

सुगंध इंडिया

SUGANDH INDIA

VOL.: 11, ISSUE : 12 DECEMBER 2022

सम्पूर्ण अगरबत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका

Drinkit

**DESI
ZEERA**

**Masala
Shikanji**

FIZZ

नींबू चटकारा

असली मसाला

Purani Dilli
Ki Mashoor

**WITH REAL
APPLE JUICE**

असली सेब के
रस के साथ

160/ml
MRP: 10.00



**WITH REAL
LIME JUICE**

असली नींबू के
रस के साथ

200/ml
MRP: 15.00



**FOR DISTRIBUTORS AND WHOLESALE
ENQUIRY CALL : 9871469090**

SACHEE®
Fragrances

SACHEE®
Fragrances

Fragrance Memories

Fragrances create memories and unlock emotions. Sachee Fragrances touches the lives of our clients through the sensory appeal of our well-researched, meticulously crafted aromas, lending our expertise to the superior goods.

D-11 & D-12
Mail: sales



lock emotions.
of customers and
a diverse range of
perfumes and
success of consumer

-12, Sector 2, Noida - 201301 Tel.: (0120) 2536111 | 2536222 | 2546643
es@sacheefragrances.com Web: www.sacheefragrances.com

Enjoy The Moments With,
Our Incense Sticks

Divyastraa

पूजा हो या भक्ति
दिव्यास्त्र अगर्बती...

- * KESHAV
- * 3 IN 1
- * KESARI
- * PAVITRA BEL



Mfg. By :

DPB PRODUCTS

13, G.I.D.C., Nr. Jupiter Chokadi, Makarpura, Vadodara

E-mail : feedback@dpb.co.in

Web Site : www.dpb.co.in

Mfg.By. & (1) Branch Off.:

DPB PRODUCTS

I-5, Ispat Nagar Panki

Kanpur- 208020

CALL FOR BUSINESS ENQUIRY : +91 7228847474 | +91 72280 18667

Innovative PACKAGING HUB

Greater Quality, Lesser Cost



Ocean's Deep Printers[®]
FOR FAST & ACCURATE PRINTING

ALL TYPE OF PRINTING & PACKAGING SOLUTION

Premium Agarbatti Boxes, All Type Of Boxes, Labels, Stickers, Outer Box, Corrugated Box, Zipper Pouch, Poly Pouch, Paper Pouch, Catalogue, Premium Stationery, Premium Canister & Rigid Boxes.

SHRIPAL R. PATEL
+91 93270 08607
+91 92652 68451

C-1, ChinaiBaug Estate, Nr. Union Bank, Nr. Torrent Power, Dhudheshwar, Ahmedabad - 380004. (Gujarat) India.
Email : design@oceansdeepprinters.com, info@oceansdeepprinters.com
Customer Care : +91 75758 00978 @ [oceansdeepprinters](https://www.instagram.com/oceansdeepprinters) [oceansdeepprinters](https://www.facebook.com/oceansdeepprinters)
VRUND S. PATEL : +91 99797 46422 | SHUBH S. PATEL : +91 82384 91327



SINCE - 1999



India's
NO. 1
Cup & Dhoo
Manufacturer



*Let your Prayer....
fulfill your dreams....*

Our Range of Products

- * Sambrani Cup
- * Mini Cup
- * Sambrani Sticks
- * Jumbo Cup
- * Monthly Pack
- * Sandal Cup
- * Color Cup
- * Incense Sticks
- * Dhoo Sticks
- * Pet Jar

Luxury
PRODUCTS



DELTA'S TRADE LINK

4078, Thottanuthu Road, Reddiyapatti (P.o), Natham Road,
Dindigul-624003, Tamil Nadu, Customer Care : +91 95434 13310
Email : deltatradelink@gmail.com www.deltasdhoop.com





Editorial

M. A. Farooqui

AIAMA 2022 Expo a milestone

‘AIAMA EXPO 2022’ brought incense manufacturers onto the world’s centrestage. A three-day international conference & exhibition hosted between November 24 and 26 at Bangalore by All India Agarbatti Manufacturer’s Association (AIAMA), this massive gathering was the most awaited event for the manufacturers and stakeholders of the incense industry. Shri. Arjun Ranga, the President of the Association as rightly said “, There certainly is a boom in our industry post pandemic. The industry has grown substantially around the world. We are hopeful to gain more momentum and opportunities in the current business environment.” Adding to this he said “, All stakeholders; manufacturers, marketers, dealers of raw materials, those in perfumery research, warehouse and logistical owners for this reason are invited to bring new vistas and new horizon to this industry.” Themed on ‘Traditionally Modern’ ‘AIAMA EXPO 2022’ at Bangalore traversed on the lines of the ‘Idea of India’. This three-day-expo witnessed esteemed guests and who’s who in the incense industry both from the country and overseas. New tech in manufacturing, marketing, sourcing of raw materials, research on new fragrances, new ideas of packaging, women empowerment and exports were discussed extensively.

The expo, was attended by more than 5000 delegates, including experts and businessmen from Vietnam, Indonesia and several European countries, apart from country’s leading industry personalities. The expo was nothing less than a spectacle. The expo showcased amazing fragrances along with classy packaging samples.

A special set of picture postcards released by the Department of Posts, Ministry of Communication & Technology, Govt. of India was the highlight of the expo. Active participation from various industry associations and individuals including; Fragrance and Flavors Association of India (Mumbai), Fragrance & Flavor Development Center, Kannauj and Essential Oils Association of India made the event more engaging.

Established in 1949, AIAMA is the apex body of the incense industry. ●

आईमा एक्सपो 2022 मील का पत्थर

‘टे

डिशनली मॉडर्न’ थीम पर बंगलुरु में संपन्न त्रिदिवसीय अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन और प्रदर्शनी ‘आइडिया ऑफ इंडिया’ की तर्ज पर अगरबत्ती उद्योग को नई दिशा देगा।

अगरबत्ती उद्योग से संबंधित देश विदेश की प्रमुख हस्तियां एक्सपो में शामिल हुईं। उद्योग के सबसे बड़े अंतरराष्ट्रीय मेले ‘आईमा एक्सपो 2022’ ऑल इंडिया अगरबत्ती मैनुफैक्चरर्स एसोसिएशन ने बंगलुरु में 24 से 26 नवंबर तक आयोजित किया था। वैश्विक महामारी कोरोना के चलते तमाम उद्योग संकट से जूझ रहे हैं। वहीं भारत सहित दुनियाभर में अगरबत्ती का कारोबार बढ़ा है। आईमा के अध्यक्ष श्री अर्जुन रंगा ने एकदम सही कहा कि महामारी के बाद उद्योग में उछाल आया है, जिसे हम वर्तमान कारोबारी माहौल में और गति तथा अवसर प्रदान करना चाहते हैं। इसलिए उद्योग से संबंधित सभी हितधारकों को जोड़ा गया और मेले में मार्केटिंग, कच्चे माल का स्रोत, नई सुगंधियों पर रिसर्च, पैकेजिंग के नए आइडिया, महिला सशक्तिकरण और निर्यात से संबंधित सभी पक्षकारों ने गोष्ठी व सेमिनार में व्यापक चर्चा की।

आईमा 1949 में स्थापित संस्था है, जो उद्योग का शीर्ष निकाय है। एक्सपो के जरिए उसने एक ऐसा मंच तैयार किया, जो उद्योग के इतिहास में मील का पत्थर साबित होगा। मेले में उद्योग से संबंधित देश की प्रमुख हस्तियों के अलावा वियतनाम, इंडोनेशिया व कई यूरोपीय देशों के विशेषज्ञों और व्यवसायियों सहित लगभग 5000 से अधिक प्रतिनिधि शामिल हुए थे। दुनिया भर के लोगों का जमावड़ा एक अद्भुत नजारा पेश कर रहा था। एक से एक अद्भुत सुगंध और पैकेजिंग के नमूने सैकड़ों स्टॉल्स पर सजाए गए थे। कार्यक्रम का महत्व इसी से समझा जा सकता है कि भारत सरकार ने एक्सपो में डाक विभाग द्वारा पिक्चर पोस्टकार्ड का एक विशेष सेट जारी किया। एक्सपो को फ्रेगरेंस एंड फ्लेवरर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया मुंबई, फ्रेगरेंस एंड फ्लेवर डेवलपमेंट सेंटर कन्नौज, एसेंशियल ऑयल्स एसोसिएशन आफ इंडिया सहित उद्योग से जुड़े विभिन्न संगठनों और लोगों ने सक्रिय भागीदारी की। ●

Editor
M. A. Farooqui

Managing Editor
Fareed Asim Farooqui

Assistant Editor
Nigar Farooqui
Humera Khan

Business Co-ordinator
Chandrashekhar Malhotra

Consulting Photo Editor
Jagdish Yadav

Ad Manager
Praveen Sharma

Uttar Pradesh Bureau Chief
Manish Gupta

Rajasthan Bureau Chief
Ravikant Indopia

Gujarat Bureau Chief
Nishad Chetanbhai Ramani

Gujarat Correspondent
Narendra Sharma

Karnataka Bureau Chief
Tosif Khan

Art Director
A. Haque

Editor, Publisher & Printer:

M.A. Farooqui

Published on behalf of

Anas Communication Pvt. Ltd.

at B-117 A, 2nd Floor,

Joshi Colony, I.P. Extension,
New Delhi-110092 and Printed at

Creative Offset Press,

131, F.I.E., Patparganj Industrial Area,
New Delhi-110092.

