हैं। ऐसी पैकेजिंग इसके पहले अगरबत्ती बाजार में कभी नहीं देखी गई है। इतना ही नहीं इन अगरबत्तियों में पारंपरिक देशी सुगंध के साथ बेहतरीन अंतरराष्ट्रीय सुगंध का मिश्रण मिलेगा। सभी उत्पाद फेफड़ों के अनुकूल हैं और यहां तक कि धुंए से एलर्जी वाले लोग भी इनका उपयोग कर सकते हैं। इसी के साथ नैयर ने सुगंध इंडिया से दावा किया कि भारत एक युवा देश होने के नाते अगरबत्ती के प्रति एक अलग दृष्टिकोण की जरूरत है। यह पीढ़ी सुगंध के लिए अगरबत्ती की जगह विभिन्न तरह के रूम फ्रेशनर का उपयोग करती है। युवा पीढ़ी अगरबत्ती का इस्तेमाल केवल धार्मिक कारणों से नहीं करना चाहती।

धार्मिक आडंबर या कर्मकांड से दूर नवीनतम पीढ़ी सांस्कृतिक रूप से पूरी तरह से अलग है और शायद ही इन अनुष्ठानों को करने में विश्वास करती है, लेकिन साथ ही साथ अधिक शिक्षित और फ्रेगरेंस के बारे में अधिक जागरूक है। सुगंध उद्योग भी युवाओं के रुझान और पसंद के अनुसार विकसित हो रहा है, तो अगरबत्ती क्यों नहीं? संजीव नैयर ने सुगंध इंडिया को बताया कि युवा पीढ़ी की जरूरतों का अध्ययन करने के बाद इंसेंजा ने ऐसे उत्पाद पेश किये हैं जो अगरबत्ती के रूप



इंसेंजा



मेरे प्रभु राम



नीलोफर



में रूम फ्रेशनर का काम करते हैं। इंसेंजा वह सुगंध प्रदान करता है जो इस पीढ़ी को पसंद है और यहां तक कि पैकेजिंग की शैली भी अनूठी है और इस तरह से डिजाइन की गई है जो इन सुगंधों और युवा पीढ़ी के अनुकूल हो। यह एक ऐसी नई पहल है जिसे इससे पहले कभी नहीं आजमाया गया है।

लीग से हटकर काम करने में विश्वास रखने के बारे में बताते हुए नैयर ने सुगंध इंडिया से कहा कि आकार प्रकार में भी इंसेंजा ने नई पहल की है। इंसेंजा 10 रुपये से लेकर 250 रुपये का सिंगल बॉक्स बेच रहा है। अपनी स्थापना के एक साल से भी कम समय में कंपनी ने तकरीबन 500 डिस्ट्रीब्यूटर्स के साथ एक बड़ा नेटवर्क तैयार कर लिया है। हम ए, बी और सी कैटेगरी यानी हर तरह की शॉप पर पहुंच रहे हैं क्योंकि हमारे पास 10 रुपये का भी बॉक्स है और 250 रुपये का भी। उन्होंने बताया कि तेलंगाना, आंध्र प्रदेश, पश्चिम बंगाल और पंजाब में इंसेंजा ने काफी मजबूत स्थिति में पहुंच गया है। लखनऊ से इंसेंजा की लांचिंग के साथ उत्तर प्रदेश के अगरबत्ती मार्केट में जोरदार दस्तक देने की कंपनी की तैयारी अंतिम दौर में है।

उल्लेखनीय है कि इंसेंजा की फिलहाल दो यूनिट चल रही है। दिल्ली में ओखला और हापुड़ के पिलखुवा में। हैदराबाद में भी जल्द ही कंपनी अपनी नई यूनिट खोलने जा रही है। ये सभी यूनिट ऐसी जगह हैं जहां बस्तियां घनी हैं ताकि लेबर एबिलिटी बनी रहे। ओखला में एक टन निर्माण की क्षमता है जबकि पिलखुवा में तीन से चार टन की क्षमता है। इंसेंजा की भविष्य की योजनाएं बहुत व्यापक हैं। नैयर के मुताबिक उनका उद्देश्य नये-नये फ्रेगरेंस देना तो है ही लेकिन कंपनी केवल अगरबत्ती तक खुद को समेटकर नहीं रखने वाली है। कंपनी धूप के क्षेत्र में भी कदम रखने जा रही है। जल्दी ही इंसेंजा की विशिष्ट हवन सामग्री लांच होने जा रही है। गाय के घी के दिए लांच करने के बाद अब कंपनी शुद्ध व सर्टिफाइड गंगाजल उपलब्ध कराने जा रही है। इसी के साथ भविष्य में और भी कई प्रोडक्ट लाने की योजना पर काम चल रहा है। ●

जैसी मांग वैसा प्रोडक्ट: यश गोयल

इ दौरे की अनंत सेल्स एजेंसीज का खरा सोना अगरबत्ती ब्रांड अभी मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, महाराष्ट्र, पश्चिम बंगाल, झारखंड और तेलंगाना सहित लगभग एक दर्जन राज्यों में खुले बाजार में वितरकों और दुकानों पर बिकती है। 2 रूपए से लेकर 480 रूपए और उससे भी अधिक के रेंज वाली अगरबत्तियों के निर्माता यश गोयल ने 'सुगंध इंडिया' से खास बातचीत में कहा कि खरा सोना हमारा प्रमुख ब्रांड है और हम इसी के नाम से सभी उत्पाद बनाते हैं। उन्होंने कहा कि 480 रूपए से भी अधिक रेंज की अगरबत्तियां उनके यहां बनती हैं। राज्यों में उपभोक्ताओं की जैसी मांग होती है उसके अनुरूप ही सुगंध और पैकिंग की जाती है।

मुख्यतः बॉक्स, पाउच, ज़िप्पर, जार, आदि में भी कंपनी अगरबत्ती देती है। उन्होंने बताया कि खरा सोना ऑल इंडिया ब्रांड है और देश भर में 50 से अधिक वितरकों को कंपनी ने नियुक्त किया है।

अनंत सेल्स एजेंसीज इंदौर में यश गोयल के पूर्वजों के जमाने से चल रही है। इसलिए अगरबत्ती बनाने का कारोबार उनका पारिवारिक व्यवसाय बन चुका है और उन्होंने उद्योग को काफी बढ़ाया है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बाजार में नए उत्पाद आते रहते हैं। अगरबत्ती के अलावा धूप, रोल ऑन और अतर का भी कारोबार है। साथ ही उनका ब्रांड एमेजॉन और फ्लिपकार्ट जैसी ऑनलाइन कंपनियों के साइट पर भी जाकर खरीदा जा सकता है। ग्राहक जिस तरह की सुगंध की मांग करते हैं उसके अनुरूप उत्पाद लाया जाता है। युवा पीढ़ी नए उत्पादों खास तौर पर



फैंसी सुगंध चाहते हैं। अगरबत्तियों में बांस और बिना बांस के सीक वाली अगरबत्तियां भी काफी चल रही हैं। पारिवारिक कारोबार बढ़ाने संबंधी एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि प्रत्येक राज्य में एक डीलर बना रखा है, जो पूरे इलाके को देखता है। उन्होंने कहा कि शहरों और ग्रामीण इलाकों पर कंपनी बराबर ध्यान देती है। प्रत्येक राज्य के बाजारों में अलग-अलग मांग है। कहीं पर बॉक्स की मांग ज्यादा है, तो कई जगह अलग किस्म की सुगंध की मांग होती है। इसके लिए लगातार रिसर्च एंड डेवलपमेंट करते रहना पड़ता है।

अगरबत्ती उद्योग के समक्ष चुनौतियों के सवाल पर यश गोयल ने कहा कि इधर बीच कच्चे माल की कमी की समस्या बढ़ी है और उनकी कीमतें

भी लगातार बढ़ रही हैं। रूस यूक्रेन युद्ध के दौरान कूड आयल की कीमतें तेजी से बढ़ी हैं और पेट्रोल-डीजल के दाम भी बढ़े हैं। इसी महंगाई में काम करना पड़ रहा है। उन्होंने कहा कि बांस को लेकर भी समस्या है। उनको बनाने और फिनिशिंग की भी समस्या है।

अगरबत्ती बनाने में सुगंध, पाउडर, कच्चे माल और बांस सभी की प्रमुख भूमिका होती है। इसके अलावा उद्योग में प्रतियोगिता भी बढ़ी है। प्रत्येक ब्रांड के बीच लड़ाई है। सस्ते के साथ सस्ते की और प्रीमियम के साथ प्रीमियम ब्रांडों की होड़ है। नई-नई सुगंध वाली अगरबत्तियों को बाजार में उतारने को लेकर भी प्रतियोगिता है और इसी के बीच कारोबार चलता रहता है। ●

जेड ब्लैक नंबर एक का लक्ष्य



गैराज से देश की तीसरी सबसे बड़ी कंपनी बनने का सफरनामा

एमडीपीएच
बनाता है 1200
किस्म के उत्पाद

देश ही नहीं विदेशों
में भी फ़ैल रही
उसकी सुगंध



खु

शबू भारतीय सांस्कृतिक व धार्मिक परंपराओं का अभिन्न अंग रहा है। पूजा-पाठ, यज्ञ, हवन में सुगंधियों के इस्तेमाल की हजारों वर्ष की परंपरा रही है। यही कारण है कि देश में सौ डेढ़ सौ वर्ष पुरानी अगरबत्ती कंपनियां हैं, लेकिन तीन दशक पूर्व इंदौर से शुरू हुई मैसूर दीप परफ्यूमरी हाउस (एमडीपीएच) का अगरबत्ती ब्रांड जेड ब्लैक आज देश की 3 सबसे बड़ी अगरबत्ती कंपनियों में शामिल है। 1992 में श्री प्रकाश अग्रवाल द्वारा एक घर के छोटे से गैराज में शुरू हुई अगरबत्ती फैक्ट्री आज एमडीपीएच एक बड़ा उद्योग समूह बन चुकी है, जिसमें 1200 से अधिक उत्पाद बनते हैं। कंपनी ने ब्रांड प्रमोशन के लिए स्टार क्रिकेटर एमएस धोनी व फिल्म अभिनेता रितिक रोशन को लिया है। जेड ब्लैक अगरबत्ती के ब्रांड अंबेसडर एमएस धोनी हैं व मंथन धूप के रितिक रोशन। जेड ब्लैक श्री इन वन एमडीपीएच का वह उत्पाद है, जिसकी लोकप्रियता पूरे देश में है।

स्वव्यवसाय के जरिए एक बड़े उद्योग समूह में बदल जाने का इतिहास कई औद्योगिक घरानों का है। एमडीपीएच भी उसी श्रृंखला में जुड़ गया है। एमडीपीएच के डायरेक्टर एवं पार्टनर अंकित अग्रवाल एक सहज और सरल व्यक्तित्व के मालिक हैं, जो अपने उत्पादों की गुणवत्ता के लिए परिवार सहित निरंतर प्रयत्नशील हैं। उनका मानना है कि एमडीपीएच की सफलता उत्पाद की गुणवत्ता, कुशल प्रबंधन के साथ ही श्रमिकों, उपभोक्ताओं और वितरकों के साथ ईमानदार और समर्पण की नीति का परिणाम है। यही कारण है कि कंपनी के 36 केंद्रों से 3500 डिस्ट्रीब्यूटर जुड़े हैं। उद्योग में लगभग 4000 कर्मचारी काम करते हैं, जिसमें 75 प्रतिशत महिलाएं कार्यरत हैं। मध्य प्रदेश के इंदौर में कंपनी की 5 स्थित मैनुफैक्चरिंग यूनिट हैं जिसमें से एक दुनिया की सबसे बड़ी कच्ची अगरबत्ती का निर्माण करने वाली यूनिट है। कंपनी अपनी अत्याधुनिक व विश्वस्तरीय मैनुफैक्चरिंग यूनिटों की बढौलतप्रतिदिन 3 करोड़ अगरबत्तियों का निर्माण करती है।

एमडीपीएच 7 150 लाख खुदरा व्यापारियों के जरिए आम उपभोक्ताओं तक पहुंचता है। इसके अलावा यूएसए, चीन, जापान, ब्राजील, इथियोपिया, नीदरलैंड, ऑस्ट्रेलिया और मलेशिया सहित लगभग 40 देशों में उत्पादों का निर्यात किया जाता है। एमडीपीएच की अहमियत इसी से समझी जा सकती है कि उसके ब्रांड अंबेसडर मशहूर क्रिकेटर एमएस धोनी हैं और फिल्म अभिनेता रितिक रोशन ने इसके उत्पादों का विज्ञापन किया है। एमडीपीएच के लगभग 1200 उत्पाद विभिन्न कीमतों और गुणवत्ता वाले रेंज के हैं, जिसमें अगरबत्ती, धूपबत्ती, हैंड सैनिटाइज़र, हैंड वाश, खाद्य तेल, एसेंशियल ऑयल, पैकेज्ड टी, मॉस्किटो कॉइल, नेचुरल हेयर कलर, हीना, सोया चंक्स और कन्फेक्शनरी शामिल हैं। कंपनी का प्रमुख ब्रांड, जेड ब्लैक अगरबत्ती, भारत में अपनी श्रेणी में शीर्ष 3 ब्रांडों में से एक है। कंपनी की टैगलाइन है 'प्रार्थना होगी स्वीकार'। अग्रवाल का कहना है कि वह अपने व्यवसाय में इस टैग लाइन का पूरा इस्तेमाल करते हैं, क्योंकि जब आप अपना सर्वश्रेष्ठ करोगे, तो आपकी सभी प्रार्थना पूरी हो जाएगी। ●

उत्पाद से ज्यादा जरूरी कंपनी की बेहतर नीति और नीयत : **अंकित अग्रवाल**

तीन दशक पूर्व इंदौर से शुरू हुए **जेड ब्लैक** अगरबत्ती के कारोबार को देश ही नहीं दुनिया भर में मशहूर ब्रांड के रूप में स्थापित करने की सफलता की कहानी खुद **एमडीपीएच** समूह के प्रमुख **अंकित अग्रवाल** से **सुगंध इंडिया** की बातचीत -



एक कारोबार को शुरू कर उसे देश की टॉप 3 की कंपनी बनाने का सफरनामा किस रूप में शुरू हुआ ?

3 दशक पूर्व इंदौर में एक छोटी सी शुरुआत मेरे पिता ने की थी। 1980 से पूर्व पिता जी कपड़े की दुकान में काम करते थे, लेकिन उनके अंदर अपना व्यवसाय खड़ा करने की जबरदस्त ललक थी। इसलिए उन्होंने कई क्षेत्रों में हाथ-पांव मारे, लेकिन कामयाबी नहीं मिली। परिवार भी निराश होने लगा था कि वह सफल नहीं होंगे, लेकिन 1985 में मेरे पैदा होने के बाद उन्होंने 10 लाख रुपए उधार लिए और अगरबत्ती का व्यवसाय शुरू किया। हालांकि मेरी दादी चाहती थी कि वह पहले अगरबत्ती व्यवसाय की ट्रेनिंग लें, लेकिन उन्होंने अपने दृढ़ निश्चय से शुरुआत कर दी। बहुत

कड़ी मेहनत व देशभर में वह यात्राएं करते थे, क्योंकि अपने उत्पाद का कारोबार बढ़ाना था। वह कभी बड़े और नामी लोगों को अपने कारोबार से नहीं जोड़ते थे। मसलन वह कानपुर गए तो वहां के सबसे बड़े अगरबत्ती डिस्ट्रीब्यूटर को वितरण का कार्य नहीं दिया, बल्कि ब्रांड के प्रति मेहनत करने वालों को उन्होंने जोड़ा। 1999-2000 के दौरान जेड ब्लैक हिट हुआ, जो एक पैन इंडिया ब्रांड बन गया, तो उन्होंने जेड ब्लैक को अपना ब्रांड नेम बना लिया। इसके बाद आने वाली सभी अगरबत्तियों में जेड ब्लैक लोगो बन गया और कारोबार चल निकला, लेकिन 2003 में एक त्रासदी हुई, फैक्ट्री में आग लगने से कंपनी को भारी नुकसान हुआ। हम फिर सड़क पर आ गए। लेकिन हार न मानते हुए फिर से काम शुरू



हुआ। 2004-05 में मैं कारोबार में शामिल हुआ और 2010-11 में मेरा छोटा भाई अंशुल अग्रवाल भी कारोबार में आया और चीजें बेहतर होने लगीं और आज एमडीपीएच देश की 3 सबसे बड़ी अगरबत्ती कंपनियों में शामिल है।

देश ही नहीं विदेशों में भी आपका कारोबार फैल चुका है। नए उत्पादों को लाना, रिसर्च करना और उनका प्रचार-प्रसार करना इसका प्रबंधन कैसे होता है?