Delhi Office :

Anas Communication Pvt. Ltd.

B-117 A, 2nd Floor, Joshi Colony, I.P.

Extension, New Delhi-110092

Mobile: 7838312431, 9873766789

E-mail : sugandhindiam@gmail.com

Website: www.sugandhindia.in

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

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

CONT



EVENTS



36



37

- 10 UNITY IS VITAL FOR INDUSTRY
-GOLDY NAGDEV

- 16 **BRAND NEWS** : DELTA'S PANCHAVARNAM
SAMBRANI CUP TOPS SALES IN DELHI NCR

- 24 **MARKET REPORT** : DELHI, A MARKET FOR RS.10
AS WELL AS RS.1000 PRODUCTS

- 28 INDUSTRY FACING THE CHALLENGE
OF INFLATION-BIRJU SHAH

- 32 QUALITY IS WHAT MAKES A PRODUCT
A HIT! -VINOD PATEL

- 36 नए ब्रांड के लिए 2 वर्ष टिका
रहना जरूरी : धनेश

- 37 झूई स्टिक का बढ़ रहा
है ट्रेंड: लक्ष्य

- 38 प्रीमियम उत्पादों में है फैसी बॉक्स पैकिंग
का चलन- हीरा नंद वाधवा



38



54

**UNITY IS
VITAL FOR
INDUSTRY**

**GOLDY
NAGDEV**

**Hari Darshan focusing
on innovation rather
than a countless range
of products**



Hari Darshan is a well-established name in the incense industry with a huge customer base in the country and abroad. They are one of the earliest in the trade, manufacturing a complete range of dhoop, agarbathis, pooja, spiritual & home fragrance products. For generations, the founding family had been traders dealing with aromatic herbs, spices and essential oils; going back to the pre independence British rule times .The nation's independence followed by the partition changed everything for this family and destiny charted a new course. Here's the story of Hari Darshan. Goldy Nagdev, head of Hari Darshan in a conversation with Sugandh India talks about the challenges being faced by the incense industry and the on-going market trends. He shared his views regarding the new fragrance trends, changes in product packaging, challenge of & from E-commerce and the ever increasing range of products by numerous players.

From scratch powered by aspirations

According to the family history, Goldy Nagdev's grandfather came empty-handed from Karachi after the partition in 1947 and settled in Delhi. He struggled & restarted a generations-old family business of trading from Sadar Bazar. "Initially he started wholesale and distribution of Agarbathis & Dhoop. My father upon joining business started the manufacturing chapter and in late 1960s, he began making dhoop and agarbattis in a small factory. This led to the birth of Hari Darshan brand as we see today. The business grew under the stewardship of my father Late Sh J N Nagdev, he was the wizard of incense!" remarked Goldy Nagdev, MD of the company. Continuing further he said "Business has grown steadily from one state to another, gradually covering the entire country with a commitment to quality, innovation, and customer satisfaction. By the 1990s they started exporting to several countries."

The industry is ever changing

In response to a question about being seen as pioneers in the industry, Goldy modestly explains, "We don't consider our self a pioneer brand, because this industry is ever changing and something new happens all the time. The fragrance, the packaging, the consumer demand, the raw material prices. everything keeps changing within a matter of every 6 months or a year. Earlier most of the brands came in box packaging, now there is a domination of



plastic pouch and zipper packaging. E-commerce totally changed the way consumers bought products. Just like any other industry, the incense industry too keeps changing." Goldy believes that we cannot reach the sky as the sky is beyond the limits, its eternal but you can always try to be higher than the previous day. He says, "If you start believing you have touched the sky, desire of being higher goes away and you stop growing. It is important we stay grounded & we stay humble".

Customers are now more aware than ever

The customer is much more aware now as he goes through the pricing and quantity of the product. Everything is also just a Google search away from customer. Currently in the industry the customer is not considered while pricing the product, only the profits of manufacturers and network are taken into consideration. The consumer should also be included in the process. The better approach is, keep the price as per the customer and ensure he gets desired value in terms of quality and quantity. The cost charged to the consumer and the resultant value for them should be primary factor while working out maximum retail price.

Sense of belongingness among customers and shopkeepers

When asked if online portals like Amazon and Flipkart are eating away the traditional form of business? Goldy Nagdev denied this and elaborated that both online and offline channels have their role and importance. It all depends on consumer preference, comfort, and value. When a consumer goes for grocery shopping, along with daily needs, he also buys pooja products. Walking up to the nearest shop and personally buying all the things may give one customer a satisfaction while for other it may be more convenient to buy from an online market place. The consumers have developed a trust and relationship with their local shopkeepers over the years and this has passed on from generations. While in online shopping there is no interaction with the seller and replacement is either at times not possible or becomes a task. Just like despite the ease offered by ATM cards or online payments methods, people still use cash or visit banks, similarly online and offline shopping will co-exist.

Industry needs unity

On the question regarding the challenges faced by the industry, he said that today the industry has created a big challenge for itself. Growth of a company is synced with growth of industry, it is the same in the dhoop and agarbatti industry. People in this industry have knowledge and experience that has been passed down from generations some over 100 years, but still there is no coordination or communication in productive direction. While competition is a good thing, but everyone has to work together and cooperate for the growth of industry and to face it's challenges. The unity that exists in the automobile sector, airlines and communication is not visible in this sector. This is a huge challenge and an obstacle in itself.



Customer seeks value for money

Reflecting on various trends in the market he commented, “ Even fly-by-night companies have hundreds of products developed in a matter of months. These products are nothing unique except the labels. The reality is, only around thirty to forty products in the range sell.” “So what does a customer want?” Retorting to his own statement he said “, All a customer wants is a good product with a pleasing fragrance in his or her budget. Brands, packaging, and manufacturers come second. Consumers mainly desire a value for money product. Adding onto his own comment he remarked “I believe the product range should be attractive, practical and in sync with consumer needs. They say customer taste changes from area to area but I don't see much depth in this logic. A good value product will break this barrier. “ Adding further he remarked “, in some cases, there is demand of different types and shapes of packaging in different areas. For example; A brand in round packing is popular in a certain state and the same brand with the same fragrance is popular in square packaging in another. In some cities; zippers are preferred over pouch packs. This again is more of a reason than research based conclusion.” We collectively have to think above this.



Countless products, a distress factor

On the vast product range by the companies in the industry, he said that instead of solving this problem, we just find a way around. People just blindly follow the market reports. Same products are sold under different brand names in different areas, somewhere its Fancy Rose and somewhere else its called special Gulab. In one market it sells in a red box with white roses printed while in other it is sold in white box with red roses printed. Somewhere in the

pouch, somewhere else in the box and all of this is being done in the name of consumer demand. Whereas a consumer only wants maximum number of sticks in MRP of ₹ 10 for example. Now in such a situation, give it as you want, be it in foil, paper or pouch. All this is being called trend in the industry. On the contrary, if we look at the other FMCG products, the offering is all same across all the cities they are sold eg Maggi. A pack of biscuit of a particular brand is same in Delhi and as well as in Mumbai, but what is happening in dhoop and agarbatti industry is very distressing. I am sure many in industry can relate to this.

Dhoop sales growing but agarbatti still dominates

In response to growing dhoop sales, Goldy Nagdev said that the sale of both dhoop and agarbatti are increasing, but agarbatti is still ahead of dhoop. In some states, dhoop is definitely sold more, but agarbatti consumption pan India is much more. Due to religious reasons, the sales have dhoop have soared. Companies place all of their products in the market . Just like big FMCG brands have all sort products all across the country, some of them sell everywhere while some only sell in limited areas. There can be numerous reasons to this.

From prayer to lifestyle, incense has a diverse usage

On the diverse uses of dhoop and agarbatti in India and around the world, he said that burning dhoop and agarbatti is part of our culture. “These days, I’ve noticed people have again started getting close to religion and motivate their children to pray as well. All religions teach us to pray, thank the Almighty and repent for sins. The concept of prayer is growing all over the world”. Adding to this, he said, “ the demand for exports is different. The markets of Sri Lanka, Bangladesh, Nepal, and Pakistan are similar to India. In developed countries, incense sticks are a lifestyle product, so the product offering and demand are different.” he further added, “Hari Darshan products are exported to South America, North America, Africa and Europe. There were some fluctuations and logistics problem for while due to Covid, but now everything is getting back on track.”



Hari Darshan focusing on innovation

Talking about the future plans & new brands, he clarified “, Hari Darshan has countless brands in; dhoop, agarbatti, cones, havan samagri, sandalwood tika, sambrani, puja diya, jyot batti etc. We don’t want anymore! Rather, we are focusing on innovative products and improving what we already have. We have a way to understand customer requirements. The work has begun. We are exploring new ways to reach out to customers instead of falling into competition which is not wise.”