हर बड़े और सफल कारोबार की तरह हमने भी कार्यों का वितरण कर रखा है और इसमें सभी का योगदान है। बेहतर उत्पाद, कारोबार का विस्तार, ईमानदारी से वितरकों को जोड़ना और सबसे बढ़कर अपने नीतियों पर चलने के कारण जेड ब्लैक ब्रांड आज देश की 3 सबसे बड़ी अगरबत्ती कंपनियों में शुमार है। इसके लिए अच्छे प्रोफेशनल लोगों को रखा गया है और पिता व मां सहित पूरा परिवार कारोबार में शामिल है। खुद मेरी मां और भाई इसमें शामिल हैं। अगरबत्ती के परफ्यूम की ब्लेंडिंग खुद मेरी मां देखती हैं। छोटा भाई दिल्ली आईआईटी से बी टेक है और उत्पादन प्रक्रिया उसकी देखरेख में अत्याधुनिक तकनीक, मशीनों व सॉफ्टवेयर के इस्तेमाल से करता है। मैं खुद सेल्स, मार्केटिंग और इंपोर्ट व एक्सपोर्ट को देखता हूँ। एक रिसर्च और डेवलपमेंट (आरएंडडी) विभाग है, जो लगातार बेहतरीन उत्पादों और देश के विभिन्न राज्यों और लोगों की जरूरतों पर शोध करता है।

बड़ा देश है और उसमें विभिन्नताएं हैं। ऐसे में किस तरह सबकी मांगों की पूर्ति होती है?

बहुत बड़ा देश है। विभिन्न धर्म व भाषाएं हैं और उनकी पसंद हैं। सब की अलग मांग है, लेकिन कुछ कॉमन मांग हैं, जिसमें श्री इन वन सब जगह पसंद किया जाता है। कुछ राज्यों में अलग-अलग प्रोडक्ट चलते हैं, लेकिन कुछ प्रोडक्ट सभी जगह चलते हैं। जेड ब्लैक श्री इन वन पैन इंडिया ब्रांड है, जो गुवाहाटी से गुजरात व कश्मीर से कन्याकुमारी तक चलता है। पाईन एप्पल, रोज, संदल, मोगरा की भी सभी जगह मांग है। साउथ इंडिया में धूप बत्ती तो उत्तर में कुछ अलग मांग है। खुशबू सबको चाहिए इसलिए सबके अपने अलग-अलग टेस्ट हैं।

बाजार में ढेर सारे ब्रांड हैं। ऐसे में अलग दिखने के लिए आपकी क्या मार्केटिंग रणनीति है?

एक ब्रांड को स्थापित करने में केवल उत्पाद की ही अहमियत नहीं होती। असल चीज है कि आपकी नीयत और नीति क्या है? क्या सोच है? अगरबत्ती तो हर गली में बनती है। एक अच्छा प्रोडक्ट बनाना, जो देशभर में चले यह एक बात है, लेकिन प्रमुख बात यह है कि अच्छी खुशबू और टेस्ट देने के साथ आपकी नीति क्या है। कंपनी का हमेशा यह उद्देश्य रहा है कि पैन इंडिया रेट हो, एक वितरण नीति, सभी वितरकों को समान स्क्रीम देना। सभी डिस्ट्रीब्यूटर्स को समान रूप से लाभ देना और एक इलाके में एक की ही नियुक्ति करना और सबसे बढ़कर देश में कहीं भी मांग होने पर 48 घंटे में माल की आपूर्ति करना है। मसलन कानपुर, बनारस, गाजियाबाद व आगरा यह उत्तर प्रदेश के 4 बड़े केंद्र हैं जहां से यूपी में 48 घंटे में कहीं भी माल पहुंचाया जा सकता है।

जेड ब्लैक का किन देशों में निर्यात होता है और अगरबत्तियों की विदेशों में कैसी खपत है?

बाजार में हम अन्य कंपनियों की तुलना में काफी नए हैं। 30 वर्ष ही हुए हैं। बेंगलुरु में डेढ़ सौ वर्ष पुरानी कंपनियां भी हैं। उसकी तुलना में जेड ब्लैक 30 वर्ष पुराना ब्रांड है। पहले हमने पूरे देश में अपने को स्थापित किया। अब चार-पांच वर्षों से हम एक्सपोर्ट में गए हैं और लगभग 40 देशों में जेड ब्लैक प्रोडक्ट भेजते हैं, जिसमें यूएसए, साउथ अफ्रीका, आस्ट्रेलिया, यूरोप, चीन, जापान, नेपाल आदि देश हैं। विदेशों में अगरबत्तियों की बहुत डिमांड है। वहां रहने वाले भारतीय तो उसे खरीदते ही हैं। मलेशिया व इंडोनेशिया में हिंदू धर्मावलंबियों में भी वह लोकप्रिय है। जापानी और चीनी भी अगरबत्ती का इस्तेमाल पूजा के लिए करते हैं। अगरबत्ती सिर्फ पूजा में ही इस्तेमाल नहीं होती। बहुत सारे लोग तो भगवान की पूजा में इस्तेमाल करते हैं। एक दुकानदार ग्राहकों के लिए करता है। कुछ लोग रूम फ्रेशनर के रूप में भी इसका इस्तेमाल करते हैं। इसलिए अगरबत्ती यानि खुशबू का चलन बढ़ा है।

अगरबत्ती उद्योग में विकास के लिए सरकारों से क्या अपेक्षा रहती है?

सरकारें अगरबत्ती उद्योग के लिए बहुत सहयोगी रही हैं। वैंट कई राज्यों में अगरबत्तियों पर नहीं था और एक्साइज ड्यूटी कभी भी नहीं लगती



देवास नाका, इंदौर



रामपिपलिया, इंदौर



सांवेर रोड, इंदौर



शिप्रा, इंदौर

थी। जब जीएसटी आया तो सरकार ने 12 प्रतिशत अगारबत्ती पर लगाया, लेकिन व्यवसायियों का डेलिगेशन जब सरकार से मिला तो सरकार ने समझा और उसे तुरंत 5 प्रतिशत कर दिया। दरअसल जीएसटी को लेकर सरकार ने जो तरीका अपनाया वह बहुत ही बेहतर रहा है। अब उसे लागू हुए साढ़े साल 4 वर्ष बीत गए हैं। कानूनी ढंग से और ईमानदारी से काम करने वालों के लिए यह टैक्स प्रणाली बहुत बेहतर है और इससे कारोबार सहज ढंग से होने लगा है। इसके अलावा 2019 में नरेंद्र मोदी सरकार ने आयात बंद किया। इससे भी बड़ी मदद मिली। इस क्षेत्र में पहले भी बहुत रोजगार था, लेकिन अब बड़ी संख्या में रोजगार बढ़ा है। उद्योग में महिलाएं बहुत काम करती हैं। हमारे यहां ही 70 प्रतिशत से अधिक महिलाएं काम करती हैं। इसलिए सरकार हमेशा इस उद्योग के प्रति सहानुभूति रखती रही है और इंपोर्ट बंद होने से उद्योग को बहुत मदद मिली।

**दुनिया की सबसे बड़ी रॉ अगारबत्ती की फैक्ट्री आपके पास है।
इसके बारे में कुछ बताइए।**

इंदौर जेड ब्लॉक का सेंटर है और यहां के मांगलिया गांव में 15 एकड़ में दुनिया की सबसे बड़ी रॉ अगारबत्ती की फैक्ट्री लगी है। इसकी शुरुआत 2018 में हुई थी। एक छत के नीचे ही 650 मशीनें चलती हैं। एक दिन में लगभग साढ़े 3 हजार टन सूखी अगारबत्ती बनाते हैं, जिसमें हजार-बारह सौ लोग काम करते हैं। यहां कच्ची अगारबत्ती व कच्ची धूप और हवन सामग्री जैसे कच्चे माल का निर्माण होता है। इतनी बड़ी फैक्ट्री वियतनाम में भी नहीं है, जब वह अगारबत्ती निर्माण के क्षेत्र में शीर्ष पर था। पूरे एमडीपीएच समूह में कुल 9,40,000 वर्ग फीट में बनी 5 युनिटों में 3500 से 4000 लोग काम करते हैं।

कारोबार को और आगे बढ़ाने के लिए क्या योजनाएं हैं?

वैसे तो एमडीपीएच समूह के अगारबत्ती से हटकर और भी उत्पाद हैं लेकिन हमें कन्फेक्शनरी में अच्छा स्कॉप दिख रहा है। हमने दिन दिन के नाम से 1 रु में शुगर बॉइलड कैंडी लांच की है और हमें इसका अच्छा परिणाम मिल रहा है। इसका ब्रांड एंबेसडर बच्चों का फेवरेट कार्टून डोरेमोन है। कन्फेक्शनरी बाजार में हम धीमी गति से बढ़ रहे हैं और कंपटीशन भी है, लेकिन बिना कंपटीशन के भी आगे बढ़ना मुश्किल होता है।

कंपनी की सीएसआर की क्या नीती है?

कंपनी के नीति में सीएसआर भी शामिल है। बड़े पैमाने पर महिलाओं को रोजगार दिया जा रहा है। शुरुआत में यह उद्योग हमारे घर के गैराज में शुरू हुआ था। तब मैं और मेरा भाई छोटे थे और हम लोग स्कूल से आकर अगारबत्ती भरते थे। उस समय जो महिलाएं काम करती थीं। वह आज भी कर रही हैं। युवावस्था से लेकर आज वृद्धावस्था में भी वह महिलाएं हमारे साथ ही हैं। जैसे एक हैं बबिता जायसवाल जी जो शुरू से हमारे साथ काम कर रही हैं और आज 3500-4000 लेबर उनके अंडर काम करते हैं। यही नहीं देर सारे पुराने कर्मचारी हैं जैसे लॉजिस्टिक्स देखने वाले जीवन जयंत जी, फैक्ट्री मैनेजमेंट देखने वाले संतोष शर्मा जी। यह सभी हमसे 20-25 साल से जुड़े हैं और हमारे एसेट्स हैं, हमारे परिवार समान हैं। उनके ही भरोसे हम आगे बढ़ रहे हैं।

अगारबत्ती बाजार के बढ़ने की क्या संभावनाएं हैं?

अगारबत्ती और धूप का इस्तेमाल आमतौर पर पहले पूजा व अन्य धार्मिक कार्यों के लिए होता था। आज भी 70 से 80 प्रतिशत उपभोक्ता धार्मिक कार्यों में इस्तेमाल करते हैं, लेकिन अब लोगों का टेस्ट बदल रहा है। बेडरूम और घरों में लोग रूम फ्रेशनर के तौर पर, अपने सुगंध के शौक के लिए, लाइफस्टाइल के लिए और ऑफिसों में भी इस्तेमाल का रुझान बढ़ रहा है। बैकफ्लो कोन एक नया उत्पाद निकाला है, जिसमें पीछे से धुआं निकलता है। इस तरह नए-नए इन्वेंशन करने पड़ेंगे और यह हम कर रहे हैं। तभी प्रतियोगिता में आपका उत्पाद आगे बढ़ेगा। साथ ही समय-समय पर पैकिंग, मार्केटिंग और गुणवत्ता में लगातार बदलाव करना पड़ता है।

अगारबत्ती उद्योग के समक्ष आज क्या चुनौतियां हैं?

वैसे कोई ऐसी बड़ी चुनौती नहीं है, लेकिन बीते कुछ समय से अच्छे माल की कमी हुई है। रॉ मटेरियल की अच्छी गुणवत्ता और वाजिब कीमत जैसे पेपर, वुड व लैमिनेट आदि की जरूरत है। समय पर इनकी उपलब्धता जरूरी है। इसके अलावा यह भी है कि कोरोना जैसा कोई वायरस पुनः ना आ जाए। इससे बहुत दिक्कतें हुई हैं। लोगों से मिलने जुलने से ही आदमी सीखता है, जितना कि वह किताबों से नहीं जान सकता, लेकिन कोरोना में मिलना जुलना बंद हो गया। यहां तक कि कांफ्रेंस और एजीबिशन तक बंद हो गईं। इसलिए यह भी एक चुनौती है कि फिर ऐसी कोई महामारी ना आए। ●



एचईएम अगारबत्ती महिला सशक्तिकरण के प्रति प्रतिबद्ध

अ गरबत्ती और घरेलू सुगंध उत्पादों के प्रमुख निर्माताओं और निर्यातकों में से एक एचईएम अगारबत्ती ने इस महिला दिवस को देश भर की कामकाजी महिलाओं को समर्पित किया है। एचईएम के कर्मचारियों में महिलाओं का योगदान 77 प्रतिशत है जो दूसरों के जीवन को सुखी और सुगंधित बनाने के लिए कड़ी मेहनत करती हैं। कंपनी ने अपने कार्यस्थल पर 'स्थायी कल के लिए आज लैंगिक समानता' को बढ़ावा देने के लिए कई पहल की हैं।

एचईएम ने महामारी के दौरान लचीली कार्य व्यवस्था के साथ अपनी सभी महिला कर्मचारियों का बेहतर ख्याल रखा और मजबूत तथा स्थिर आजीविका सुनिश्चित की। हाल के दिनों में, एचईएम ने अपने वर्कस्टेशनों पर दिन-प्रतिदिन के वर्कफ्लो को सुचारू और हल्का करने के लिए कई बदलाव किए हैं और यह सुनिश्चित किया है कि काम का माहौल समय पर स्वास्थ्य जांच, उपयुक्त फर्नीचर और फिक्स्चर, आदि के साथ आरामदायक हो। कंपनी महिलाओं के सामने आने वाली दिन-प्रतिदिन की चुनौतियों का भी समाधान करती है। उदाहरण के लिए यात्रा के दौरान महिलाओं के लिए सुरक्षा अक्सर एक महत्वपूर्ण मुद्दा होता है। इस चुनौती से निपटने के लिए, एचईएम अपने सभी कर्मचारियों को ट्रांजिट सेवाएं प्रदान करती है।

एचईएम अगारबत्ती में महिलाओं को उनके पुरुष समकक्षों के समान सम्मान के साथ व्यवहार किया जाता है और नेतृत्व की भूमिका निभाने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। उन्हें अपनी क्षमता का पता लगाने और इस तरह संगठनात्मक लक्ष्यों को पूरा करने के लिए एक अनुकूल माहौल प्रदान किया जाता है। मानव