Goldy Nagdev, beyond business

Mr. Goldy Nagdev in his own word is an entrepreneur, Observer, Thinker, Learner, Traveler, and Motor sports Fanatic. Even though he is at the helm of a legendary consumer brand, his energy, enthusiasm & ability to take initiatives for the industry is commendable, specially his constant motivation and guidance to young & new entrepreneurs. Goldy Nagdev is an avid traveller and explorer. He is passionate about motorsports and racing and is a trained pro level racing driver. When not working, Goldy Nagdev likes to read and learn more about cars, watch motorsports or even race cars on a track. Responding to a question about a racing, he said that when he was growing up, there were not so many facilities or resources. Now that the facilities are there, the time is a barrier. He added,” I am passionate about gaining knowledge about cars and discussing it with people. I also like travelling.” Out of all the cars which is his favorite? “Mercedes”, he responds without a thought. ●



Indulge in the Allure of *Enchanting Aromas*

Our Fragrance Applications

- **Dhoop & Agarbattis**
- **Flora Battis**
- **Masala Battis**
- Perfume Sprays
- After Shave Lotions
- Deodorants & Body Mists
- Shampoos & Conditioners
- Soaps
- Shower Gels & Bath Products
- Pan Masala & Suparis
- Potpourri
- Industrial Cleaners
- Pet Care Products
- Paper & Fabric
- Detergents & Fabric Softeners
- Spa Products
- Hair Care & Styling Aids
- Shower Gels & Bath Products
- Air Fresheners
- Attars
- Candles
- and many more...

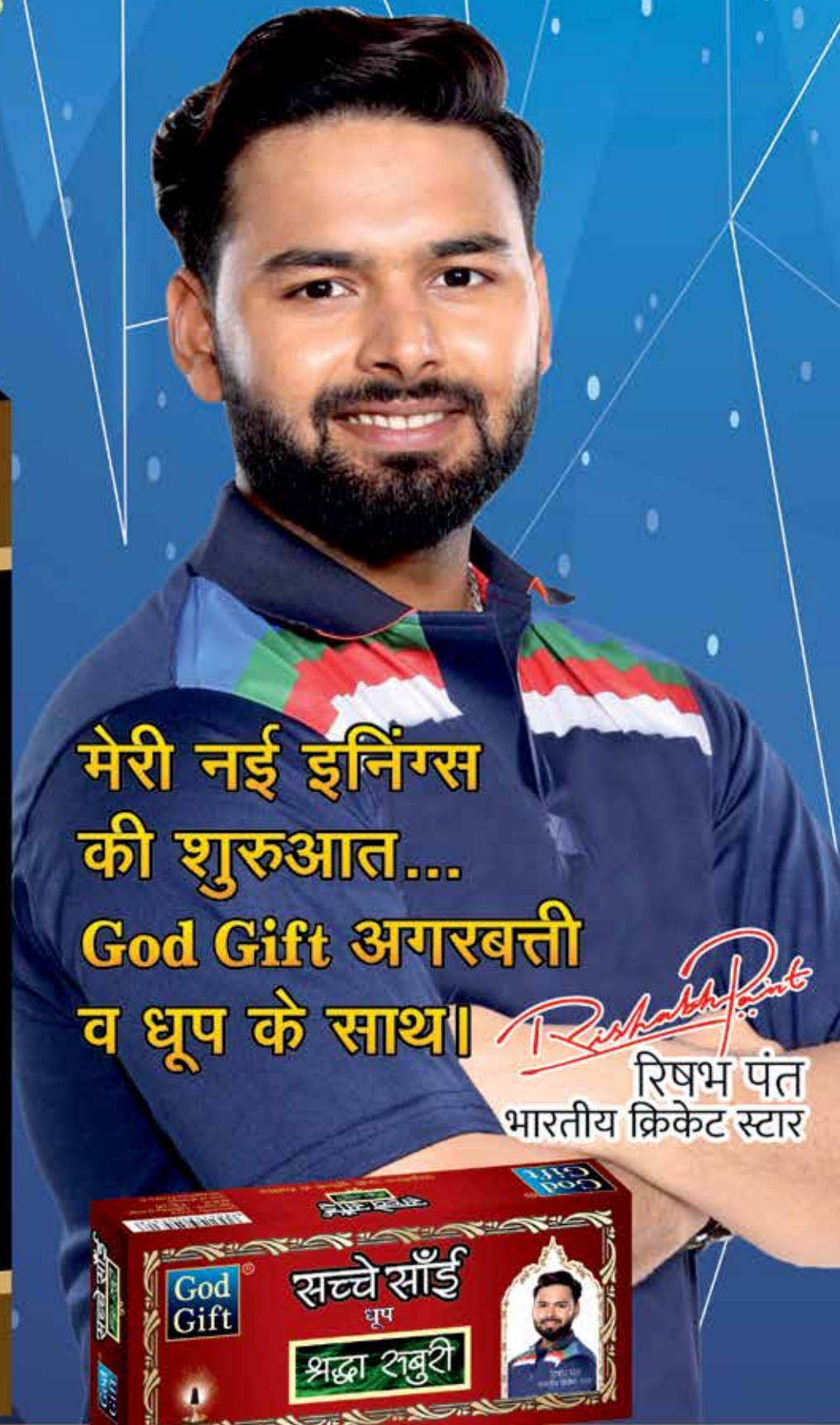
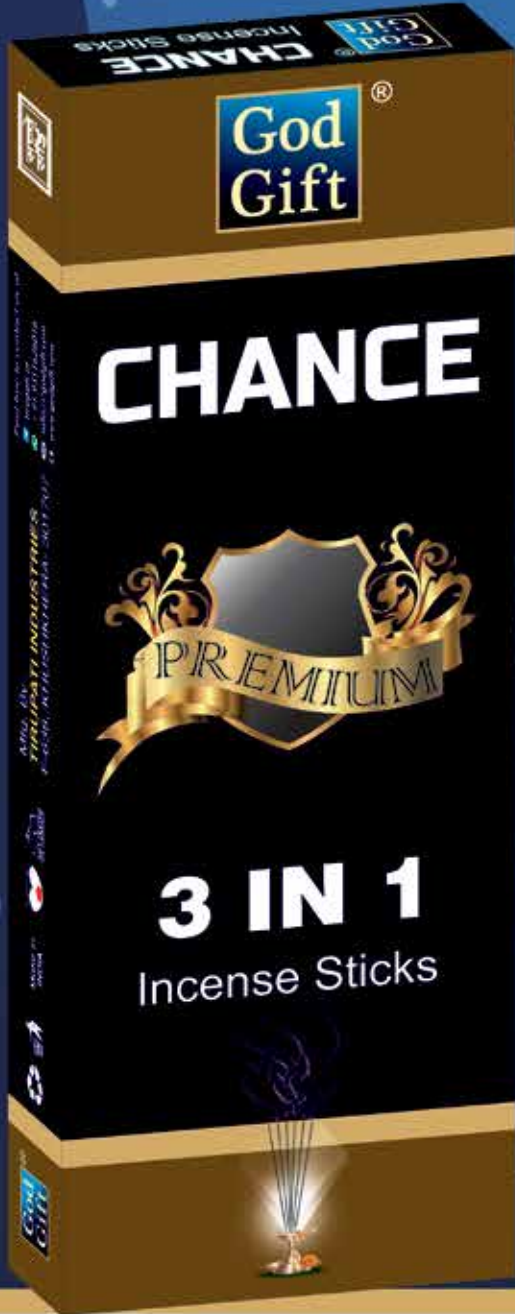
J.B. FRAGRANCES & FLAVOURS

159, Devraj Industrial Park, Piplej Pirana Road, Piplej, Near 200 ft. S.P. Ring Road, Ahmedabad - 382405, Gujarat, INDIA

Tel: +91-98700 00124, +91-98700 00734 E-mail: contact@jbff.co.in

www.jbff.co.in

God Gift®



मेरी नई इनिंग्स
की शुरुआत...
God Gift अगरबत्ती
व धूप के साथ।

Rishabh Pant
रिषभ पंत
भारतीय क्रिकेट स्टार



TIRUPATI INDUSTRIES

D-139, 1st Floor, Above ICICI Bank, Shankar Road Market, New Rajinder Nagar, New Delhi -110 060

Feel free to contact us at

f tirupati.in

✉ info@godgift.com

☎ +91 9312626013

🌐 www.godgift.com

Delta's Panchavarnam Sambrani Cup tops sales in Delhi NCR



Tamil Nadu based Delta's Trade Link is the number one Sambrani company and credit goes to their quality, accessibility and aggressive strategies. According to a survey, it has been found that Panchavarnam Sambrani Cup has become the most sellable product in the National Capital. Sampradayam, another Sambrani product from Delta is selling better than other brands in NCR. Delta is a name that's on every shopkeeper's lips. Sampradayam Color, a cup variant of Sampradayam launched recently in a set of four exciting colours & fragrances is getting a

volume response. It was a hit before the Diwali festival when it was launched. The company also launched a different range of agarbatti products in; economy, premium flora and ultra-luxury segments. An open customer survey by Sugandh India found that Delta's basic range agarbattis are far superior in fragrance than other more popular brands. Premium flora range of agarbattis has been curated under the stewardship of Mr. S.K. Suriya: the son of Mr. Senthil Kumar. The Ultra Luxury range is for those who value originality more than the cost. ●