संसाधन, लेखा, अनुसंधान एवं विकास आदि सहित अधिकांश विभागों का नेतृत्व महिलाओं द्वारा किया जाता है। वर्तमान में एचईएम में महिला विभागाध्यक्षों की भागीदारी 45 प्रतिशत है।

एचईएम कॉर्पोरेशन प्राइवेट लिमिटेड के बिजनेस डेवलपमेंट हेड राहुल शाह ने कहा कि 'हम एक स्थायी कल के लिए आज लैंगिक समानता' के सूत्रवाक्य का पालन करते हैं। दुनिया भर में महिलाओं और लड़कियों के योगदान को पहचानते हुए सभी के लिए एक अधिक टिकाऊ भविष्य का निर्माण कर रहे हैं। कंपनी की स्थापना काल से हमने हमेशा रोजगार के माध्यम से महिलाओं को सशक्त बनाने में विश्वास किया है और उनके लिंग की परवाह किए बिना उनकी स्वीकार्यता और मान्यता को बढ़ाया है। उन्होंने आगे कहा कि हमारी पहली विनिर्माण इकाई मुलुंड, मुंबई में थी और अब हम भिवंडी चले गए हैं, जहां प्रमुख उत्पादन कार्य होते हैं। हमारे मुलुंड संयंत्र में हम महिला कर्मचारियों को नियुक्त करना जारी रखे हुए हैं। संयंत्र में कुछ महिला कर्मचारी हमारे साथ 2 दशकों से अधिक समय से काम कर रही हैं। यह हमारी महिला केंद्रित पहलों के सत्यापन का एक बड़ा स्रोत है। इसके अलावा, महामारी के दौरान महिला कर्मचारियों को अपना काम जारी रखने में मदद करने के लिए, हमने उन्हें उनके घर पर कच्चा माल उपलब्ध कराया और निरंतरता प्रदान करने के लिए उनसे अंतिम उत्पाद एकत्र करने की व्यवस्था की। उनका दावा है कि एचईएम कॉर्पोरेशन की योजना अपने मजबूत रख के माध्यम से रूढ़ियों को तोड़ने और प्रतिभा को प्रोत्साहित करने के साथ महिलाओं को सशक्त बनाना जारी रखने की है। ●



फ्रेगरेंस व फ्लेवर का ट्रेंडसेटर है साची : भारत अरोड़ा

सुगंध उद्योग में नित नए प्रयोग करने और नया ट्रेंड स्थापित करने के लिए साची फ्रेग्रेंसेस दशकों से देश में फ्रेगरेंस व फ्लेवर का टेस्ट चेंजर माना जाता है। देश ही नहीं दुनिया भर में फ्रेगरेंस के नए टेस्ट की आपूर्ति करने वाले साची फ्रेग्रेंसेस के प्रमुख भरत अरोड़ा ने 'सुगंध इंडिया' से खास बातचीत में कहा कि अगरबत्ती उद्योग का भविष्य बेहतर है, लेकिन उसे निरंतर नए फ्रेगरेंस फ्लेवर और टेस्ट में प्रयोग करते रहना होगा। उन्होंने बताया कि सुगंध के लिए नए-नए ट्रेंड आ रहे हैं। जैसे इन दिनों होटल उद्योग में फ्रेगरेंस मशीनों का इस्तेमाल किया जा रहा है। यह मशीन पूरे वातावरण या पूरे एक खास इलाके को सुगंधित कर देता है। पहले यह काम फ्रेगरेंस स्प्रे से किया जाता था। अब मशीनों के जरिए मनचाही सुगंध से पूरा वातावरण ही सुवासित हो जाता है। उन्होंने कहा कि भारत जैसे बहुधर्मी देश में वर्ष भर पूजा-पाठ और त्यौहार चलते रहते हैं। ऐसे में अगरबत्ती उद्योग का भविष्य बेहतर है। अब युवाओं में भी इसकी पसंद बढ़ी है। उद्योग को पर्यावरण फ्रेंडली अगरबत्ती के निर्माण में तेजी से बढ़ना चाहिए, क्योंकि आने वाले समय में केमिकल या हानिकारक कच्चे माल को नई पीढ़ी पसंद नहीं करेगी।

सा

साची फ्रेग्रेसेस को 1983 में राकेश अरोड़ा ने शुरू किया था। बातचीत में भरत अरोड़ा ने कहा कि उनके पिता फ्रेग्रेसेस की दुनिया में नया ट्रेंड लाने के लिए जाने जाते थे। मैं भी उनके ही बनाए रास्ते और नींव पर चल रहा हूँ। उन्होंने बताया कि उनके पिता पहले साची फ्रेग्रेसेस के नाम से ट्रेडिंग करते थे फिर बाद में केमिकल और फ्रेग्रेसेस बनाने का काम शुरू किया। शुरुआत में साबुन, अगरबत्ती, तंबाकू व पान मसाला के लिए फ्रेग्रेसेस तैयार करते थे। बाद में खुद भी परफ्यूम के क्षेत्र में आ गए।

अगरबत्ती में चलने वाले नए ट्रेंड की बाबत उन्होंने कहा कि यहां रोज नई सुगंधियों की मांग होती है। इन दिनों फलों

की भीनी सुगंध और परफ्यूम फ्लेवर की भारी मांग है। परंपरागत सुगंध चंपा, चमेली, बेला, गुलाब, चंदन की मांग भी है, क्योंकि पूजा-पाठ और धार्मिक कार्यों में उसी का उपयोग होता है, लेकिन युवा पीढ़ी घर और मन को फ्रेश करने के लिए नए फ्लेवर चाहती है। अगरबत्ती ही नहीं अब लोग सुगंधित मोमबत्तियों का भी प्रयोग करने लगे हैं। इस तरह हम देख रहे हैं कि सुगंधियों के बाजार में नए-नए क्षेत्र खुल रहे हैं।

सुगंध उद्योग की चुनौतियों के संबंध में उन्होंने कहा कि विदेशी कंपनियां बड़ी संख्या में इस उद्योग में हैं, लेकिन हम उनके मुकाबले बेहतर हैं क्योंकि साची अपने प्रयोगों से खुद



नए ट्रेंड ला रही है। इस लिहाज से साची ही ट्रेंडसेटर है। फ्रेग्रेसेस में हम हमेशा नई सुगंधियों की इजाजत करते हैं। विदेशी कंपनियों फ्रांस और यूरोप की क्वालिटी व फ्रेग्रेसेस से बेहतर सुगंधियां साची लेटेस्ट अत्याधुनिक मशीनों के इस्तेमाल करके देती है। परंपरागत ज्ञान मशीनों पर नए प्रयोग विकसित कर देता है और क्वालिटी में भी हम आगे हैं।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि कई कंपनियां नए ट्रेंड लाती हैं। कई कंपनियां फूल के बाय प्रोडक्ट से अगरबत्तियां बना रही हैं, जो पर्यावरण फ्रेंडली भी हैं। कंपनियां जब पर्यावरण फ्रेंडली प्रोडक्ट बनाती हैं तो हम भी उसी

हिसाब से फ्रेग्रेसेस बनाते हैं। हम जो भी रॉ मटेरियल इस्तेमाल में लाते हैं सब इफ्रा गाइडलाइन्स में आते हैं। इस हिसाब से साची फ्रेग्रेसेस के सभी प्रोडक्ट व रॉ मटेरियल इफ्रा गाइडलाइन्स में आते हैं व पर्यावरण फ्रेंडली हैं।

उन्होंने कहा कि अगरबत्तियों में पूजा के लिए अलग फ्रेग्रेसेस है, लेकिन मन की ताजगी के लिए अलग किस्म की अगरबत्तियों की मांग है। इसमें फलों की मीठी और भीनी सुगंध की मांग हो रही है। इसी तरह हुक्के में भी कई फ्लेवर मांगे जा रहे हैं। इसमें फ्यूजन, मिंट, फ्रूटी ट्रेंड चल रहा है।

एक सवाल के जवाब में भरत अरोड़ा ने कहा कि अगरबत्ती



उद्योग में सुगंध के ट्रेंड बदलते रहते हैं। नया पुराना हो जाता है और पुराने में नया प्रयोग कर नया कर दिया जाता है। इसलिए अगरबत्ती उद्योग को चाहिए कि वह निरंतर नई सुगंधियों को विकसित करे। उन्होंने कहा कि दुबई में अगर वुड चल रहा है जबकि यह भारत का ही उत्पाद है, लेकिन अब वहां से यहां आ रहा है। इसकी वजह यह है कि एक ट्रेंड शुरू होता है और कुछ समय बाद वह फिर पलट कर आता है। उन्होंने कहा कि युवाओं में आज खास सोच बनी है कि उसके अपने टेस्ट का फ्रेगरेंस हो। उन्होंने बताया कि इस मामले में वह फ्रेगरेंस खरीदने वाली कंपनियों को सुझाव भी देते हैं कि वह टेस्ट बदलने के लिए रिस्क लें। उस पर अमल कर वह सफल भी होती हैं, तो हमारा फार्मूला हिट होता है।

उन्होंने बताया कि इस कारोबार में वह अपने पिता से ट्रेनिंग ले कर आए हैं। जब कॉलेज में पढ़ता था तभी से पिता जी के साथ प्रोडक्शन देखता था। पिताजी ने कभी कंपनी के फाइनेंस, मार्केटिंग में नहीं लगाया बल्कि हमेशा प्रोडक्शन में काम कराया। वहां क्वालिटी चेक करना सुगंध को सूंघना और महसूस करना। वह हमेशा कहते

थे कि सुगंध को सूंघो और महसूस करो कि मन में क्या भाव आया। महसूस करो, दिमाग में रखो कि यह कौन सी सुगंध है। इस तरह 4 वर्ष उनके साथ काम किया। इससे पहले बचपन में भी वह कोई नई सुगंध बनाते थे, तो घर पर लेकर आते थे और कहते थे कि सूंघ कर बताओ कि क्या महसूस कर रहे हो।

भरत अरोड़ा ने कहा कि यही कारण है कि आज मैं बेहतर कर पा रहा हूँ। सूंघने और उसे समझने की क्षमता विकसित हुई। आज रॉ मटेरियल को सूंघ कर समझ जाता हूँ कि उसमें क्या नई चीजें बना सकता हूँ। उन्होंने कहा सुगंध बनाना एक कला का काम है। जैसे एक कलाकार का खेल होता है। उसी तरह सुगंध बनाना भी एक खेल है। पिताजी के बताए रास्ते पर आज मैं ही नहीं बल्कि पूरा सुगंध उद्योग चल रहा है। साची के पास ही खास फ्रेगरेंस तैयार करने की क्षमता है। हम टेस्ट चेंज करते हैं, क्योंकि साची में निरंतर रिसर्च होती रहती है। हम नए फ्रेगरेंस विकसित करते हैं और फिर वही ट्रेंड बन जाता है।

कच्चे माल की बढ़ रही कीमत पर उन्होंने कहा कि उनके ग्राहक ज्यादातर बड़ी और बहुराष्ट्रीय कंपनियां हैं। इसलिए वह एक वर्ष तक मौजूदा रेट पर काट्टेक्ट करते हैं। कच्चा माल भी एक वर्ष के लिए उसी अनुपात में खरीद लिया जाता है। इस दौरान बाजार में किसी भी वजह से उतार-चढ़ाव आए तो उसका भी अनुमान रखा जाता है। उनकी पूरी कोशिश रहती है कि बढ़ती कीमतों का असर उनके ग्राहकों पर ना पड़े। फिर भी कोई बात हुई तो वह मैनेज करते हैं। उन्होंने कहा कि थोक में माल खरीदने से यह समस्या नहीं रहती। उन्होंने कहा कि इस वक्त सालवेंट और पेट्रोलियम की कीमतें बढ़ी हैं। यूक्रेन-रूस युद्ध से भी फर्क पड़ा है लेकिन कुच्छ चीजें अच्छी भी हुई हैं जैसे कि कुच्छ रॉ मटेरियल जो हम आयात करते थे वह आज के समय में सस्ते दाम में देश में ही बनने लगे हैं। अंत में भरत अरोड़ा ने कहा कि आज से दस साल पहले मेरे पिता ने अपनी विजन के तहत कहा था कि फ्रेग्रेंस इंडस्ट्री 20 गुना बढ़ेगी और वह बढ़ी। आज मैं कह सकता हूँ कि जिस हिसाब से ट्रेंड आ रहे हैं, फ्रेग्रेंस इंडस्ट्री 40 गुना और बढ़ेगी। ●



10 फीसद की दर से बढ़ेगा भारतीय अगरबत्ती बाजार

इंडिया अगरबत्ती (अगरबत्ती और धूप) बाजार: उद्योग रुझान, शेयर, आकार, विकास, अवसर और पूर्वानुमान 2021-2026 शीर्षक से प्रकाशित आईएमएआरसी ग्रुप की नवीनतम रिपोर्ट के मुताबिक 2021 से 2026 के दौरान भारतीय अगरबत्ती बाजार के सालाना 10.1 प्रतिशत की दर से बढ़ने की उम्मीद है। इसकी वजहों के बारे में बताते हुए रिपोर्ट में कहा गया है कि अगरबत्ती को विभिन्न रीति-रिवाजों और अनुष्ठानों के एक सामान्य हिस्से के रूप में जलाया जाता है जिससे खराब हवा शुद्ध होती है, आसपास सकारात्मक ऊर्जा भर जाती है और वातावरण से नकारात्मक ऊर्जा खत्म हो जाती है। अगरबत्ती की सुगंध शांत प्रभाव प्रदान करती है और इसे कीट विकर्षक के रूप में भी प्रयोग किया जाता है। नतीजतन, मंदिरों, चर्चों, मस्जिदों और मठों में इनका उपयोग किया जाता है।

अगरबत्ती का उपयोग आध्यात्मिक व धार्मिक के अलावा सौंदर्य, ध्यान, योग और उपचार उद्देश्यों के लिए भी किया जाता है। इसके अलावा, भारत भर में मंदिरों की बढ़ती संख्या अगरबत्ती की मांग को महत्वपूर्ण रूप से बढ़ा रही है। इसके

अलावा, कई प्रमुख निर्माता लेमनग्रास, दालचीनी, स्ट्रॉबेरी, कॉफी, चॉकलेट, ग्रीन टी और जैस्मीन जैसी नई सुगंध पेश कर रहे हैं। वे कम-लागत और कम-धूम्रपान उत्पाद प्रकार भी विकसित कर रहे हैं, जो आबादी के बीच लोकप्रियता प्राप्त कर रहे हैं।

इसके अलावा अगरबत्ती निर्माताओं द्वारा पेश की जाने वाली अनूठी सुगंध और बेहतर गुणवत्ता उद्योग को दुनिया भर में अपने लिए एक नई जगह बनाने में मदद कर रही है, जिससे भारत से निर्यात गतिविधियों में वृद्धि हो रही है। कुछ अन्य कारक, जैसे पर्यटन को बढ़ाना, खर्च करने योग्य आय में वृद्धि, कम श्रम लागत और कच्चे माल की आसान उपलब्धता भी बाजार को आगे बढ़ा रहे हैं।

इस प्रकार अगरबत्ती की बढ़ती लोकप्रियता व डिमांड में आती तेजी को देखते हुए आईएमएआरसी की रिपोर्ट में दावा किया गया है कि अगले पांच साल अगरबत्ती उद्योग के लिए बेहद सकारात्मक रहने वाले हैं और इस दौरान अगरबत्ती बाजार 10.1 फीसदी की दर से वृद्धि करेगा। ●

ब्रांड न्यूज़



सफल रही जेड ब्लैक की सोना-चांदी धमाका स्कीम
मैसूर दीप परफ्यूमरी हाउस का नाम देश की बड़ी अगरबत्ती कंपनियों में शुमार है। कंपनी का प्रमुख अगरबत्ती ब्रांड जेड ब्लैक देश के सर्वाधिक लोकप्रिय ब्रांडों में से है। कंपनी ने अपने अगरबत्ती डिविजन के उत्पादों पर एक जनवरी से 22 मार्च 2022 तक पेन इंडिया स्कीम के अनुसार वितरकों को चांदी और सोना वितरित किया है। समूह ने जनवरी से मार्च तक वितरकों के लिए टारगेटेड स्कीम शुरू की थी, जिसके तहत डिस्ट्रीब्यूटर्स को चांदी और सोना वितरित किया। जानकारों के अनुसार इस टारगेटेड स्कीम को डिस्ट्रीब्यूटर्स ने बहुत पसंद किया है। परिणाम स्वरूप जेड ब्लैक अगरबत्ती और मनथन धूप की बिक्री में भारी बढ़ोतरी हुई है। इस योजना के तहत जहां डिस्ट्रीब्यूटर ने अगरबत्ती की बिक्री का लक्ष्य पूरा किया है वहीं समूह को भी पूरा टारगेट प्राप्त हुआ और उसकी बिक्री में वृद्धि हुई है। देश के सभी राज्यों में अपनी गुणवत्ता के दम पर ग्राहकों की पसंद बन चुके जेड ब्लैक ब्रांड में अगरबत्तियों की भारी भरकम रेंज हैं, जिसमें रेगुलर से लेकर प्रीमियम प्रोडक्ट हैं। ●

हिंदू नव वर्ष 14 अप्रैल को बंगाल में लांच होगी बांसुरी

देश की प्रतिष्ठित अगरबत्ती निर्माण कंपनी एनआर समूह का प्रमुख ब्रांड साइकिल की नई रेंज बांसुरी बंगाल में लांच होने जा रही है। 14 अप्रैल को बंगाली नव वर्ष होता है। इसी दिन से हिंदूओं के शादी विवाह व धार्मिक कार्यों से संबंधित पत्रा (कैलेंडर) भी जारी होता है। पहले से ही साइकिल देशभर में एक लोकप्रिय ब्रांड है। इस श्रेणी के कई अन्य उत्पाद एनआर समूह निकालता है। अपने उत्पादों की बिक्री के लिए समूह एफएमसीजी नेटवर्क के जरिए मार्केटिंग करता रहा है, लेकिन अब कंपनी देश भर में अपना डिस्ट्रीब्यूटर, डीलर का नेटवर्क बनाने जा रही है, जिसकी शुरुआत वह पश्चिम बंगाल में कोलकाता से करेगी। इसी मौके पर बांसुरी भी लांच की जाएगी। जानकारी के अनुसार इसके लिए कंपनी बड़े पैमाने पर अपनी मार्केटिंग टीम तैयार कर रही है। बाजार के जानकारों का मानना है कि एफएमसीजी के साथ ही डिस्ट्रीब्यूटर और डीलर्स का नेटवर्क मजबूत करने से समूह को दोहरा फायदा होगा। ●



आईटीसी की मंगलदीप सर्वाधिक बिकने वाला उत्पाद

आईटीसी भारत की सर्वश्रेष्ठ कंपनियों में से एक है। इसका प्रमुख उत्पाद मंगलदीप अगरबत्तियों में सर्वाधिक बिकने वाला ब्रांड है। मंगलदीप संदल का देश भर में बाजार है, जिसे लोग काफी पसंद करते हैं। इस रेंज में रोज, मोगरा, लेवेंडर आदि आते हैं। आईटीसी प्रमुख सिगरेट उत्पादक कंपनी है। इसके अलावा वह और भी ढेर सारे उत्पाद निकालती है, लेकिन उसकी अगरबत्तियां भी काफी लोकप्रिय हैं। आईटीसी द्वारा निर्मित अगरबत्तियों में मंगलदीप टेंपल, मंगलदीप लो स्मोक, मंगलदीप दीतिया, मंगलदीप श्रेया, मंगलदीप मेरीगोल्ड, मंगलदीप पुष्पांजलि आदि की भी बाजार में अच्छी मांग है। ●

दर्जनभर राज्यों में खरा सोना अगरबत्ती

इंदौर की अनंत सेल्स एजेंसीज का खरा सोना अगरबत्ती व धूप ब्रांड मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, महाराष्ट्र, पश्चिम बंगाल, झारखंड और तेलंगाना सहित लगभग एक दर्जन राज्यों में खुले बाजार में वितरकों और दुकानों पर बिकता है। 2 रूपए से लेकर 480 रूपए से भी अधिक के रेगुलर और प्रीमियम दोनों ही रेंज में कंपनी अगरबत्ती व धूप बनाती है। कंपनी के अधिकृत लोगों ने बताया कि राज्यों में उपभोक्ताओं की मांग के अनुरूप सभी रेंज, सुगंधियों और पैकिंग में कंपनी नए-नए उत्पाद निकालने का प्रयोग करती है। पैकिंग में कंपनी मुख्यतः बॉक्स, पाउच, जिपर, जार, आदि में भी अगरबत्तियां देती है। अगरबत्ती के अलावा कंपनी धूप, रोल ऑन और अतर का भी कारोबार करती है। खरा सोना ब्रांड एमेजॉन, फ्लिपकार्ट, आदि पर जाकर ऑनलाइन भी खरीदा जा सकता है। ●





पारंपरिक सुगंध से भरपूर प्रीमियम अगरबत्ती रेडियो

उत्तर प्रदेश की आरपी फ्रेगरेन्सेस कंपनी ने हाल ही में रेडियो के नाम से प्रीमियम श्रेणी के अगरबत्ती उत्पादन के क्षेत्र में कदम रखा है। कंपनी ने 6 पारंपरिक सुगंधियों में अगरबत्ती निकाली है, जो चंदन, गुलाब, केवड़ा, अगरवुड और मोगरा में है। कंपनी ने फुटकर में एक पैकेट की कीमत 25 रूपए रखी है, जिसमें 21 अगरबत्तियां हैं। कंपनी ने 'सुगंध इंडिया' को बताया कि वह इसे मध्य और पूर्वी यूपी में जल्द ही लांच करेगी। अधिकतर जगहों पर डीलर और डिस्ट्रीब्यूटर की नियुक्ति का काम चल रहा है। ब्रांड की सैंपलिंग के दौरान कंपनी को इसके अच्छे नतीजे मिले हैं। कम कीमत के रेगुलर रेंज में पूर्वांचल के बाजार को देखते हुए कंपनी रेडियो श्री इन वन अगरबत्ती भी लांच करेगी। ●

इंदौर का केआर वकर्स निकालता है 65 रेंज में अगरबत्तियां

केआर अगरबत्ती वकर्स इंदौर पारंपरिक सुगंध वाले उत्पादों के साथ-साथ 50-50, डिवाइन वुड्स, डिवाइन कस्तूरी, डिवाइन सुगंधा, देव, चक्र, नृत्य के नाम से कंपनी के पास अगरबत्ती व धूप के 65 ब्रांड हैं, जिसमें 50-50 मुख्य उत्पाद हैं। कंपनी के उत्पाद 5 से लेकर 200 रूपए तक की कीमत के हैं। उसके उत्पाद मुख्यतः गुजरात, महाराष्ट्र, राजस्थान, असम, बिहार, बंगाल और दक्षिण भारत सहित 9 से 10 राज्यों में बिकते हैं। ●



कम कीमत में क्वालिटी के साथ ज्यादा अगरबत्तियां

कन्नौज की राठौर पूजा प्रोडक्ट्स का ब्रांड दीपसागर उत्तर प्रदेश खासतौर पर पूर्वांचल में बड़े पैमाने पर लोकप्रिय हो रहा है। दीपसागर ब्रांड 5 रूपए में 21, 10 रूपए में 51 और 20 रूपए में 101 अगरबत्तियों की पैकिंग दे रहा है। वह अपनी कम कीमत, अच्छी क्वालिटी और ज्यादा अगरबत्तियों के कारण काफी लोकप्रिय है और उसकी भारी मांग हो रही है। 'सुगंध इंडिया' ने अपने मार्केट सर्वे में पाया कि कम कीमत में अच्छे ब्रांड की भारी मांग है। उसमें भी अगर ज्यादा अगरबत्तियां मिलें, तो ग्राहक ज्यादा आकर्षित होता है। कंपनी की रणनीति है कि वह कम मूल्य में ज्यादा माल लोगों को दे। उसकी लोकप्रियता की यह बड़ी वजह है। इसके अलावा दीपसागर अगरबत्ती की मांग उत्तराखंड और मध्य प्रदेश में भी बढ़ रही है। ●

पूर्वांचल और बिहार में छाया तिरंगा

मां कामाख्या दरबार फ्रेग्रेन्स इंडिया प्राइवेट लिमिटेड कानपुर का प्रमुख उत्पाद तिरंगा अपनी खास सुगंध के कारण उत्तर प्रदेश खासतौर पर पूर्वांचल और बिहार में बड़े पैमाने पर ग्राहकों की पहली पसंद बन गया है। हालांकि तिरंगा के सभी उत्पाद बेहतर हैं और उसकी भारी बिक्री है, लेकिन उसमें तिरंगा सबसे ज्यादा लोकप्रिय ब्रांड है। श्री इन वन की बिक्री भी पूरे पूर्वांचल में नंबर एक पर है। तिरंगा की सूखी व गीली धूप जैसे कई उत्पाद हैं। तिरंगा के प्रीमियम में 12 अगरबत्ती के पैकेट की भी भारी मांग है। तिरंगा और श्री इन वन 5, 10 और 30 रूपए के खुदरा मूल्य पर उपलब्ध है। तिरंगा के अन्य उत्पाद ग्रीनवुड, गुलाब, मोगरा, संदल, रजनीगंधा, साईं श्रद्धा और जियारत भी लोकप्रिय हैं। ●





यूपी एमपी उत्तराखंड में फैल रही कन्नौज की दीप सागर की सुगंध

सबसे सस्ते दाम में उच्च क्वालिटी : सोनू राठौर

कन्नौज की दीप सागर अगरबत्ती उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश और उत्तराखंड में काफी लोकप्रिय है और वह बड़े पैमाने पर कारोबार कर रही है। 1992 में स्थापित दीपसागर अगरबत्ती कंपनी के प्रमुख सोनू राठौर ने 'सुगंध इंडिया' से बातचीत में कहा कि उनके यहां पूजा संबंधी सभी सामग्रियां जैसे गीली धूप, प्रीमियम कोन, स्टिक आदि का निर्माण होता है। यह सभी 5 से 50 रूपए तक की रेंज में हैं। गीली धूप में लगने वाले कच्चे माल जैसे सॉ डस्ट, ड्राई पाउडर का भी निर्माण कंपनी में बीते चार दशक से हो रहा है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि वह केवल अपना ही ब्रांड बनाते हैं और करीब 50-60 किस्म के उत्पाद बाजार में चल रहे हैं। उनके मुख्य ब्रांड दीपसागर 51, 101 और 21 अगरबत्ती ज्यादा चलते हैं। यह 5 रूपए में 21 अगरबत्ती, 10 रूपए में 51 और 20 रूपए में 101 अगरबत्ती के पैकेट में है। उन्होंने कहा कि इतने रूपए में इतनी अधिक अगरबत्तियां देश में और कोई कंपनी नहीं देती।

देश में अगरबत्ती और गीली धूप के लिए कच्चे माल की कमी संबंधी सवाल पर सोनू राठौर ने बताया कि चीन से पहले रॉ अगरबत्ती आती थी। अब वह बंद हो गया है। कच्चे माल, पैकिंग व प्रिंटिंग मटेरियल की कीमतें बढ़ी हुई हैं। इसलिए अब व्यापारी भी क्वांटिटी कम कर रहे हैं। उन्होंने बताया कि उद्योग पर चीन से आयात पर रोक का असर शुरुआत में तो काफी नकारात्मक हुआ था, लेकिन अब धीरे-धीरे स्थिति ठीक हो गई है। इससे



रोजगार भी बढ़ा है, क्योंकि कच्चे माल की उपलब्धता बढ़ रही है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि सस्ती, महंगी यानी प्रीमियम और नॉर्मल क्वालिटी की अगरबत्तियों की कीमतों में भारी अंतर है। प्रीमियम अगरबत्तियों में किसी जमाने में बेंगलुरु हावी रहता रहा है और अभी भी वह है, लेकिन अब कई बड़ी-बड़ी कंपनियों ने भी प्रीमियम उत्पाद बनाने शुरू किए हैं। फिर भी महंगी अगरबत्तियों का मार्केट ज्यादा नहीं है। कम से कम यूपी और बिहार में तो एकदम नहीं है। सिर्फ बड़े शहरों में ही प्रीमियम की मांग है और ग्रामीण क्षेत्रों में तिरंगा ब्रांड ही ज्यादा चलता है।

सोनू राठौर ने अगरबत्ती पर 5 प्रतिशत के जीएसटी लगाए जाने संबंधी सवाल पर कहा कि यह तो सीधा टैक्स है और इससे कोई दिक्कत नहीं है, लेकिन राँ मटेरियल, प्रिंटिंग व पैकेजिंग पर 18 प्रतिशत की दर से जीएसटी है। 13 प्रतिशत का जो अंतर है उसके तहत फिलहाल जीएसटी रिफंड आने में थोड़ी दिक्कत है लेकिन जल्द ही यह भी ठीक हो जाएगा।

प्रीमियम उत्पादों की मांग संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि अगरबत्ती में खुशबू चाहने वाले लोगों की संख्या इधर तेजी से बढ़ी है। प्रीमियम की मांग ग्रामीण इलाकों में भी धीरे-धीरे बढ़ रही है। हालाँकि अभी इसमें 10 प्रतिशत की ही बढ़ोतरी है, क्योंकि 90 प्रतिशत लोग सस्ती अगरबत्ती चाहते हैं। साथ ही प्रीमियम कोन की तुलना में धूप स्टिक की डिमांड भी बढ़ रही है।

कंपनी क्या दूसरे लोगों के लिए भी कच्ची अगरबत्ती बनाती है, इस सवाल पर उन्होंने कहा कि वह सिर्फ अपने ब्रांडों के लिए ही उत्पादन करते हैं। कच्चे माल की रेगुलेरिटी न रहना उद्योग के लिए सबसे बड़ी चुनौती है, क्योंकि छोटे ब्रांड हर कोई बना लेता है और फिर लोकल में उनसे चुनौती मिलती है। वैसे भी इस कारोबार में उधारी बहुत होती है। कंपनियाँ उधार पर ही ज्यादातर कारोबार करती हैं। साथ ही शहरी मार्केट में बेंगलुरु की कंपनियों पर उपभोक्ता को बहुत भरोसा है। भले ही किसी और जगह के माल की क्वालिटी अच्छी हो और दाम वाजिब लेकिन फिर भी बेंगलुरु के माल को ग्राहक ज्यादा पसंद करता है भले ही उसकी कीमत ज्यादा क्यों न हो। अच्छी अगरबत्ती की पहचान पर उन्होंने कहा कि वह सुगंध से ही हो सकती है। स्थापित कंपनियाँ अपने ब्रांड की गुणवत्ता पर विशेष ध्यान देती हैं। मैं भी अपने ब्रांड में कच्चे माल पर ध्यान देता हूँ। कच्ची बत्ती खरीदने से गुणवत्ता बरकरार नहीं रखी जा सकती। अब तो वैसे भी बहुत मशीनें आ गई हैं तो, क्वालिटी भी गिरी है। छोटे ब्रांड वालों को इससे कोई फर्क नहीं पड़ता। कन्नौज से अपने प्रेम को जाहिर करते हुए राठौर कहते हैं कि यह इत्र नगरी है, तो वह कन्नौज के नाम पर अपने ब्रांड को चलाते हैं और कन्नौज का नाम भी बढ़ाते हैं। उन्होंने बताया कि कन्नौज में ही काफी कच्चा माल आसानी से मिल जाता है। ●