Divyastra Keshav is a product line of agarbattis, dry dhoops and cones of Keshav the flagship brand of DPB products with over 300 products under its belt. According to a survey by Sugandh India; Three-in-One, Divyastra 100 and Divyastra 50, Divyastra Srishti, Divyastra White Diamond, Divyastra Black Diamond, Divyastra Kesari, Divyastra Camphor and Divyastra Aashirvad are among best selling across many states. The survey found that among these incense products; Divyastra Keshav is selling most in; Uttar Pradesh, Bihar, Orissa, West Bengal, Jharkhand and Assam. Manufactured by DPB Products Private Limited, a Vadodara-based incense & perfumery company in Gujarat is among the market leaders in the domestic market. DPB incense products cover everything from 5₹ to 100₹. Besides this, the company shall launch, pooja and hawan samagri in near future. They plan to fuel Divyastra Keshav in export markets by 2024. ●

Divyastra Keshav in high demand pan-India



*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of October-November-2022 or as mentioned by the respective companies



Nishan wet dhoop trending high in Vadodara

Ahmedabad-based Nishan Products is a well-known name in the agarbatti and dhoop industry. Nishan is known to infuse the market with new fragrances. According to a survey by Sugandh India, their agarbatti products are best sellers in Maharashtra and Gujarat. Additionally, demand for their wet dhoop is growing in many states. Fragrances like; Rattrani, Firdaus, Frankincense and Jasmine are mostly in demand. Wet dhoop products are packaged in a set of 20 for retail

priced at 30₹ a packet. Growing demand for dhoop and bamboo-less agarbattis in the market plus their uncompromised quality is the reason for their success. According to the survey, the company introduced 350+ products in more than 13 states. The repeat market survey report by Sugandha India indicates positive-swing for Nishan products. Distributors say customers who buy their product once become their repeat customers. ●



God gift blooming across many states

Godgift, a premium incense brand by Tirupati Industries is popular among Delhiites. Along with it, other brands from the same company like; Sachche Sai and Kashi dhoop and Chance brand agarbattis too are in good demand. Kashi's 4-in-1 dhoop is reported, best selling in various wholesale markets in the country.

God's gift as the brand name is reason enough to

attract huge sales for the religious customers of Delhi. According to a survey by Sugandh India, this brand is reaping profits. Credit not only goes to the brand name and aggressive marketing but also to the quality of the product. Along with this, the premium range enjoys; Red Apple, Green Apple and Blue Apple brands of incense sticks. Cricketer Rishabh Pant is the brand ambassador for the company. ●

*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of October-November-2022 or as mentioned by the respective companies



Shah Fragrance & Flavours



Manufacturers & Supplier of :

All kinds of Agarbatti,
Indian Attars, Perfumery Compound
& Tobacco Compound, etc

For More Details

Mohd. Shakir ☎ +91-9454207853, +91-9839163146, +91-8858587100

BAZARIYA, SHEKHANA , KANNAUJ

E-mail : shakirali05749@gmail.com



Premium Incense Sticks
Dhoop, Cone
Power of Prayer™

Require Area Wise Distributors

Traditional Fragrance
of **ATTAR** Available in Agarbatti



Free Dhoop Cone
Worth
₹ 15



ARSI INDUSTRIES
Mfg. & Exporter of INCENSE STICKS

Narol, Ahmedabad 382 405 (India). | Email : info@arsiincenseticks.com
Contact : +91 9737510555 | Web : www.arsiincenseticks.com





Delhi likes Dev Darshan Cones

Devdarshan dry dhoop cone product range is rapidly taking up, retail space in Delhi. Growing demand for bamboo-less products and dry dhoop cones and Devdarshan's enriched quality is paving way for the company to have a stake in Delhi's incense consumer market. These dry dhoop cones cost 75₹ for a pack of 40g in retail. Box for wholesale costs 300₹ containing 12 retail packs. As per Sugandh India, the demand is not just restricted to the domestic markets. Devdarshan is also known for Hawan and puja samagri items besides dhoop and agarbattis. Apart from incense products, the company is also into making high-quality perfumes. ●

Pooja Paath and Denim dhoop popular in Nagpur

Agarbatti and Dhoop products of Bhopal based Anant Products, are considered to be good selling in various markets across the country. The company's Denim brand products are popular in many cities and customers demand it by the name. As per the survey in Nagpur, Dhoop products of Anant Products are selling in good numbers here. Nagpur is considered a good market for agarbatti as well as dhoop. The rising trend of Dhoop is benefiting the sales of Anant products as well. Company's Pooja Paath Mogra, Sandal and Rose Deluxe Dhoop are specially in good demand. Its wholesale pack contains 12 packets of 10 dhoop sticks each and its MRP is Rs.180. Also in demand is Camp Denim Deluxe Dhoop whose wholesale pack is Rs 180 MRP and comes in 12 packets of 10 Dhoop sticks each. Apart from this, Daze Pooja Paath Perfume Dhoop is also in demand. ●



*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of October-November-2022 or as mentioned by the respective companies



Kuber Gold Dhoop in top selling list in Delhi

According to a survey conducted by Sugandh India; market experts placed Kuber Gold Dhoop among the most popular and sellable brands in Delhi & NCR. This dhoop, manufactured by Kuber Grains & Spices Pvt. Ltd. is equally among the best-selling dhoop brands in U.P. as well; Varanasi and Purvanchal being hotspots. Apart from incense products for the common man, these products are available in box packing for wholesale. The survey revealed customers prefer wet-dhoop over others as they come within their budget. ●



Safari Big FNF, a big hit in festivals

Nagpur based Thakral Group is known for its high quality incense sticks as well as attractive gift packaging. The company's Safari Big is an evergreen brand. Under this brand, the company offers a special gifting product for the festive season, Safari Big FNF i.e. Fragrance and Festivals of India Agarbatti Pack. This product is special offering by the company for gifting purposes. With this, one can gift a bouquet of agarbattis in various attractive fragrances in a single pack to family and friends. The pack of Safari Big FNF comes with agarbattis in attractive fragrances of green mogra, copper fresh green, sky blue sweet floral, pink kewda, violet fancy lavender, peacock floral fruity, green jasmine, coffee french fougere, brown sandal, metallic chypre, magenta rajnigandha and silver rose. Another special thing about this pack is that all the agarbatti packets are provided in an attractive tin box which can later be used for storage in household. Also it comes with a metallic agarbatti stand. A perfect gift for festive season that is in high demand and makes home and environment fragrant and pleasant. The company also recently launched the Timber Collection, which was an instant hit and well received by the customers. This collection comes in an attractive wooden box in four different fragrances of bamboo-less agarbattis. ●

*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of October-November-2022 or as mentioned by the respective companies

www.sanjaychemicalsworks.com



AWAKENING SENSES...with AROMATIC FRAGRANCES!

MANUFACTURING FRAGRANCE FOR...

- Agarbatti • Flora&Dhoop • Candle
- Handkerchief • Aerosols • Attar
- Toilet soap • Hand Wash • Detergent Cake
- Hair care • Shampoo Cosmetics
- Face Wash • Phenyl-Floor Cleaner
- Water soluble • Aroma Diffuser
- Reed Diffuser • Air/Room Freshener

**SANJAY CHEMICALS
WORKS (UNIT-B)**

BIRJU SHAH : +91 98240 44914

JAPAN COLLECTION

Indian Creation. Japanese Perfection.

VANILLA



Northmost island of Japan is famous for cakes production & Kanji calligraphy

FRUITY



Nature filled North Japan is famous for continuous growth aka Kaizen

SAFFRON



Mt. Fuji, Japan's tallest mountain is country's sacred symbol having many temples & shrines

ORIENTAL



Neon lights & oriental essence are the signature of Tokyo (Japan's Capital)

ROSE



Sakura flowers start to bloom from South of Japan

HERBS



Sharp Ninja warriors originated from Kansai region

Experience Japan at home by the means of
Bambooles, Coal-Free, Premium incense sticks



DELHI, A MARKET FOR Rs.10 AS WELL AS Rs.1000 PRODUCTS

The NATIONAL CAPITAL is a mini India. Home to more than 30 million; jostling in a space, bit less than 1500 square kilometres. The GDP of Delhi's NCR is a tad less than the GDP of Italy at \$272.6 Billion (2021-22). With a per capita income of ₹4,01,982—Delhi's NCR provides ample opportunities for the incense industry as well. Besides local agarbatti brands, Delhi is a huge market for national and midsize companies; Cycle, Zed Black, ITC, Hari Darshan, God Gift, Balaji, Satya, Parimal Mandir, Orkay, Liberty just to name a few.