कम कीमत में प्रीमियम अगरबत्ती चाहते हैं लोग: जतिन गुप्ता

ब्लू

बेल फ्रेगरेन्सेज एंड फ्लेवर एक ऐसी फर्म है जिसके पास सैकड़ों तरह के खुशबू का भंडार है। कानपुर स्थित इस फर्म के संचालक जतिन गुप्ता ने सुगंध इंडिया से विशेष बातचीत में कहा कि वह 2001 से सुगंध इंडस्ट्री से जुड़े हैं। देश में तो काम है ही उनकी फर्म एक्सपोर्ट भी करती है। 2007 से उनकी कंपनी ने अगरबत्ती उद्योग को सुगंध सप्लाई करने की शुरुआत करी। अगरबत्ती उद्योग के लायक कम कीमत में किस तरह अच्छी सुगंधियां तैयार कर सकते हैं इस पर काफी काम किया है। इनके यहां हर तरह के परफ्यूम उपलब्ध हैं। कम रेट में अच्छी खुशबू उपलब्ध कराना उनकी प्राथमिकताओं में शुमार है। वैसे तो इनके पास अगरबत्ती के लिए तकरीबन 600-650 तरह के परफ्यूम उपलब्ध हैं जिसमें कई सुगंध सिर्फ विदेशों के लिए बनाई गई हैं जैसे पचूली, रोजमैरी जैसी हर्बल सुगंध व फ्रूटी सुगंध जैसे पैशनफ्रूट, मस्क मैलन जो कि सिर्फ विदेशों में पसंद की जाती हैं। मैक्सिमम डिफ्यूजन, मैक्सिमम डाल्यूशन उनकी फर्म व स्वयं उनका सूत्र वाक्य है। इसके तहत अगरबत्ती का परफ्यूम जितना अधिक डाल्यूशन के साथ जितना अधिक डिफ्यूज होगा यह अगरबत्ती मैनुफैक्चरों के लिए काफी महत्वपूर्ण है। मसलन अगर 1 किलो परफ्यूम के साथ अगर 7-8-10 किलो डीईपी मिला लेते हैं और इसमें मैनुफैक्चरों को अच्छी बर्निंग एरोमा मिले तो ये उनके लिए प्लस प्वाइंट है। बर्निंग इफेक्ट अगरबत्ती की सबसे बड़ी खासियत है। बर्निंग में अगर खुशबू नहीं आई तो अगरबत्ती जलाने का मतलब ही नहीं है। अगरबत्ती इंडस्ट्री के अलावा ब्लू बेल फ्रेगरेन्सेज एंड फ्लेवर तंबाकू पान मसाला, डिटरजेंट, कॉस्मेटिक, एरोमेटिक्स इंडस्ट्री आदि को भी परफ्यूम सप्लाई करती है और साथ ही हुक्का फ्लेवर एक्सपोर्ट करती है। आप जैसी सुगंध सोचेंगे आपके प्रोडक्ट के लिए वह कंपनी के पास है। जतिन गुप्ता ने बताया कि अगरबत्ती ऐसा उत्पाद है जिसका इस्तेमाल हर धर्म के लोग समान रूप से करते हैं। देश में कोई ऐसा परिवार नहीं होगा जहां अगरबत्तियों का उपयोग नहीं किया जाता होगा। लोग अब कम रेट में प्रीमियम अगरबत्ती चाहते हैं। इसी कारण हमारी भी कोशिश यही रहती है कि कम से कम दाम में अच्छा रिजल्ट मिले। पहले छोटे पैमाने पर या घरेलू स्तर पर कुटीर उद्योग के रूप में अगरबत्ती उद्योग की पहचान थी लेकिन अब मशीनों के आ जाने व अगरबत्ती की वैश्विक मांग बढ़ने से अब इसकी पहचान एक बड़ी इंडस्ट्री के रूप में होने लगी है। यह ऐसी इंडस्ट्री है जिसमें भारी पैमाने पर महिलाओं को रोजगार मिला हुआ है। महिला सशक्तिकरण व महिला आत्मनिर्भरता में अगरबत्ती उद्योग का बहुत बड़ा योगदान है। ●



अगरबत्ती उद्योग हमेशा रोजगार परक रहा: शैलेंद्र जैन

अगरबत्ती उद्योग में 5 दशक से अधिक समय से कारोबार कर रहे शैलेंद्र जैन की अपने कारोबार पर मजबूत पकड़ है और बदलते परिवेश में उसकी जरूरतों के मुताबिक अच्छी समझ भी है। 1968 में उनके पिता स्वर्गीय वीरेंद्र कुमार ने इसकी शुरुआत की थी। यह उनका पारिवारिक व्यवसाय है और 1968 से ही बहुत कम आयु से शैलेंद्र जैन इस कारोबार में हैं। एक सफल कारोबारी होने के अलावा शैलेंद्र जी कारोबार से जुड़ी दो प्रमुख एसोसिएशनों, एसेंशियल ऑयल एसोसिएशन आफ इंडिया के अध्यक्ष रहने के अलावा फ्रेगरेंस एंड फ्लेवर एसोसिएशन ऑफ इंडिया मुंबई में सोलह साल कमेटी में उपाध्यक्ष, सचिव और कोषाध्यक्ष जैसे पदों पर रहे हैं।

अगरबत्ती उद्योग की विशेषताओं के बारे में शैलेंद्र जैन ने 'सुगंध इंडिया' को बताया कि अगरबत्ती उद्योग अन्य उद्योगों से काफी अलग है। अगरबत्ती का उपयोग अमीर से लेकर गरीब तक हर कोई करता है। हाल के वर्षों में योग और ध्यान की परंपरा बढ़ी है और ध्यान के दौरान सुगंधित वातावरण बनाए रखने के लिए लोग बड़े स्तर पर अच्छी गुणवत्ता वाली अगरबत्ती का प्रयोग करते हैं। उन्होंने कहा ऐसा कोई भारतीय घर नहीं होगा, जहां अगरबत्ती की जरूरत न पड़ती हो। अगरबत्ती का हमारे जीवन में क्या महत्व है इसको इसी से समझा जा सकता है कि सुबह से लेकर रात और शुभ काम से लेकर अशुभ तक हर जगह अगरबत्ती का इस्तेमाल किया जाता है। घर में होने वाला पूजा पाठ हो या मंदिर में अर्चना पूजा, हर जगह अगरबत्ती की उपस्थिति अनिवार्य मानी जाती है। दुकानदार भी दुकान खोलने पर पहला काम अगरबत्ती जलाने का करता है। ड्राइवर भी प्रतिदिन सुबह-शाम अपनी गाड़ी में अगरबत्ती जरूर जलाता है। इसलिए यह सभी के जीवन का एक अभिन्न हिस्सा है।

शैलेंद्र जैन के अनुसार रोजगार परक होना अगरबत्ती इंडस्ट्री की सबसे बड़ी खूबी है। यह कारोबार ऐसा है, जिसे बहुत ही कम लागत से शुरू किया जा सकता है। इसमें बहुत बड़ी-बड़ी मशीनों की भी जरूरत नहीं होती और ना ही ज्यादा पूंजी की आवश्यकता है। थोड़ी सी पूंजी और एक कमरे से भी इस उद्योग को शुरू किया जा सकता है। बगैर किसी मशीन के इस्तेमाल के इसे घरेलू स्तर पर भी भली-भांति कोई भी व्यक्ति मामूली प्रशिक्षण लेकर शुरू कर सकता है। अगर थोड़ा बड़े पैमाने पर करना है, तो कुछ मशीनें जरूर ली जा सकती हैं, लेकिन यह मशीनें भी बहुत ज्यादा महंगी या बड़ी-बड़ी नहीं होती। अब तो बनी बनाई अगरबत्ती भी बाजार में उपलब्ध है। बस उस पर परफ्यूम लगाइए और लेवलिंग कर मार्केट में उतार दीजिए। घरेलू उद्योग होने के कारण सरकार भी इंडस्ट्री को प्रोत्साहित कर रही है।

उन्होंने बातचीत में कहा कि बाजार में हर तरह की अगरबत्ती की डिमांड है। महंगी से लेकर सस्ती अगरबत्ती तक के अपने अलग-अलग ग्राहक हैं। इस व्यवसाय में हर तरह के ग्राहक और हर तरह का बाजार है। इसीलिए रोजगार परक होने के कारण सरकार भी अगरबत्ती उद्योग को भरपूर सहयोग कर रही है। उन्होंने कहा कि यह कुटीर उद्योग है, जो ग्रामीण क्षेत्रों में भी प्रगति कर रहा है, जिससे गांवों के विकास की भी संभावना है। इसके अतिरिक्त इस उद्योग को बहुत बड़े स्तर पर भी लगाया जा सकता है। यही नहीं इससे निर्यात के जरिए विदेशी मुद्रा भी कमाई जा सकती है, जिससे देश को लाभ होगा। यही कारण है की अनेक संस्थाएं अगरबत्ती निर्माण के लिए महिलाओं को प्रशिक्षित कर रही हैं। नरेंद्र मोदी सरकार के मेक इन इंडिया और स्किल इंडिया के तहत इस उद्योग को काफी फायदा हो रहा है। ●



अगरबत्ती उद्योग में रोज नया करने की चुनौती: दीपक पोरवाल

के

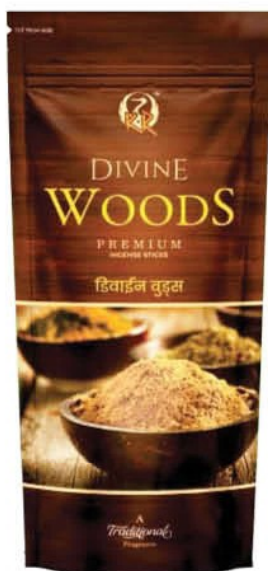
आर अगरबत्ती वर्क्स इंदौर 1984 से अगरबत्ती उद्योग में कार्यरत है। कंपनी के प्रमुख दीपक पोरवाल के अनुसार उनके पिता ने 1984 में इस कारोबार को शुरू किया था। उन्होंने 'सुगंध इंडिया' से एक खास बातचीत में कहा कि अगरबत्ती के क्षेत्र में रोज नए-नए ब्रांड और नई चुनौतियां आती हैं। सुगंधियों में भी नए-नए प्रयोग किए जाते हैं। रोज कुछ नया करने की चुनौती होती है। हर तरह के रेंज का उत्पाद करना होता है। उन्होंने कहा कि पहले एक उत्पाद बना लिया और लोग वही ब्रांड लेकर लंबे समय तक चलते रहते थे, लेकिन अब उपभोक्ताओं को नई सुगंध और नए रेंज चाहिए। इस वक्त कंपनी के पास के आर अगरबत्ती के नाम से 65 ब्रांड हैं, जिसमें 50-50 हमारा मुख्य उत्पाद है। कंपनी के उत्पाद 5 से लेकर 200 रूपए तक की कीमत के हैं। हमारे उत्पाद गुजरात, महाराष्ट्र, राजस्थान, असम, बिहार, बंगाल और दक्षिण भारत सहित 9 से 10 राज्यों में जाते हैं।

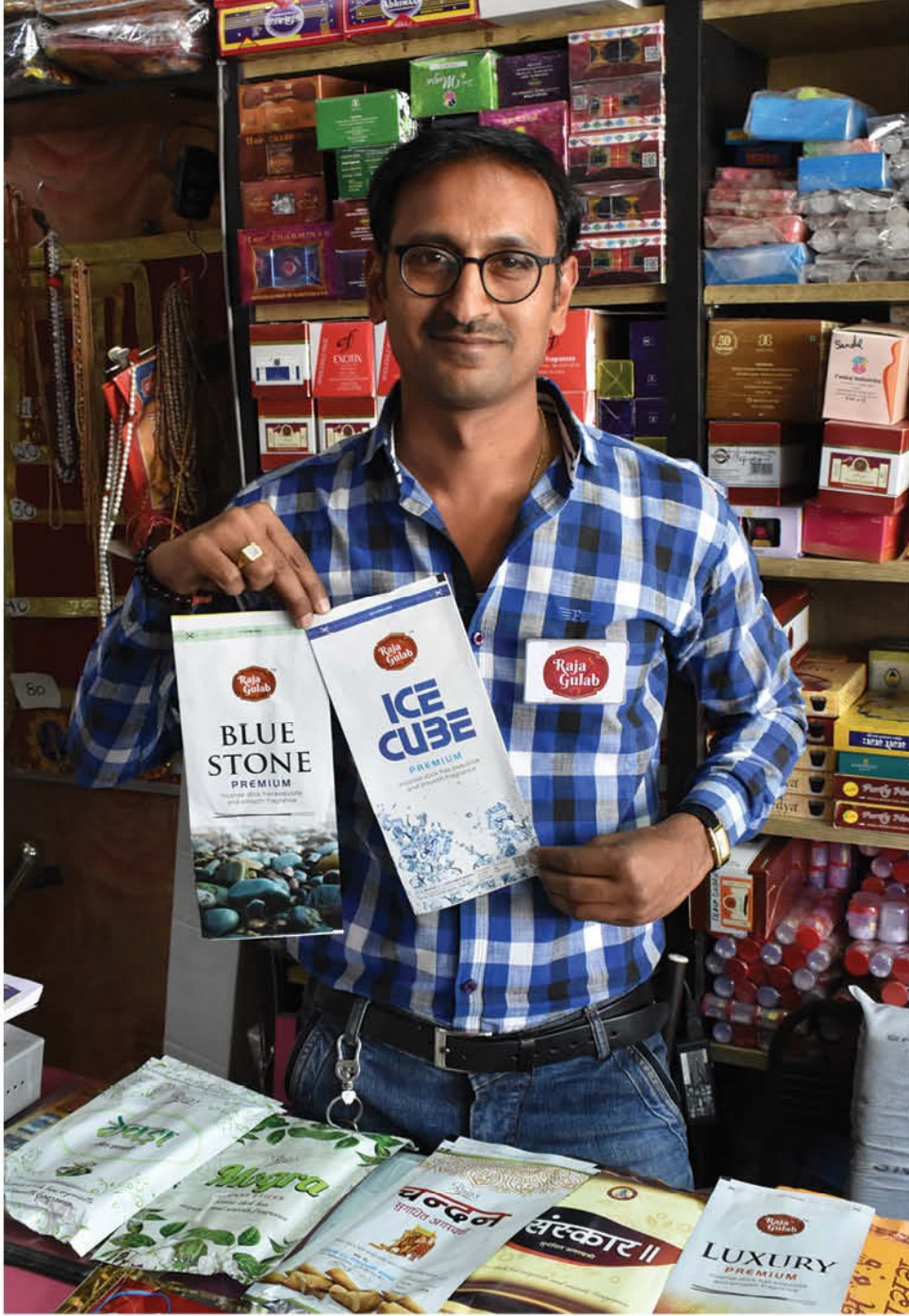
अलग अलग ब्रांड की जरूरत पर उन्होंने कहा कि नए-नए ब्रांड की मांग अलग-अलग राज्यों पर आधारित होती है। एक ब्रांड एक राज्य में चलता है, लेकिन दूसरे राज्य में कम चलता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि राज्यों के हिसाब से और ग्राहकों की पसंद के अनुरूप ब्रांड बनाए जाते हैं और वह वही चलते हैं। ब्रांड को बाजार में चलाने के लिए कई तरह की स्कीम भी चलानी पड़ती है। महाराष्ट्र में एक ब्रांड चलता है, तो ज़रूरी नहीं कि राजस्थान में भी वही चले। उन्होंने कहा कि अगरबत्तियों में सुगंध के फ्लेवर को लेकर उपभोक्ताओं की अलग-अलग पसंद है। इसलिए नई रेंज पर ध्यान देना पड़ता है।

चीन से आने वाली माल पर रोक संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि चीन और वियतनाम से जो माल आता था। उस पर रोक लग गई है। पहले बनी बनाई अगरबत्ती आती थी। उस सरकार ने रोक दिया है। अब केवल वहां से बांस की स्टिक आ सकती है और रा मटेरियल मंगाया जा सकता है, लेकिन अगरबत्तियों को यहीं बनाना पड़ेगा। उन्होंने कहा कि एक लिहाज से यह फायदेमंद है। इससे देश में रोजगार बढ़ा है, तो कारोबार भी बढ़ रहा है। उन्होंने कहा कि जैसे बंबू स्टिक पर रोक लगाने को लेकर चर्चा हो रही है। केंद्रीय मंत्री नितिन गडकरी ने बांस की खेती को बढ़ावा देने की बात की है। जल्द ही देश में बांस का उत्पादन बढ़ाने की तैयारी है, तो संभव है कि चीन से बांस की स्टिक आने पर भी रोक लग जाए क्योंकि गडकरी ने इस पर रोक की बात कही है। उन्होंने कहा कि बाजार में बिक्री के लिए एक रणनीति बनानी पड़ती है। हमारे सेल्समैन बाजार से रिपोर्ट लाते हैं, वितरक भी बताते हैं और उसी के अनुरूप रिसर्च करके नए उत्पाद लाने पड़ते हैं। अगरबत्ती उद्योग का भविष्य काफी अच्छा है, लेकिन चुनौतियां भी हैं। कोरोना काल के बाद अब भविष्य का कुछ नहीं कह सकते।

एक उत्पादक के रूप में आप क्या समस्या महसूस करते हैं, पूछे जाने पर दीपक पोखवाल ने बताया कि चीन और वियतनाम से आयात रुकने के बाद कीमतें बढ़ी हैं। हालांकि रोजगार भी बढ़ा है। इसके अलावा कच्चे माल की समस्या है। कर्मचारियों, मशीनों का प्रबंधन करना पड़ता है और उन्हें लगातार देखते रहना पड़ता है। उद्योग में और बाजार में क्या नया आया है और उपभोक्ताओं की क्या मांग है ? इसके लिए लगातार रिसर्च एंड डेवलपमेंट का काम करते रहना पड़ता है। सुगंध और क्वालिटी को लेकर नित नए प्रयोग हो रहे हैं। पहले फूल के फ्रेगरेंस को लोग पसंद करते थे, जिसमें चंदन, गुलाब, मोगरा आदि होते थे, लेकिन अब पाइनएप्पल स्ट्रॉबेरी और फलों के फ्रेगरेंस का दौर चल रहा है।

अपने उत्पादों की पैकिंग संबंधी सवाल पर वह बताते हैं कि अब जिपर का चलन बढ़ा है। पहले बॉक्स और कागज में पैकिंग होती थी, जो डैमेज हो जाता था और अगरबत्तियों की सुगंध भी कम हो जाया करती थी, लेकिन जिपर में सुगंध लंबे समय तक रहती है। अगरबत्ती उत्पादों की कोई एक्सपायरी डेट नहीं होती, क्योंकि आमतौर पर एक-दो वर्ष तक सुगंध बनी रहती है। इसलिए माल रिटर्न जल्दी नहीं होता। हालांकि सुगंध की तभी कमी होती है, जब कच्चे माल की गुणवत्ता कमजोर होती है। अच्छी गुणवत्ता वाली सुगंध लंबे समय तक बनी रहती है और असल बात तो उसके जलने पर होती है अगर वह अच्छे ढंग से जल रही है और उसमें सुगंध है, तो कोई दिक्कत नहीं है। उत्पादों की गुणवत्ता संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि एक व्हाइट आयल आता है और भी कई तरह की वैरायटी होती है। अच्छा मटेरियल होने पर ही अगरबत्ती जलेगी। उसमें चंदन पाउडर और कई चीजें डाली जाती हैं। उद्योग में प्रतियोगिता बहुत है और यह धरेलू उद्योग है। इसलिए निरंतर क्वालिटी को बनाए रखना पड़ता है। फिर प्रतियोगिता भी होती है इसलिए स्कीम के जरिए बाजार में टिके रहना पड़ता है। ●





उद्योग की चुनौतियों संबंधी सवाल पर पोरवाल ने कहा कि कच्चा माल महंगा है, जबकि सरकार चाहती है कि कच्चा माल लोकल से लिया जाए। हालांकि भारत में बांस व अन्य कच्चा माल तैयार किया जा रहा है और सरकार द्वारा देश में बांस की खेती को इंडस्ट्री की डिमांड के हिसाब से बढ़ाने के लिए बड़े प्रोजेक्ट भी चलाए जा रहे हैं लेकिन जरूरत भर का उत्पादन करने में 10 वर्ष तक लगेंगे।

प्रिमियम अगरबत्तियों की बढ़ रही मांग: रोहित पोरवाल

इं

दौर की चांदमल लेखराज पोरवाल फर्म का प्रमुख उत्पाद राजा गुलाब अगरबत्ती का कारोबार पूरे मध्यप्रदेश में फैला हुआ है। कंपनी के प्रमुख रोहित पोरवाल राजा गुलाब ब्रांड के अलावा दूसरी अगरबत्तियों के भी डिस्ट्रीब्यूटर हैं। 'सुगंध इंडिया' से एक बातचीत में उन्होंने कहा कि उद्योग के समक्ष चुनौतियां तो आती रहती हैं, लेकिन इधर बीच मीडिया के जरिए यह प्रोपेगेंडा फैलाया जा रहा है कि अगरबत्तियों का फ्रेगरेंस केमिकल आधारित है, जो स्वास्थ्य के लिए अच्छा नहीं है। यही कारण है कि अब बाजार में ऑर्गेनिक अगरबत्ती भी आनी शुरू हो गई हैं। हालांकि धूपबत्ती पहले से चल रही थी, लेकिन केमिकल को लेकर बहस शुरू हुई है।

रोहित पोरवाल ने बताया कि उनका परिवार चार-पांच दशक से इस कारोबार में है। वह राजा गुलाब के नाम से मैनुफैक्चरिंग करते हैं और उनकी अपनी ट्रेड एजेंसी भी है। उन्होंने कहा कि वह होलसेल और रिटेल दोनों तरह का कारोबार करते हैं, लेकिन निर्माण यूनिट अलग है। इंदौर से 150-200 किलोमीटर के दायरे तक

उनका कारोबार चलता है। इंदौर मार्केट में ब्रांडों की स्थिती से संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि देशभर में 10-12 बड़े ब्रांड हैं, जिनमें जेड ब्लैक, मोक्ष, साइकिल, बालाजी, पद्मिनी आदि आते हैं। सभी का अपना-अपना एरिया है और सभी ब्रांड के अपने अलग-अलग रेंज और रेट हैं, जो देश भर में बिकते हैं। उन्होंने बताया कि इंदौर अगरबत्तियों का बड़ा मार्केट है, लेकिन सभी तरह के ब्रांड का बाजार है। लोकल ब्रांड में राजा गुलाब के अलावा ए वन, राजकमल आदि उत्पाद हैं।

बाजार में सस्ती और महंगी अगरबत्तियों संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि 70-30 का रेशियो है। इसमें 70 प्रतिशत प्रीमियम और 30 प्रतिशत सस्ते का बाजार है। इसकी वजह बताते हुए उन्होंने कहा कि ट्रेड बदल रहा है और ग्राहक अब खुशबू पर जोर देते हैं। अब उन्हें ज्यादा अगरबत्ती वाले पैकेट नहीं चाहिए वह खुशबू चाहते हैं। भले ही उसमें बत्तियां कम हों। उन्होंने बताया कि इंदौर में 15 से 20 बड़े डीलर हैं और रिटेल में 1000 से अधिक लोग कारोबार करते हैं। अगरबत्तियों के बढ़ते चलन पर उन्होंने कहा कि अब यह साबुन, तेल की तरह दैनिक उपभोग की वस्तु बन गई है।



मार्केटिंग संबंधी नीति पर उन्होंने कहा कि सभी कंपनियां टारगेटेड स्कीम चलाती हैं, जिसके तहत 5, 10 और 15 हजार रुपए का माल लेने वालों को अतिरिक्त मुनाफा दिया जाता है। इंदौर में 5 से लेकर 500 रुपए तक की अगरबत्ती बिकती है, जो 100-200 ग्राम के पैक में हैं। ग्रामीण इलाकों में लूज अगरबत्ती की अधिक खपत है। प्रीमियम क्वालिटी में मांग इसलिए ज्यादा है, क्योंकि लोग अब रूम फेशनर की जगह अगरबत्ती जलाते हैं। एक पैक में 15, 50, 100 व 200 तक बत्तियां होती हैं। उद्योग की चुनौतियों संबंधी सवाल पर पौरवाल ने कहा कि कच्चा माल महंगा है, जबकि सरकार चाहती है कि कच्चा माल लोकल से लिया जाए। हालांकि भारत में बांस व अन्य कच्चा माल तैयार किया जा रहा है और सरकार द्वारा देश में बांस की खेती को इंडस्ट्री की डिमांड के हिसाब से बढ़ाने के लिए बड़े प्रोजेक्ट भी चलाए जा रहे हैं लेकिन जरूरत भर का उत्पादन करने में 10 वर्ष तक लगेंगे। अभी वियतनाम और चीन से ही कच्चा माल आता है। तब तक उसी से लोगों को काम चलाना पड़ेगा। ●

Mr. Rohit Porwal
M/s. Chandmal Lekhraj Porwal
46, Ranipura Chauraha, Indore (M.P.)
M.: +91-, +91-7312547902



मिर्जापुर में तिरंगा, सच्चे साईं, काशी, भारतवासी का चलन: बाल गोविंद केसरवानी

मि

मिर्जापुर के रितिक इंटरप्राइजेज के प्रोपराइटर बाल गोविंद केसरवानी मिर्जापुर के बड़े वितरकों में से एक हैं। मिर्जापुर मार्केट में 8-10 अग्रबत्ती वितरक हैं। 'सुगंध इंडिया' से बातचीत में उन्होंने कहा कि मिर्जापुर में हरिओम फ्रेगरेंस, एआर इंडस्ट्रीज की काशी अग्रबत्ती, तिरुपति इंडस्ट्रीज की सच्चे साईं, चांस, लिबर्टी और बेंगलुरु की उल्लास, अहमदाबाद की रियल जैसी कई कंपनियों के उत्पादों का काम उनके पास है।

1992 से वह अग्रबत्ती के कारोबार में हैं। वह बताते हैं कि तिरंगा यहां काफी चलता है और सच्चे साईं और चांस का भी बाजार है साथ ही कन्नौज की दीप सागर 51 और 101 की भी मांग है। वह मिर्जापुर से बाहर सोनभद्र और भदोही तक अग्रबत्तियों की आपूर्ति करते हैं। क्षेत्र में कौन से अधिक ब्रांड चलते हैं इस बाबत उन्होंने कहा कि मिर्जापुर में 30 से 35 प्रतिशत तिरंगा और इतना ही सच्चे साईं, काशी, भारतवासी, दीप सागर 51 और 101 ब्रांड चल रहे हैं। यहां महंगे उत्पाद कम चलते हैं। लोग कम पैसे में ज्यादा अग्रबत्ती

वाला पैकेट लेना चाहते हैं। पांच और 10 रूपए वाले ब्रांड ज्यादा चलते हैं। वितरण की नीति संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि कंपनी के पास तीन-चार सेल्समैन हैं। कंपनी से भी लोग मार्केटिंग के लिए आते हैं। उन्हें 2 से 5 या 6 प्रतिशत तक के मार्जिन पर कारोबार करना होता है, हालांकि कंपनी 10 प्रतिशत देती है, पर प्रतियोगिता के कारण खुद भी रेट कम करना पड़ता है। ग्राहक की मांग के बारे में बताते हुए उन्होंने कहा कि अब उपभोक्ता धीरे-धीरे ब्रांड और सुगंध की मांग कर रहे हैं। हर बार उसे और बहतर सुगंध चाहिए। ●

Mr. Bal Govind Kesarwani
M/s. Ritik Enterprises
M/s. Durga Prasad Bal Govind
Emarti Road (Near Lic Office)
Mirzapur-231001 (U.P.)
M.: +91-9415257973, +91-9580522273

बनारस में चलते हैं सस्ते ब्रांड, पूर्वांचल में छाया है तिरंगा: के. श्रीनिवास गुप्ता



म

हादेव की नगरी बनारस में अगरबत्तियों के बड़े वितरकों में से एक के. श्रीनिवास गुप्ता के पास कई नामी-गिरामी अगरबत्ती कंपनियों के वितरण का अधिकार है। उन्होंने सुगंध इंडिया से बातचीत में बताया कि काशी धार्मिक और पर्यटन का नगर होने के कारण यहां अगरबत्तियों का मीडियम मार्केट है, क्योंकि लोगों को सस्ता उत्पाद चाहिए। श्रीनिवास गुप्ता के पास शगुन इंसेंस बेंगलोर, पूजा फ्रेगरेंस, श्री वेंकटेश्वरा फ्रेगरेंस बेंगलोर, के आर विश्वनाथ अगरबत्ती वर्क्स और रथनाम अगरबत्ती का काम है। उन्होंने बताया कि बनारस में क्वालिटी उत्पादों की मांग कम है। 2, 5 और 10 रूपए वाले उत्पाद ही ज्यादा बिकते हैं। प्रीमियम की मांग लगभग 5 प्रतिशत ही है और उसमें भी साइकिल और जेड ब्लैक जैसे ब्रांड चलते हैं। अगरबत्तियों के वितरण संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि उनके पास सेल्समैन हैं, जो दुकानों पर जाकर ऑर्डर लाते हैं और बड़े आर्डर लेने वह स्वयं जाते हैं अथवा दुकानदार भी आते हैं। बनारस के आसपास के इलाकों में भी वह सप्लाई करते हैं।

उन्होंने बताया कि तिरंगा अगरबत्ती की काफी मांग है। बनारस से लेकर पूरे पूर्वांचल में उसका बड़ा मार्केट है। कंपनी भी बड़ी है और कई तरह की स्कीम देने से उसका उत्पाद भी खूब चलता है। उन्होंने कहा कि काशी विश्वनाथ मंदिर के आसपास सभी तरह के ब्रांड चलते हैं। वैसे भी मंदिर में अगरबत्ती जलाने पर मनाही है। लोग घरों में ही या अपने दुकानों पर जलाते हैं। कोरोना संकट के कारण लोगों की माल खरीदने की ताकत कमजोर हुई है। कोविड का अभी भी बाजार पर असर है। खासतौर पर प्रीमियम ब्रांड की मांग ज्यादा घटी है। उन्होंने बताया कि पूर्वांचल और बिहार गरीब इलाका होने के कारण 90 प्रतिशत लोग सस्ती रेंज की अगरबत्तियां लेते हैं। ●