Delhi NCR gives the largest possible platform for dhoop & agarbatti manufacturers due to its vast diaspora and their earning levels. The NCR is a conglomerate of planned urbanscapes and encroached landscapes. It is said, the day population swells to around 50 million making it one of the busiest megacities in the World. According to a market survey & research by Sugandh India, Delhiites here earn an average; of ten thousand rupees to even crores in a month. An average half of the working population earns over a lakh of rupees per month. The survey revealed, Delhiites spend a minimum of 200₹ to 2000₹ on buying dhoop and agarbattis for their homes and workplace.

Delhi is a place for all sorts of incense brands. Customers here buy incense ranging from 10₹ a packet to 1000+₹ super premium brands. The NCR is a retailer's paradise for a host of brands like; Cycle Pure, Mangaldeep, Zed Black, Liberty, God Gift and Hari Darshan to name a few. Delhi's diaspora constructs a nationality of; people, cultures and traditions from all corners and hinterlands. Thus creating one of the largest platforms for agarbatti manufacturers from all across the country, to sell their brands, be it; agarbatti, masala batti, dhoop, dhoop cones, dry sticks and sambrani cups et-al. Sugandh India, in its survey, found incense brands from;Bangalore, Jaipur, Indore, Mumbai and Ahmedabad have a good market here alongside the delhi based brands. The survey also revealed, customers, opting dhoop (roughly 65% in demand) more than agarbatti (roughly 35% in demand). Wet dhoop emits more smoke... Delhiites have started preferring dry sticks, cones and sambrani cups— The newest addition. Customers

here prefer traditional fragrances like; rose, mogra, chandan, jasmine and lavender over fruity ones like pineapple and novice fragrances like deo.

Cycle, Zed Black, ITC's Mangaldeep, Balaji, Satya, Sandesh, Kashi God Gift, are best sellers according to the survey. Sugandh India research team found, 60% of the Delhi NCR market is ruled by Mysore Deep Perfumery House's most sought-after brand 'Zed Black'. Mangaldeep, Haridarshan, Zed Black, God Gift, Dev Darshan are the most popular dhoop with MRP of 50₹. Dhoop brands marked with MRP of 70₹ sell for 60₹ and 50₹ whereas dhoop marked with MRP of 20₹ sells more in the economy segment. A zipper pouch is preferred over a paper box in the economy range: the high-premium range is in attractive metallic boxes. The NCR market is principally for economy customers: Luxury brands stake



up 30%. Premium and Luxury segment brands are available at selected malls and upmarket superstores. Demand for dry sticks and cones in the dhoop segment is growing at 10% as per the survey report.

Liberty, Parimal Mandir, Orkay, Balaji and Darshan are top-selling brands from Bangalore. They have their own share of loyal customers in Delhi. Chandigarh-based Dev Darshan dhoop cone is also doing good business. Zed Black is the best in the dry stick segment. Lastly, the demand for sambrani cups ain't lagging. Available in different sizes, colours and fragrances; Delhiites are feeling charmed using this new type of dhoop. Sambrani cups made by Delta's Trade Link are the top choice. Delta is a Tamil Nadu-based Nation's #1 seller in Sambrani cups. Panchajanya, Balaji, Cycle, Satya, Liberty, are also doing well in Sambrani. ●



D&B Certified Company

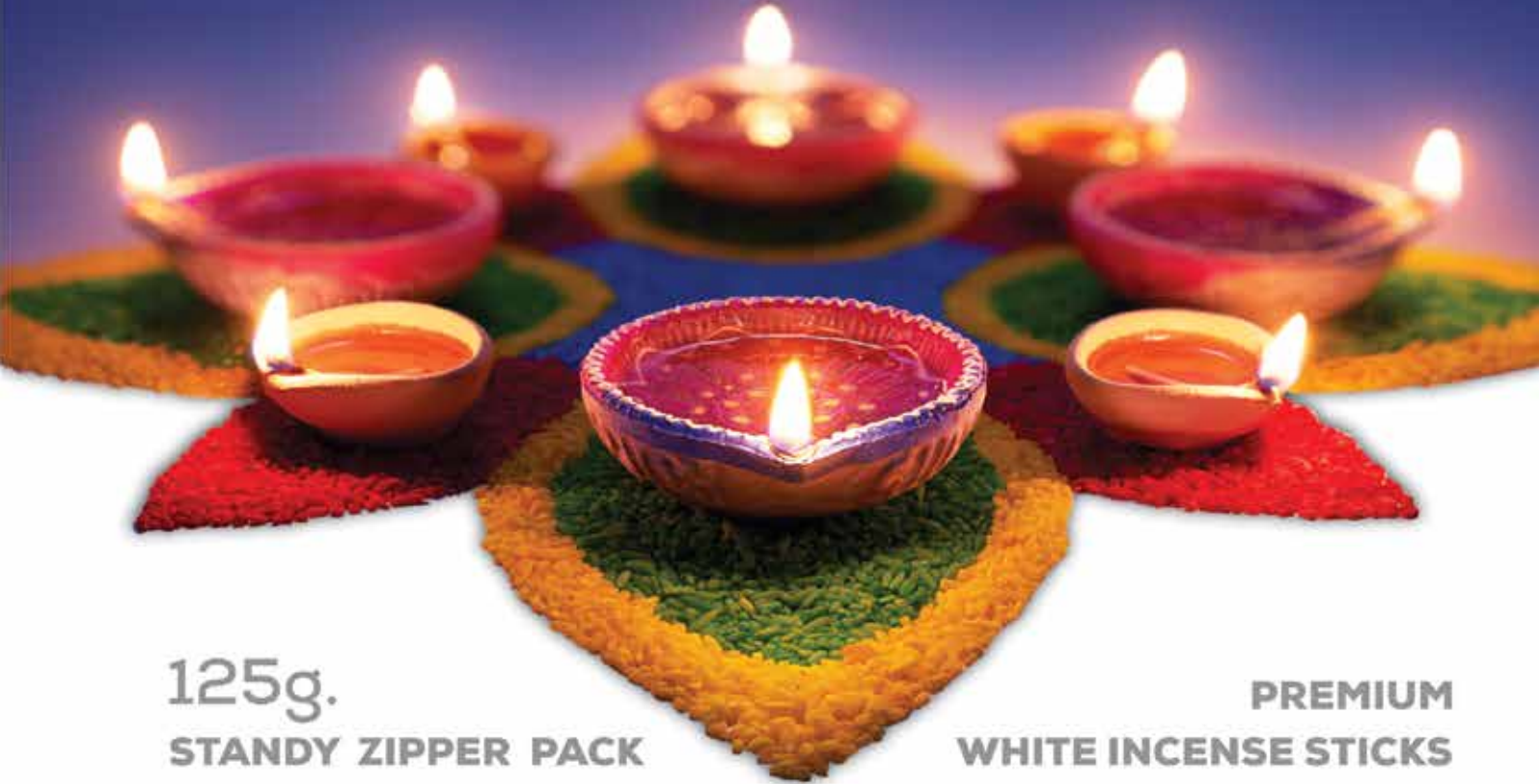
प्रेरणादायक दिव्या खुशबू

निशान™

प्रीमियम सुगंधित अगरबत्ती

प्राया खुशिया का त्योहार

मनाए निशान के संग



125g.

STANDY ZIPPER PACK

PREMIUM

WHITE INCENSE STICKS



Mfrs & Mkted By:

Bhagat Nishan Products Pvt. Ltd.

Ahmedabad 382 330. Gujarat, INDIA.

अगरबत्ती | परफ्युम | धूप | रो-मटीरीयल

Customer Care : +91 - 79 - 2282 3418 / +91 84019 33418

www.nishanproducts.com www.nishanproducts.in



Manufacturer of **Industrial Perfumes**

— OUR FRAGRANCES FOR —

**Agarbatti | Personal Wash | Home Care | Toiletries (Hair, Skin, Deos)
Fabric Care | Gutkha Compounds | Sweety Supari Compounds etc**



JJ KANTI BHAI COMPANY

Jain Street, Kannauj-209725, India

Mob.:+ 91 9889873227 ; +91 9044963187 (Tushar Jain)

+ 91 9415147028 ; +91 9369469005 (Kantilal Jain)

Email: jjkantibhaico@gmail.com | jjkantibhai_company@rediffmail.com

**NAMOH
INDIYA**
Dhoop & Agarbatti



THE FRAGRANCE OF DEVOTION

BLEND OF *Purity & Bliss*



Available

amazon

Flipkart



Shop Online

www.namohindiya.in



INDUSTRY FACING THE CHALLENGE OF INFLATION -BIRJU SHAH



Sharing his views with Sugandh India, Birju Shah, head of Sanjay Chemical Works Unit-B, Gujarat, said that it has become very difficult for new manufacturers in the agarbatti industry to survive in the market. To aid manufacturers in such times our efforts are to supply good quality fragrances to them at low prices. However, this is only a minor part of the whole process as the prices of other raw materials are very high. He said that the situation has arisen due to the increase in the prices of raw materials all over the world and there is a financial crunch as well. As of now, there is no visible improvement in it. Commenting on the future of Dhoop Agarbatti and Fragrance industry, he said that it is hard to say anything as of now and we are just keeping a watch.