K. Srinivas Gupta
M/s. Ramnivas & Co.
N-15/1, A-5 Sudamapur, Varanasi-221010 (UP)
Ph.: +91-9415228595, +91-9506119999

अगरबत्ती उद्योग को मांग के अनुरूप कंपाउंड उपलब्ध कराते हैं : चारु जैन



दे

श की पांच प्रमुख परफ्यूमरी कंपनियों में से एक मुंबई की ओरिएंटल एरोमेटिक प्राइवेट लिमिटेड के जरिए शैवी फर्म अगरबत्ती कंपनियों और कारोबारियों को मांग के अनुरूप सुगंधियों का कंपाउंड तैयार कर उन्हें आपूर्ति करती है। लखनऊ स्थित परफ्यूमरी कंपनी शैवी एजेंसीज इंडिया की अगरबत्ती उद्योग में अपनी एक अलग ही पहचान है, जो नित नई सुगंधियों पर शोध करती है और अगरबत्ती उद्योग को उसकी जरूरत के अनुसार आपूर्ति करती है। अगरबत्ती निर्माताओं को उनकी मांग के अनुरूप फ्रेगरेंस उपलब्ध कराने के लिए मशहूर शैवी कंपनी के प्रमुख चारु जैन के मुताबिक पहले अगरबत्ती की सुगंध में फ्लोरा टोन में खुशबू पसंद की जाती थी। वह भी खासकर चंदन, गुलाब, मोगरा, रजनीगंधा और चमेली की खुशबू को सबसे ज्यादा पसंद किया जाता था, लेकिन आजकल फ्रूटी टोन यानि फलों की भीनी महक वाली अगरबत्ती की मांग है। इसके अलावा लोग फ्लेवर टो जैसे चॉकलेट, वनीला, आदि की भी मांग कर रहे हैं।

चारु जैन ने बताया कि किसी भी सुगंध का सबसे महत्वपूर्ण पहलू उसका बर्निंग इफेक्ट होता है। केवल अगरबत्ती का सुगंधित होना ही काफी नहीं है, बल्कि उसे तभी प्रभावकारी माना जाएगा जब जलने पर भी अगरबत्ती से वही सुगंध निकले, जो उसकी वास्तविक सुगंध थी।

'सुगंध इंडिया' से बातचीत में उन्होंने कहा कि किसी भी अगरबत्ती की सफलता में खुशबू का योगदान सर्वाधिक होता है। इसके लिए अगरबत्ती स्टिक की क्वालिटी भी अच्छी होनी चाहिए। अगर स्टिक अच्छी क्वालिटी की नहीं है और ठीक से वह जल नहीं रही है, तो अच्छे फ्रेगरेंस के इस्तेमाल के बाद भी अच्छी खुशबू नहीं मिलेगी। अर्थात् स्टिक की क्वालिटी अच्छी है तभी अच्छी खुशबू मिलेगी।

उन्होंने अगरबत्ती उद्योग में बेहतर संभावनाओं का उल्लेख करते हुए कहा कि सूक्ष्म, लघु व मध्यम उद्योग (एमएसएमई) के तहत आने वाला खादी ग्राम उद्योग विभाग भी काफी सहूलियतें प्रदान कर रहा है। उन्होंने अगरबत्ती उद्योग के और अधिक विस्तार के लिए डिजिटल मार्केटिंग को जरूरी बताया। एक सवाल के जवाब में जैन ने कहा कि सबसे बड़ा योगदान रिसर्च एंड डेवलपमेंट का होता है। यह काम कभी नहीं रुकता। हर समय नए फ्लेवर की संभावना बनी रहती है। साथ ही परफ्यूमरी मार्केट में नए-नए रेंज की भी कोई सीमा नहीं है। उनके मुताबिक आजकल जैसा फ्लेवर ट्रेंड चल रहा है ऐसे में हर वक्त अच्छी व एकदम विभिन्न प्रकार की सुगंध पर काम चलता ही रहता है। ●

मिनी मुंबई में फल-फूल रहा है अगरबत्ती उद्योग: आयुष अग्रवाल



इं

दौर को मिनी मुंबई भी कहा जाता है। इसलिए यहां कई बड़े-बड़े उद्योग भी फलते-फूलते हैं, लेकिन घरेलू उद्योग अगरबत्ती के लिए इंदौर कैपिटल सिटी से कम नहीं है। इंदौर की आस्था सेल्स नामक फर्म चला रहे आयुष अग्रवाल व उनके भाई रचित अग्रवाल के पास प्रकाश मोमबत्ती व जेड ब्लैक अगरबत्ती की डिस्ट्रीब्यूटरशिप है। आयुष अग्रवाल के अनुसार यहां सभी तरह की अगरबत्तियों की बिक्री होती है। प्रीमियम से लेकर सस्ती और ज्यादा बत्तियों वाली अगरबत्ती और धूप का कारोबार यहां फल फूल रहा है। एक बातचीत में अग्रवाल ने बताया कि उनके यहां मुख्यतया अगरबत्ती, मोमबत्ती और पूजा सामग्री के वितरण का काम है। अगरबत्तियों में जेड ब्लैक की काफी अच्छी मांग है। हालांकि सभी तरह के ग्राहक आते हैं और अलग-अलग सुगंध की प्रीमियम और सस्ते ब्रांड की भी मांग करते हैं। कुछ लोग ज्यादा बड़े पैकेट की मांग करते हैं, जिसमें अधिक धूप या बत्तियां हों।

वहीं बदलते वक्त के साथ बड़ी संख्या में लोग अच्छी सुगंध वाली प्रीमियम अगरबत्तियों की भी मांग करते हैं। जेड ब्लैक यहां का लोकल ब्रांड जैसा है। दूसरे राज्यों की साइकिल और मोक्ष ब्रांड का भी यहां बाजार है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि प्रीमियम अगरबत्तियों का बाजार अधिक नहीं है। आयुष अग्रवाल स्थानीय बाजार के अलावा इंदौर के आसपास देवास, उज्जैन, धार आदि जिलों में भी आपूर्ति करते हैं और वहां से भी लोग माल खरीदने आते हैं।

इस कारोबार को आयुष के पिता और उनके दादा ने शुरू किया था। इसलिए यह उनका पारिवारिक व्यवसाय है। कोरोना महामारी की पहली लहर को याद करते हुए वह कहते हैं कि पहली लॉकडाउन के समय काफी दिक्कत हुई थी। माल की भी आपूर्ति कम होती थी और खरीदार भी नहीं थे, लेकिन दूसरे लॉकडाउन के समय ऐसा नहीं था, क्योंकि सब कुछ खुलने और चलने लगा था। उस समय की तुलना में अब कारोबार फिर चलने लगा है। किसी उत्पाद के बेहतर चलने के तरीके पर उन्होंने कहा कि कंपनियां अपने अपने ब्रांड के मुताबिक स्कीम चलाती हैं। इतना माल खरीदें तो इस तरह का गिफ्ट दिया जाएगा जैसी टारगेटेड स्कीम भी आती है। ●

Mr. Ayush Agarwal
M/s. Astha Sales
144, Ranipura Main Road, Indore-452007 (MP)
Ph.: +91-95890 78782, +91-7312537188



प्राइज वार से जूझ रहा अगरबत्ती उद्योग: आलोक मूंदड़ा

इ

दौर में तीन दशक से अगरबत्ती उद्योग में सक्रिय और कई महत्वपूर्ण ब्रांड के वितरक ठाकुरजी ट्रेडिंग कंपनी के प्रमुख आलोक मूंदड़ा के अनुसार आज अगरबत्ती उद्योग में प्राइस वार चल रहा है। इतने बड़े पैमाने पर उत्पादन हो रहा है कि मामूली मुनाफे में ही कारोबार करना पड़ रहा है। 'सुगंध इंडिया' से एक बातचीत में उन्होंने कहा कि इस प्राइस वार में बड़े ब्रांड की कंपनियों को इतनी दिक्कत नहीं है, लेकिन मझोले ब्रांड को स्थानीय स्तर पर अगरबत्तियों का बड़े पैमाने पर हो रहे उत्पादन से मुकाबला करना पड़ रहा है। एक लाख रुपए में अगरबत्ती की मशीन के लिए लोन भी मिल रहा है। ऐसे में इस कारोबार में कोई भी आ जाता है। उन्होंने बताया कि एक समय था जब सुगंधियों के बड़े जानकार ही इस उद्योग में आते थे, लेकिन अब कोई भी इसमें शामिल हो जाता है, क्योंकि बाजार में बने बनाए कंपाउंड आसानी से उपलब्ध हैं।

सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने बताया कि उनके पास, सवित्री सुगंधालय, भारत इंडस्ट्रियल कारपोरेशन, ए रवि राग इंडस्ट्रीज, ओमेगा इंसेंस जैसी 3-4 दक्षिण भारतीय कंपनियों के ब्रांड हैं। वह पूरे मध्यप्रदेश में 55-60 वितरकों के जरिए कारोबार करते हैं। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि पहले बैंगलोर से कच्ची अगरबत्ती के उत्पाद ज्यादा आते थे, लेकिन जब से मशीनें आ गई हैं तब से सभी जगह एक ही लागत पड़ती है, क्योंकि सब जगह उत्पादन हो रहा है। पहले परफ्यूम के अच्छे एक्सपर्ट ही कारोबार में हाथ डालते थे, लेकिन अब कोई भी इस उद्योग में आ जाता है, क्योंकि कच्चा माल और तैयार फ्रेगेंस बाजार में सहज उपलब्ध हैं।



बाजार में सर्वाधिक बिकने वाले उत्पादों पर उन्होंने बताया कि जेड ब्लैक सर्वाधिक बिकने वाला ब्रांड है। जेड ब्लैक का नेटवर्क, कई रेंज, सस्ते और प्रीमियम सभी तरह का माल होने के कारण इंदौर में ही नहीं राजस्थान, बंगाल, बिहार सभी जगह एक जैसा बेहतर स्थिति में बिक रहा है। इसके अलावा कंपनी की मार्केटिंग जैसे टीवी पर विज्ञापन से भी वह गांव-गांव पहुंच रहे हैं। उन्होंने कहा कि किसी भी उत्पाद में गुणवत्ता के साथ प्रचार भी होना चाहिए। आज आपके पास अच्छा ब्रांड है लेकिन लोगो को पता ही नहीं तो क्या फायदा ।

मध्य प्रदेश की मार्केट पर उन्होंने कहा कि यहां सभी तरह का मिलाजुला कारोबार है। 5, 10 रूपए का उत्पाद हो या बॉक्स और पाउच सभी तरह की कीमत व पैकिंग के उत्पाद चलते हैं। हाल ही में आए बदलाव के बारे में पूछने पर उन्होंने बताया कि पहले बॉक्स में अगरबत्ती आती थी फिर जिपर पैक आ गए। इसकी शुरुआत इंदौर से ही हुई थी। पहले 100 ग्राम बॉक्स चलते थे लेकिन अब जिपर पैक के आने 500 ग्राम, 1 किलो आदि के भी जिपर पाउच मिलने लगे। कई रज्यों में जिपर पैक ज्यादा चलने लगे हैं जैसे मध्य प्रदेश, गुजरात, आदि लेकिन कई जगह जैसे बंगाल, ओडिशा में अभी भी बॉक्स पैकिंग ज्यादा चलती है।

डिस्ट्रीब्यूटर लेवल पर आने वाली समस्या के बारे में मूंढड़ा जी ने बताया कि प्राइस वार यानी अगरबत्ती की कीमत पर बहुत कंपटीशन हो गया है। पहले माल सिर्फ बेंगलुरु से आता था लेकिन अब लोकल में काफी माल बनने लग है। बेंगलोर से माल मेरे पास आता है तो मैं अपना मार्जिन, खर्चा, आदि जोड़कर आगे अन्य शहरों के डिस्ट्रीब्यूटरों को माल भेजता हूं लेकिन लोकल मैनुफैक्चरिंग वाले सीधा बेंगलुरु के रेट पर ही अन्य शहरों में माल भेज देते हैं जिससे उनके माल का दाम कम रहता है। इससे बेंगलुरु के उत्पादों की मांग पर असर पड़ा है। आजकल अगरबत्ती बनाना तो असान है पर बेचना फिर भी मुश्किल है। लोगों को इस बात की जानकारी नहीं होती और देखा देखी में सरकार से लोन लेकर हर कोई मशीन लगा बैठा है। मसलन लोगो को यह लगता है कि मात्र 1 लाख में मशीन लगाकर दिन की 40-50 किलो रॉ अगरबत्ती बना लेंगे जिसपर 10 रु किलो मार्जिन मिल जाएगा और रोज का 400 रु प्रोफिट के हिसाब से महिने का 10,000 रु एक मशीन पर तो कमा ही लेंगे। लेकिन ऐसा होत नहीं है क्योंकि जैसा रेट ये सोचते हैं वैसा मार्केट में मिलता नहीं है और इस वजह से माल निकालने के लिए खुद ही कोई भी सेंट लगाकर मार्केट में बेच देते हैं। इससे मार्केट में खपत से ज्यादा माल आने लगा है और मार्केट खराब होअने लगी है। अधिक उत्पादन के कारण बंगलुरु वालों का भी मार्जिन कम हो गया है। फिर भी प्रीमियम क्वालिटी और अच्छे ब्रांड के उत्पादकों को खास दिक्कत नहीं है वह अच्छे में चल रहे हैं। दिक्कत कारोबार में आ रहे नए लोगो के लिए है। ●

Alok Mundra
M/s. Thakurji Trading Co.
1, Jwahr Marg Indore-452007
Ph.: +91-7312367810



पूर्वांचल में एक नंबर का ब्रांड तिरंगा: लल्लू केसरवानी



मि

मिर्जापुर में सत्यप्रकाश जनरल स्टोर के प्रमुख लल्लू केसरवानी 1998 से अगरबत्ती उद्योग में हैं और वह सिर्फ तिरंगा का काम करते हैं। वह बताते हैं कि पूर्वांचल में तिरंगा नंबर 1 पर है और उसके 5, 7, 10, 75 व 105 रूपए वाले पैकेट की काफी मांग होती है। बाजार में अन्य ब्रांड भी चलते हैं, लेकिन वह सिर्फ तिरंगा का काम करते हैं। उन्होंने बताया कि सूखा और गीला धूप दोनों मिर्जापुर में खूब चलता है। प्रति माह वह तीन चार गाड़ी माल मंगाते हैं, क्योंकि मिर्जापुर में 99 प्रतिशत तिरंगा है। मिर्जापुर शहर के साथ साथ ग्रामीण इलाकों में भी माल की आपूर्ति करते हैं। प्रीमियम अगरबत्ती के सवाल पर वह कहते हैं कि पहले लोग काशी की मांग करते थे, लेकिन अब क्योंकि तिरंगा

भी प्रीमियम उत्पाद बना रहा है, तो लोग अब तिरंगा मांगते हैं। उन्होंने कहा कि खुशबू को लेकर कंपनी बहुत सतर्क रहती है और वह लगातार नई-नई सुगंध के साथ नए रेंज भेजती रहती है। ग्राहक को भी कंपनी की दी गई सुगंध पसंद आती है और एक बार जो ब्रांड ले जाए अगली बार खुद से वही मांग करता है। यहां 5 व 10 का मार्केट अधिक है और प्रीमियम की मांग 20 प्रतिशत के आस पास है। उन्होंने बताया कि फुटकर विक्रेता ही प्रीमियम ले जाते हैं और धीरे-धीरे करके प्रीमियम की मांग बढ़ी है। ●

Mr. Lallu Kesarwani
M/s. Satyaprakash Gen. Store
Badli Ghat, Mirzapur UP
M.: +91-9305282656
+91-9335063558 (Mr. Satya Prakash)



अगरबत्ती का भी होता है सीजन : रामगोविंद केसरवानी

मि

जापुर स्थित अगरबत्ती अर्जेंसी दुर्गा प्रसाद राम गोविंद के प्रोपराइटर रामगोविंद केसरवानी के पास इंदौर की फीलिंग्स अगरबत्ती का काम है। वह बताते हैं कि मिर्जापुर में तिरंगा, सच्चे साईं, फीलिंग्स आदि सभी उत्पाद बिकते हैं। फीलिंग्स का 2 से लेकर 100 रूपए तक का ब्रांड है। आधा किलोग्राम का 100 रूपए का है। कोविड काल में बाजार मंदा होने संबंधी सवाल पर वह बताते हैं कि बिक्री में कुछ फर्क पड़ा है। वैसे भी दिसंबर से जनवरी तक अगरबत्तियों की सेल में कमी रहती है। दिसंबर से शिवरात्रि तक मंदा रहता है, क्योंकि मलमास होने के कारण पूजा-पाठ कम होता है। दीपावली के बाद सीजन खूब तेज रहता है। वैसे भी अगरबत्ती सुख-दुख, घर व बाजार उसकी सभी जगह मांग रहती है, लेकिन जाड़ों में थोड़ा कम रहता है। उन्होंने बताया कि मिर्जापुर में लोकल ब्रांड भी बहुत सारे बिकते हैं, लेकिन वह थोड़ा चलते हैं। उन्होंने बताया कि वह फीलिंग्स अगरबत्ती का काम 13-14 वर्ष से कर रहे हैं और कंपनी से ही सीधे माल मंगाते हैं। ●

Mr. Ramgovind Kesarwani
M/s. DURGA PRASAD RAM GOVIND
Emarti Road Mirzapur-231001 (U.P.)
M.: +91-94450319490



Mr. Vishnu Kumar Agarwal
M/s. Nandan Traders
20/1, Warehouse Road,
Siyaganj, Indore
Ph.: +91-94250-81350

मालवा में चलती है अगरबत्तियों की 8000 मशीनें : विष्णु अग्रवाल

अगरबत्तियों के उत्पादन में इंदौर देश में सबसे अक्ल माना जाता है। नंदन ट्रेडर्स इंदौर के विष्णु कुमार अग्रवाल ने एक बातचीत में बताया कि यहां लगभग 8000 मशीनें चलती हैं, जो अगरबत्तियों का निर्माण करती हैं। स्वयं अग्रवाल बैंगलुरु की एलीट अगरबत्ती वर्क्स का काम करते हैं, जिसका नाम अब अनुभव इंसेंस मैनुफैक्चरिंग कंपनी हो गया है। उनका मुख्य कारोबार पूरे मालवा क्षेत्र में है, जहां वह अपने उत्पादों का वितरण करते हैं। उन्होंने बताया कि मालवा क्षेत्र देश का सबसे बड़ा बाजार है और यहां इसीलिए ढेर सारे ब्रांड भी हैं। अधिक बिजली और निर्माण होने के कारण व्यापारी भी बहुत हैं। यही कारण है कि छोटी-बड़ी मिलाकर लगभग 8000 मशीनें यहां लगी हैं।

इस कारोबार में विष्णु कुमार अग्रवाल 20 वर्षों से हैं। उनके अनुसार इस बाजार में छोटे-बड़े सभी उत्पादक काम

करते हैं। छोटे-छोटे उत्पादक भी बेहतर काम कर रहे हैं। अनुभव इंसेंस बैंगलुरु की कंपनी है। इंदौर मार्केट में एवन, जेड ब्लैक, साइकिल जैसे और भी बहुत सारे ब्रांड हैं। इसलिए यहां ऑल इंडिया स्तर के भी निर्माता हैं। उन्होंने बताया कि पूजा पाठ ब्रांड भोपाल भी जाता है। अगरबत्ती उद्योग की चुनौतियों पर श्री अग्रवाल का मानना है कि कच्चे माल की कमी हो जाती है और उसके भाव भी बढ़े हैं। वह खुद भी कच्चे माल का उत्पादन करते हैं। उनके यहां पैकिंग में खुली कच्ची बत्ती भी मिलती है। अगरबत्ती के कच्चे माल की कीमतें बढ़ी हैं और कोरोना वायरस के बाद से बढ़ी आर्थिक मंदी के कारण बाजार थोड़ा डाउन हुआ है।

उन्होंने कहा कि आवश्यक वस्तु ना होने से भी प्रीमियम क्वालिटी की अगरबत्तियों के बाजार में कमी आई है। इसलिए सभी ब्रांड के उत्पादकों ने अगरबत्ती पैकेट में स्टिक और उसकी क्वालिटी में भी कमी की है। उन्होंने कहा कि सरकार द्वारा अगरबत्ती पर 5 प्रतिशत जीएसटी है जबकि पहले अगरबत्तियों पर टैक्स नहीं होता था और उनके अनुसार पूजा सामग्री पर पहले की तरह टैक्स नहीं होना चाहिए। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अगरबत्ती का रा मटेरियल बाहर से आता है जैसे बंबू स्टिक चीन से आती है। वियतनाम से प्रीमिक्स पाउडर आता है। सरकार ने इंपोर्ट ड्यूटी बढ़ाई है। पूजा पाठ की चीजों पर टैक्स लगने से दिक्कतें हुई हैं। इसके अलावा जो कच्चा माल बाहर से आता है। वह यदि यहीं उपलब्ध हो, तो लागत कम हो सकती है। जैसे चाइना काड़ी चीन से आती है। वह यदि यहीं मिलने लगे तो लागत कम हो सकती है। इसका उत्पादन भी नहीं हो रहा है। नार्थ ईस्ट से बांस से बनी काड़ी लाते हैं। उसका रेट चीन से आने वाले माल से अधिक है। अग्रवाल के अनुसार चीन से आने वाले बांस की काड़ी सस्ती पड़ती है। उस पर टैक्स देने के बाद भी वह सस्ता पड़ता है और नार्थ ईस्ट से जरूरत के अनुसार पूरी आपूर्ति भी नहीं हो पाती है। साथ ही यहां अच्छे क्वालिटी का बांस भी नहीं मिलता। काड़ी बनाने के लिए बांस लगता है। वह यहां जरूरत के मुताबिक उपलब्ध नहीं है।

आसाम से कुछ आता है, लेकिन वह जरूरत पूरा नहीं कर पाता और वहां से बांस ला भी नहीं सकते। इस दिशा में सरकार को सुविधा देनी चाहिए। यह सब दिक्कतें सरकार को देखनी चाहिए। इससे अगरबत्ती उद्योग और विकसित हो सकता है। वैसे भी यह घरेलू उद्योग है, जहां करोड़ों लोगों खास तौर पर बड़ी संख्या में महिलाओं को रोजगार मिलता है। वह बताते हैं कि यह एक ऐसा उद्योग है जिसमें 100 रूपए से भी लोग रोजगार कर सकते हैं। हमारे यहां लोग सुबह आते हैं और 100 रूपए की खुली बत्ती खरीदते हैं। पत्नी और डिब्बा लेकर उसे पैक करते हैं और शाम तक शहर, बाजार और मंदिर के आसपास घूम कर बेच लेते हैं। शाम तक वह 150 से 200 रूपए का कारोबार कर लेते हैं। हमारे यहां से लोग सुबह अगरबत्ती का सामान उधार ले जाकर बेचते हैं और शाम को पैसा दे जाते हैं। ऐसे धंधे को सरकार को सपोर्ट करना चाहिए। इसी लिहाज से अगरबत्ती पर टैक्स लिया जाना गलत है। वैसे भी पूजा पाठ की सामग्रियों पर टैक्स होना ही नहीं चाहिए। ●



Mr. Rajendra Jhanjhari
M/s. Khushboo Agencies
30, Warehouse Road, Siyaganj, Indore
Ph.: +91-94253-15094

इंदौर में सभी तरह के उत्पादों का बाजार : राजेन्द्र झांझरी

इंदौर में खुशबू एजेंसी के राजेन्द्र झांझरी के अनुसार यहां अगरबत्ती का बड़ा बाजार है और वह झांझरी कंपनी के ही उत्पाद बेचते हैं। वह एवन और अरिहंत की भी अगरबत्तियां बेचते हैं, जो इंदौर की ही कंपनी है। उन्होंने कहा कि यहां लोकल ब्रांड की ज्यादा मांग है और प्रीमियम में जेड ब्लैक चलता है। वैसे बॉक्स वाले उत्पादों की मांग अधिक है। इसके अलावा बेंगलूर की भी कुछ कंपनियों के उत्पाद यहां ठीक ठाक चलते हैं। झांझरी ने 'सुगंध इंडिया' को बताया कि माजा अगरबत्ती खूब चलती थी, लेकिन वह पहले से कम हुई है। जेड ब्लैक और साइकिल तेजी से बिकते हैं।

उन्होंने बताया कि वह खुद झांझरी का ही उत्पाद बेचते हैं। इंदौर के बाजार में प्रीमियम और लोकल दोनों का ही ठीक-ठाक कारोबार है। खुली अगरबत्तियां भी यहां बिकती हैं और 25 रूपए में 180 ग्राम का पैकेट आसानी से मिल जाता है, लेकिन अब कच्चे माल के दाम बढ़े हैं। इससे दिक्कत हो रही है। इसके कारण अधिकांश कंपनियां अपने पैक में बत्तियों की संख्या कम करती जा रही हैं। उन्होंने बताया कि मुख्यतः बाजार में 5, 10, 20 और 50 रूपए तक की सभी तरह की अगरबत्ती की खपत है, लेकिन 50 वाला माल ज्यादा बिकता है। उन्होंने कहा कि यहां जगह-जगह मशीनें लगी हैं और बड़े पैमाने पर उत्पादन होता है। कंपनी से सीधे माल लेने पर अधिक फायदा है। अन्यथा डीलर और वितरक को भी कमीशन देना पड़ता है। वह इंदौर से डेढ़ सौ किलोमीटर के दायरे में आने वाले इलाकों तक कारोबार करते हैं। ●



सीआईआई के अध्यक्ष चुने गये अर्जुन रंगा

सा इकिल ब्रांड अगरबत्ती के प्रबंध निदेशक अर्जुन रंगा को वर्ष 2022-23 के लिए भारतीय उद्योग परिसंघ (सीआईआई) कर्नाटक राज्य परिषद के नए अध्यक्ष के रूप में चुना गया है, जबकि विजयकृष्णन वेंकटेशन को नए उपाध्यक्ष के रूप में चुना गया। उल्लेखनीय है कि अर्जुन रंगा इस उद्योग संगठन के साथ घनिष्ठ रूप से जुड़े रहे हैं और इससे पहले वर्ष 2017-18 के लिए सीआईआई मैसूर क्षेत्र के अध्यक्ष थे। वह ऑल इंडिया अगरबत्ती मैनुफैक्चरर्स एसोसिएशन (एआईएमए) के वर्तमान अध्यक्ष भी हैं।

अपनी नई भूमिका में अर्जुन रंगा उद्योग से जुड़ी गतिविधियों का विस्तार करने और राज्य के विकास के लिए सक्रिय रूप से काम करेंगे। वह नीतिगत मामलों पर सरकार के साथ मिलकर काम करेंगे, विचारशील नेताओं के साथ संपर्क करेंगे और व्यापार के नए अवसर पैदा करने के लिए रणनीतिक बदलाव लाएंगे। 1948 में कुटीर उद्योग के रूप में स्थापित एनआर समूह का प्रबंधन आज रंगा परिवार की तीसरी पीढ़ी द्वारा किया जाता है।

आज एनआर ग्रुप सालाना 1,700 करोड़ रुपये का कारोबार

कर रही है और 75 देशों में इसकी मजबूत उपस्थिति है। परिवार की 173 साल की विरासत को आगे बढ़ा रहे श्री अर्जुन रंगा कंपनी की सफलता का सारा श्रेय अपने दादाजी को देते हैं। वे कहते हैं कि उनकी अगरबत्तियां न केवल पूरे देश को सुवासित कर रही हैं बल्कि विश्व के कई देशों में भी अपनी खुशबू बिखेर रही हैं। श्री अर्जुन रंगा के नेतृत्व में समूह ने दिन दुनी रात चौगुनी प्रगति करते हुए आज विश्व के 75 से भी अधिक देशों में अपनी जबर्दस्त मौजूदगी दर्ज कराई है।

अपनी नई भूमिका पर टिप्पणी करते हुए श्री अर्जुन रंगा ने कहा कि मैं सभी हितधारकों को लाभान्वित करने वाली नीतियों के माध्यम से उद्योग संगठन को और मजबूती प्रदान करने के लिए उत्सुक हूँ। हम भारत के ज्ञान, नवाचार और अनुसंधान एवं विकास राजधानी के रूप में कर्नाटक की स्थिति का लाभ उठाना चाहते हैं और अपने राज्य को व्यवसायों और विदेशी निवेश के लिए वैश्विक गंतव्य बनाना चाहते हैं। हम अपनी सरकार के आत्मनिर्भर भारत विजन के अनुरूप रणनीतिक नीतिगत हस्तक्षेपों के माध्यम से अपने राज्य के स्टार्टअप पारिस्थितिकी तंत्र को भी मजबूत करना चाहेंगे।

अर्जुन रंगा



- मैं वर्ष 2022-23 के लिए सीआईआई कर्नाटक के अध्यक्ष के रूप में चुने जाने के लिए विनम्र हूँ। मैं हर संभव तरीके से उद्योग, विशेष रूप से हमारे राज्य भर में एमएसएमई का समर्थन करने का प्रयास करूंगा। मेरा ध्यान मुख्य रूप से 1) नीति वकालत, 2) उद्योग योग्यता वृद्धि, 3) स्थिरता, 4) महिला और युवा सशक्तिकरण पर होगा। बैंगलोर के साथ, मैं विशेष रूप से मैसूर, मैंगलोर, बेलगाम, हुबली और धारवाड़ में उद्योगों पर ध्यान केंद्रित करूंगा।
- मैं अपने पूर्ववर्तियों, विशेष रूप से श्री रमेश रामदुरई के साथ सुश्री ज्योति प्रधान और पैनल के नेताओं को वर्षों से किए गए उत्कृष्ट कार्यों और सीआईआई के विकास और सदस्यता के पोषण के लिए धन्यवाद देना चाहता हूँ।
- मैं पूर्व अध्यक्षों और अन्य सभी सदस्यों को भी धन्यवाद देना चाहूंगा जिन्होंने मुझे अध्यक्ष के रूप में सीआईआई कर्नाटक का चेहरा माना।
- मैं राज्य के विकास के लिए अपने पूर्ववर्तियों द्वारा निर्धारित लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए समर्थन, सहयोग और मार्गदर्शन के लिए तत्पर रहूंगा।

25
YEARS
TRUST OF FRAGRANCE

RATHORETM
BRAND

दीप सागर[®]

न्यू जिपर पैक धूप



Manufactured & Marketed by :
RATHORE POOJA PRODUCTS (P.) LTD.
Factory : DEEDARGANJ, KANNAUJ - 209725 U.P. INDIA
Customer Care No. : 9044689606
E-mail : info@rathorebrothers.com

For any complaints or feedback contact
our customer care head at manufacturing
Address Phone No.

www.rathorebrothers.com
fb.com/deepsagar.in

REGD. NO. 891969



SHIVRAJ GROUP

Premium Quality, Ever Refreshing

30
STICK

12" LENGTH | MRP Rs. 60/- PER PACK



Mfg By:
SHREE MAA AGARBATTI

Customer Care No.:
+91 8904606060; 9105999967