Birju Shah has been working in the chemical industry since 1990. Sharing his views regarding the industry he told Sugandh India that despite the festival season, the market is slow. Especially the survival of new companies in the industry seems difficult. This has also led to decreased consumption of fragrances and chemicals.

He said that due to stiff competition, the industry always needed better quality raw material and fragrances, but for good quality the price must be kept high. And that's where we come in with fragrance options for the agarbatti manufacturers that are of best quality and yet lower price.

Birju Bhai told that his company supplies fragrances across the country to various manufacturers. Talking about dhoop and agarbatti industry, he said that there has been a decrease in the demand for fragrances in the industry along with a decrease in the production of raw batti as well. Due to this not just small manufacturers but even big branded companies are not able to increase the rates despite the high cost. Instead of increasing the price, they have reduced the weight or number of sticks in the agarbatti packets, but things are still difficult.

On the question regarding what's new in the industry, he said that there is nothing new as such. Due to the increase of mosquito problem, the demand for mosquito killer agarbattis has soared.

Sharing how he came into the fragrance industry, he said that after completing his studies, he joined his family business, which was started by his grandfather. He has inherited the knowledge of fragrances from his family and is taking it forward.

In response to a question, he said that Sanjay Chemical works (unit-b) manufactures 550 kinds of fragrances and flavours. The company has now also expanded to soap and cosmetic industry and is supplying them with perfumes. For agarbatti industry he has a wide variety of fruity, floral, perfume and traditional fragrances. Whichever fragrance the manufacturer needs, we have it. We supply fragrances directly to big companies and have other customers through our distributors as well.

On future plans, he said that the company is soon going to launch a high range of premium fragrances. It will belong to the premium segment, which will be supplied to manufacturers of various industries.

Birju bhai told that all types of fragrances are in demand in the market and the company is always working to innovate and bring new fragrance for its clients as per the demand and trends. ●



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 Pune-411030

📞 020 24487432



RADIO BRAND

PREMIUM INCENSE STICKS

Jalaaate raho...

Bajaaate raho...

Regular



Premium



अब 6
अलग
खुशबुओं में!

MFG. R.P. FRAGRANCES

For Distributor Queries: 9628078000

QUALITY IS WHAT MAKES A PRODUCT A HIT!

– VINOD PATEL

Raw material prices, packaging, quality and rate control a major challenge in the industry

Just like big fishes eat small ones, nowadays a similar scenario is being noticed on a large scale in the dhoop and agarbatti industry. With skyrocketing prices of raw material, aggressive marketing strategy and schemes offered by big brands, it has become difficult for small manufacturers in the industry to compete and at the same time manage quality and rate control along with attractive packaging and schemes. Mr. Vinod Patel of Dhanlaxmi Industries, in a conversation with the Sugandh India, about the dhoop and agarbatti industry, highlights the challenges of the industry and that there is a tough competition in the market. In such a situation, it has become difficult for small businessmen to carry on with operations. He said that the agarbatti industry today has become technical. Big brands are working in the market with huge capital investment. The prices of raw materials have soared up to as much as 40 percent. In such a competitive situation, only those survive who maintain quality and low price.



Sharing the story of his firm with Sugandh India, Vinod Bhai said that Dhan Laxmi Industries was established in the year 2004. His father has been part of the industry since last 50 years but the brand name came in existence later in 2004. The products of Dhanlaxmi Industries are available across the states of Gujarat, Maharashtra, West Bengal, Chhattisgarh, Uttar Pradesh, etc. The company has two brands namely Dhanlaxmi for its agarbattis and Jai Ganesh for dhoop products. Jai Ganesh has a range of over 40 different dhoop products, while the Dhanlaxmi brand has a range of around 300 agarbatti products. These are available in zipper packs ranging from Rs 10 to Rs 100. He said that Dhanalaxhmi's core market is premium masala agarbattis with MRP ranging as high as Rs.900 and above. Other than agarbatti an dhoop products the company also produces cones. Also with the increase in trend of body spray and roll on, the company is planning to soon come up with its own brand of roll ons. These will be targeted to all segment of customers as per the demand.

In response to a question regarding price to quality and quantity ratio, he said that it totally depends on which segment one wishes to be in, you can sell 10 sticks for Rs 50 as well as 50 sticks for the same amount. The major market is of Agarbattis costing Rs.10, 50 and 100 rupees. 70 percent of the products in market belong to these three price ranges. The remaining 30 percent are in the other category.

In responding to a question regarding dhoop, he said that the market for dhoop is growing rapidly, but most of the brands are providing inferior products and spoiling the market. Raw material prices have gone up. The price of oil has soared up by 40 per cent. Along with this, big brands are offering schemes up to 8 percent separately. These aggressive tactics by big brands is only spoiling



the market and is not good for the industry. In response to packaging trends in agarbatti industry, Vinod bhai told that changes are always happening and its not only restricted to agarbatti industry, earlier it used to be in boxes but now zippers and pouches have taken over the market. Soon zippers and pouches might also go out of trend. Earlier packaging was limited to 100 gram but now goes as high as 900 grams. There will always be changes happening.

On a question regarding changing fragrance trends, he said that there is a constant demand for new fragrances in the market. The traditional frgrances namely sandalwood, mogra, champa, rose are always in demand in agarbatti, but consumers always want something new. This is the reason why most of the enterprises are bringing out their products in hundreds of fragrances. Now even though all of the companies have hundreds of products, still only few obtain regular sales.

On talking about the increase of sales during festival season, Vinod bhai explained that it is different than what it seems, the sales seem increased because rainy season precedes festival season and during rainy season due to moisture the production of agarbatti is low and as the rainy season ends and festival season begins, the production is increased again and therefore sales are higher. Its only psychological that people feel that sales have increased, while in real there is demand in the market throughout the year.

In response to a question regarding marketing and schemes,

he said that it has become a rat race and everyone is blindly offering schemes to fight competition, which is wrong. We never concentrated on schemes or freebies with product, but now we dont have any choice. Instead of schemes, one should concentrate on quality of product as that is what a customer ultimately wants.

On the best-selling products of Dhanlaxmi industries, he said that Ganga-Jamuna-Saraswati and Wonder Woods, Sandal Woods in premium are in highest demand. Well, there is different demand in every state but these brands are our bread and butter.

He said that today Gujarat has become the hub of dhoop agarbatti industry and Ahmedabad is its centre. The brands here are going beyond Gujarat to other states and all over the country and abroad. Gujarat's products have captured 30 percent market share in the industry. Earlier retailers would only give space to products that had Bengaluru address but now times have changed and Ahmedabad products have also captured a good market share.

Regarding exports, he said that Dhanlaxmi products are exported to 3-4 countries including Australia, Africa, US, etc. The highest demand for Indian agarbatti is in Africa, US comes second in demand. He said that agarbattis are used in foreign countries as air fresheners and room fresheners. The demand is mainly in hotels, malls and offices. The traditional fragrances of lavender, rose and sandal are globally highest demanded. ●

INDIA'S NO.1

देव दर्शन®

शुद्ध व पवित्र धूप अगरबत्तियां



SCAN HERE



/devdarshandhoop

Devdarshan Overseas
314, Industrial Area, Phase-II,
Chandigarh -160002
Contact: 0172-2638665, 2638011

shop now

www.devdarshandhoop.com



Spreading Fragrance
Since 1954...

Dhoop, Agarbatti, Sambrani Cup, Hawan Samagri, Camphor, Tika, Pure Ghee Diya
Dhoop Cones & Sticks, Sanitizers, Aroma Oils, Diffusers, Gift Sets, Body Perfumes, Puja & Edible Oils

RSFTM
SENSE ENCHANTING INNOVATION



Creating fragrances for the soul.

RS FRAGRANCES INTERNATIONAL PRIVATE LIMITED

Corporate Office : 62, Chand Ganj Garden, Lucknow-226024, Uttar Pradesh, India

Factory: G-17, 1-A, UPSIDC Chinhat Industrial Area, Deva Road, Lucknow-226019

Email: info@rsfragrances.com, rishi@rsfragrances.com, sagar@rsfragrances.com

Mobile: +91-9838003800, +91-9628811112 • Fax: +91-522-2230032 | Web: www.rsfragrances.co.in

नए ब्रांड के लिए 2 वर्ष टिका रहना जरूरी : धनेश

धू

प अगरबत्ती उद्योग में आने वाली नई कंपनियों और नए उत्पादों की राह आसान नहीं है। बड़े ब्रांड के उत्पाद, तो स्वयं चलते हैं, जबकि छोटी और नई कंपनियों को कड़ा संघर्ष करना पड़ता है। देश की राजधानी दिल्ली में बालाजी, संदेश, सत्या, सहित 27 प्रमुख कंपनियों के उत्पादों के होलसेलर व डिस्ट्रीब्यूटर सूर्या ट्रेडिंग के प्रमुख धनेश जी का मानना है कि नई कंपनियां उच्च गुणवत्ता, सही कीमत, आकर्षक पैकिंग, ज्यादा वजन और बेहतरीन सुगंध वाले उत्पाद लेकर आती हैं, तो भी उन्हें बाजार में अपनी पहचान बनाने के लिए 2 वर्ष का समय लग जाता है। सूर्या ट्रेडिंग 1974 से अगरबत्ती उद्योग में है। सुगंध इंडिया से खास बातचीत में उन्होंने कहा कि इस उद्योग में बहुत नई कंपनियां आती हैं, लेकिन वह टिक नहीं पातीं, क्योंकि कोई डिस्ट्रीब्यूटर उन्हें जगह की कमी के कारण मौका नहीं दे पाता। ऐसे में 2 वर्ष तक निरंतर बाजार में टिके रहना सबके बस में नहीं होता। धनेश जी ने एक सवाल के जवाब में कहा कि नई कंपनी को बाजार में टिकने के लिए उपरोक्त पांच चीजें लेकर आना पड़ेगा। तभी देर सवेर उन्हें जगह मिल पाती है। इसके अलावा दूसरा रास्ता यह है कि वह खुद अपनी सेल्स टीम लेकर आएँ, जो काफी खर्चीला है। इसके अलावा उन्हें ऐसा डिस्ट्रीब्यूटर मिल जाए जिसका बहुत मजबूत नेटवर्क हो, तो भी जल्द मार्केट बन जाती है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि सूर्या ट्रेडिंग भी यह सब देख समझ कर ही किसी नए उत्पाद में हाथ डालती है, क्योंकि इसमें हमारी भी प्रतिष्ठा दांव पर होती है यदि क्वालिटी खराब हुई तो हमारे दूसरे ब्रांड पर असर पड़ेगा। उन्होंने कहा कि ब्रांडेड और अधिक पूंजी वाली कंपनियां 2 वर्ष तक आराम से आर्थिक बोझ उठा सकती हैं। इसलिए उन्हें बहुत फर्क नहीं पड़ता और उनके उत्पाद बाजार में चल पड़ते हैं। उन्होंने बताया कि हाल ही में सूर्या ट्रेडिंग ने यूनाइटेड कंपनी का डिस्ट्रीब्यूशन शुरू किया है, जो काफी सफल भी रहा है। बाजार में कंपनियां तो आती-जाती रहती हैं, लेकिन टिकती वही हैं जो 2 वर्ष तक अपनी उत्पादों की गुणवत्ता बनाए रखती हैं और बिना मुनाफे के आर्थिक बोझ बर्दाश्त

करने की क्षमता रखती हैं। लगभग 5 दशक से अगरबत्ती उद्योग में सक्रिय सूर्या ट्रेडिंग दिल्ली और एनसीआर के प्रमुख डिस्ट्रीब्यूटर हैं। उनके अधीन कई डिस्ट्रीब्यूटर काम करते हैं। गणेश कुमार ने एक सवाल के जवाब में बताया कि दिल्ली में मंगलदीप, हरी दर्शन, जेड ब्लैक, गॉड गिफ्ट ब्रांड काफी चलते हैं और मुख्यतः यहां 50 रु की एमआरपी वाली अगरबत्तियां ज्यादा बिकती हैं। दिल्ली में बड़े ब्रांड के प्रीमियम और सस्ते उत्पाद दोनों ही चलते हैं। बड़े काउंटर पर प्रीमियम उत्पाद मिलते हैं, तो सस्ते उत्पाद हॉकर बेचते हैं। उन्होंने बताया कि दिल्ली में 70 प्रतिशत इकोनामी उत्पादों की तो 30 प्रतिशत

चलते हैं। डेल्टा का संप्रदायम और पंचवर्णम सहित उसके सभी उत्पाद काफी पसंद किए जाते हैं। दक्षिण भारत में सांब्रानी कप का बहुतायत इस्तेमाल होता है और अब धीरे-धीरे उसने उत्तर भारत में भी अपनी जगह बना ली है। उन्होंने बताया कि कप को लेकर लोगों में यह धारणा बनी है कि इससे नजर उतारी जा सकती है। लोग सुगंध के लिए भी इसका इस्तेमाल कर रहे हैं। कुछ लोग सांब्रानी जलाने पर हवन करने जैसा महसूस करते हैं कि एक कप जलाया तो जैसे हवन कर लिया।

उन्होंने कहा कि कोरोना के 3 वर्ष बाद इस त्यौहार में धूप और अगरबत्ती का सीजन



प्रीमियम की मांग है। धनेश जी ने बताया कि धूप में ड्राई स्टिक ज्यादा चल रही है। अगरबत्ती की बंबू के कारण कम मांग कम हो रही है। धूप 60, तो अगरबत्ती 40 प्रतिशत ही चलती है। सूखी धूप की बिक्री लगभग 10 प्रतिशत है। गीली धूप और अगरबत्ती की जगह जल्द ड्राई स्टिक ले लेगी। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि यहां ब्रांडेड और सस्ते उत्पाद एरिया के हिसाब से चलते हैं। जीपर पैक का चलन धूप, अगरबत्ती दोनों में होता है। बांस के कारण अगरबत्ती और स्वास्थ्य कारणों से लोग गीली धूप से अब बचने लगे हैं। उन्होंने कहा कि यहां एक माह में एक आदमी औसतन 200 रूपए धूप और अगरबत्ती पर खर्च करता है।

दिल्ली में सांब्रानी कप की सेल तेजी से बढ़ने संबंधी सवाल पर उन्होंने बताया कि डेल्टा सबसे टॉप पर बिकने वाला उत्पाद है। इसके अलावा बालाजी, साइकिल, सूर्या के भी कप

अच्छा चला है। बाजार में काफी चढ़ाव आया है, लेकिन कंपटीशन तेजी से बढ़ रहा है। नई-नई कंपनियां और उनके उत्पाद आ गए हैं। इस तरह बेचने वाले बहुत बढ़ गए हैं, लेकिन इस्तेमाल करने वालों की संख्या नहीं बढ़ी है। उन्होंने बताया कि वैसे अगरबत्ती उद्योग काफी बढ़ रहा है और उसका भविष्य उज्ज्वल है। उद्योग में ड्राई स्टिक और सांब्रानी कप का चलन बढ़ रहा है, जिसको लेकर उद्योग में और नए विस्तार की संभावना है। ●

Mr. Dhanesh
M/s. Surya Trading Co.
Shop: 2962 Bahadur Garh Road,
Sadar Bazar-Delhi-110006
Ph.: +91 9811012119
+91 9873881158

ड्राई स्टिक का बढ़ रहा है ट्रेंड: लक्ष्य

धू

प-अगरबत्ती उद्योग में आने वाला समय ड्राई स्टिक, सूखी धूप और कोन का होगा। अगरबत्ती में धार्मिक कारणों से बांस का इस्तेमाल और गीली धूप में अत्यधिक धुएं के कारण आम उपभोक्ता तेजी से ड्राई स्टिक की तरफ बढ़ रहे हैं। सूखी धूप में धुआं कम और सुगंध भी ज्यादा है। कई प्रमुख धूप, अगरबत्ती, सांब्रानी कंपनियों के डिस्ट्रीब्यूटर, रा मैटेरियल्स के सप्लायर और जॉब वर्क करने वाले दिल्ली के श्याम अगरबत्ती फर्म के श्री लक्ष्य ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में उक्त जानकारी देते हुए बताया कि इस वक्त दिल्ली में ही ड्राई धूप स्टिक्स की बिक्री 60 प्रतिशत से अधिक है, जबकि लगभग 40 प्रतिशत मार्केट अगरबत्तियों की है। उन्होंने कहा कि इस वक्त बाजार में गीली धूप और सुखी धूप में जबरदस्त कंपटीशन है। सूखी धूप को लोग ज्यादा पसंद कर रहे हैं। अगरबत्तियों की स्टिक में बांस का इस्तेमाल, तो वहीं गीली धूप में धुआं ज्यादा होता है। इसलिए स्वास्थ्य कारणों से कम पसंद किया जा रहा है। ऐसे में लोग ड्राई स्टिक ज्यादा पसंद कर रहे हैं। ड्राई स्टिक में कंपनियां नए-नए प्रयोग भी कर रही हैं। ज्यादा सुगंध और कम धुएं वाले उत्पाद लोकप्रिय हो रहे हैं। अगरबत्ती की तरह 6 से 8 इंच लंबी ड्राई स्टिक बाजार में आ गई हैं, जिन्हें अगरबत्तियों का विकल्प माना जा रहा है। श्याम अगरबत्ती कंपनी की स्थापना 1989 में श्री लक्ष्य जी के दादाजी ने की थी। इस

वक्त उनके पास साइकिल, जेड ब्लैक, डेल्टा, एस ए, अगरबत्ती, राज पैक, श्याम कृपा एजेंसी जैसी कंपनियों का डिस्ट्रीब्यूशन है। दिल्ली एनसीआर के अलावा उत्तर प्रदेश, पंजाब, उत्तराखंड, राजस्थान, हरियाणा सहित उत्तर भारत के बड़े इलाके तक वह सप्लाय करते हैं। उन्होंने बताया कि वह उद्योग में रा मैटेरियल सप्लाय का भी काम करते हैं, जिसमें सभी तरह का कच्चा माल, बंबू स्टिक भी है। श्याम अगरबत्ती में जॉब वर्क भी होता है और वह रा बत्ती बनाते हैं, जिसकी आपूर्ति जयपुर व कोलकाता सहित कई राज्यों में की जाती है।

सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि दिल्ली धूप- अगरबत्ती कारोबार के लिए बहुत अच्छा बाजार है। दिल्ली में धूप व अगरबत्ती के पूरे कारोबार में 50 प्रतिशत उत्पाद बंगलुरु के चलते हैं, जिसमें लिबर्टी व परिमल जैसे उत्पाद हैं। वैसे यहां मीडियम रेंज के उत्पाद ज्यादा चलते हैं। उन्होंने बताया कि अगरबत्ती उत्पादों में जेड ब्लैक,

मंगलदीप, साइकिल, गॉड गिफ्ट का अच्छा बाजार है। धूप में मंगलदीप सबसे ज्यादा बिकने वाला उत्पाद है। हरिदर्शन, सच्चे साईं, साइकिल, जेड ब्लैक मंथन, जैसे ब्रांडेड उत्पाद भी चलते हैं। इसके अलावा दिल्ली के स्थानीय ब्रांड जो कम कीमत के हैं उनका भी अच्छा खासा चलन है। उन्होंने बताया कि देव दर्शन का कोन अब काफी चलता है। ड्राई स्टिक जेड ब्लैक व मंगलदीप की चलती है। गुजरात के उत्पाद यहां कम चलते हैं जबकि जयपुर की कई कंपनियों के उत्पादों की मांग है। लक्ष्य जी ने एक सवाल के जवाब में बताया कि दिल्ली में अगरबत्ती का मुख्य मार्केट 10 रुपये की पैकिंग का है, जबकि धूप में 20

है। साइकिल का नैवेद्यम भी चलता है। डेल्टा का एकतरफा बाजार है। वह पहली कंपनी है, जिसने सांब्रानी कप लांच किया था। उसके उत्पाद में कभी कोई शिकायत भी नहीं आती और उनकी मार्केटिंग रणनीति बहुत बेहतर है। सबसे बढ़कर उनके उत्पाद की सुगंध ही एकदम अलग है, जो दूसरे उत्पादों में नहीं है। उन्होंने बताया कि डेल्टा की पुरानी मार्केटिंग रणनीति में उसने बड़े पैमाने पर फ्री सैंपलिंग की थी और अब 10 वर्षों से वह बाजार में नंबर वन पर टिक गया है। सांब्रानी में अन्य कंपनियों का काफी बाद में आई। डेल्टा के 5-6 ब्रांड हैं और पंचवर्णम की सबसे ज्यादा बिक्री है। बंगलुरु



रुपये का है। यहां ज्यादातर जीपर पाउच चलते हैं, क्योंकि उसमें सुगंध ज्यादा समय तक रहती है और वजन भी अधिक होता है। उन्होंने बताया कि दिल्ली में नए परफ्यूम मसलन पाइनएप्पल आदि कम चलते हैं। नेचुरल और ट्रेडिशनल सुगंधियों की मांग अधिक है। दिल्ली में मंगलदीप और जेड ब्लैक का श्री इन वन भी काफी पसंद किए जा रहे हैं। जेड ब्लैक की अगरबत्ती और धूप बाजार में 60 प्रतिशत की पकड़ हो गई है और उसका भविष्य बहुत अच्छा है। हालांकि सच्चे साईं गॉड गिफ्ट का काशी फोर इन वन धूप क्वालिटी और क्रांटीटी में सबसे बेहतर माना जा रहा है। उन्होंने बताया कि गॉड गिफ्ट कंपनी का डिस्ट्रीब्यूशन सिस्टम सबसे बेहतर है और वह रिटेलर को अच्छा मार्जिन देते हैं।

उन्होंने बताया कि दिल्ली में सांब्रानी का बाजार तेजी से बढ़ा है और डेल्टा इसमें नंबर वन है। उसके पंचवर्णम की सबसे अधिक खपत

की सत्या, लिबर्टी और राज फ्रेगरेंस भी हैं। धूप और अगरबत्ती कारोबार की मौजूदा स्थिति पर उन्होंने बताया कि कोरोना महामारी के 3 वर्षों के बाद इस त्योहारी सीजन में बाजार काफी उठा है। बहुत सारी कंपनियां स्कीम दे रही हैं। जेड ब्लैक, गॉड गिफ्ट ने रिटेलर के लिए टारगेटेड स्कीम दी हैं। उन्होंने बताया कि दिल्ली में लोकल और स्थानीय उत्पाद जो काफी सस्ते हैं उनकी भी मार्केट अच्छी है, लेकिन मुख्य बाजार ब्रांडेड कंपनियों के इकोनॉमी उत्पादों का ही है। ●

Mr. Lakshya
M/s. Shyam Agarbatti Co.
Shop: 3, Gurudwara Road,
New Seelampur-Delhi-110053
Ph.: +91 9818619295



प्रीमियम उत्पादों में है फैसी बॉक्स पैकिंग का चलन- हीरा वाधवा

दि

दिल्ली में 22 वर्षों से धूप और अगरबत्ती उद्योग में काम कर रहे श्री सुख इंटरप्राइजेज के प्रमुख हीरा वाधवा जी लगभग 15 कंपनियों के लिए ट्रेडिंग करते हैं। मुंबई, चेन्नई, बंगलुरु व गुजरात की कंपनियों के वह प्रमुख वितरक हैं और उनके पास परिमल मंदिर, शंकर अगरबत्ती, ए रवीराग, कृष्ण कला, समेत कई कंपनियों की एजेंसी है। वह होलसेलर और डिस्ट्रीब्यूटर भी हैं।

सुगंध इंडिया से खास बातचीत में उन्होंने कहा कि दिल्ली में अगरबत्ती का मिक्स बाजार है और यहां प्रीमियम एवं इकोनामी दोनों ही तरह के उत्पादों की मांग है। उन्होंने बताया कि यहां अगरबत्ती की बिक्री पहले ज्यादा हो रही थी, लेकिन अब धूप तेजी से बढ़ रही है। धूप में भी ड्राई धूप की मांग ज्यादा बढ़ी है फिर भी अगरबत्ती का बाजार बना हुआ है। उन्होंने बताया कि दिल्ली में आमतौर पर एक व्यक्ति प्रतिमाह 200-300 रूपए इकोनामी अगरबत्ती खरीदता है। प्रीमियम उत्पादों के ग्राहक प्रतिमाह 1000 से

2000 रूपए धूप और अगरबत्ती पर खर्च करते हैं। धूप अगरबत्ती उद्योग के उत्पादों की पैकेजिंग के मामले में दिल्ली में प्रीमियम क्वालिटी के उत्पाद फैसी बॉक्स पैकिंग में ही चलते हैं। वहीं जीपर पैकिंग में सस्ते और इकोनामी उत्पादों का चलन है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि जब नई कंपनियां अपने उत्पाद लेकर आती हैं तो हम उनके उत्पादों की कीमत और क्वालिटी देखते हैं। तभी उनकी एजेंसी लेते हैं। आजकल सस्ते उत्पाद भी अच्छी पैकिंग में आ जाते हैं इसलिए काफी सतर्कता बरतनी पड़ती है।

धूप अगरबत्ती उद्योग में 40 वर्षों से काम कर रहे हीरा वाधवा ने बताया कि पहले लोग धूपबत्ती का इस्तेमाल पूजा-पाठ के लिहाज से करते थे, लेकिन अब उसे रूम फ्रेशनर के तौर पर भी देखा जा रहा है और खुशबू पर ज्यादा जोर है। इसलिए प्रीमियम उत्पादों की मांग बढ़ रही है। उन्होंने बताया कि 20 से 25 प्रतिशत की दर पर प्रीमियम क्वालिटी के उत्पादों की मांग में बढ़ोतरी हो रही है और लोग-बाग अब ब्रांड के नाम से उत्पाद मांगते हैं। मल्टीनेशनल कंपनियों में काम करने वाला तबका हाई क्वालिटी की

सुगंध और फैसी पैकिंग ही खरीदता है क्योंकि वह धूपबत्ती का इस्तेमाल मूड व रूम फ्रेशनर के तौर पर करता है। उन्होंने बताया कि पहले फ्रूटी फ्लेवर एक्सपोर्ट क्वालिटी में ज्यादा चलता था। अब घरेलू बाजार में भी लोग पसंद करने लगे हैं, लेकिन फिर भी उसकी तुलना में ट्रेडिशनल सुगंध की ही मांग अधिक है। आमतौर पर लोग गुलाब, चंदन और मोगरा की मांग करते हैं। उन्होंने बताया कि प्रीमियम क्वालिटी के कारण बंगलुरु के उत्पाद यहां नंबर एक पर चलते हैं। इसके बाद पुणे, मुंबई और अब गुजरात के भी उत्पादों की मांग बढ़ने लगी है। दिल्ली के लोकल ब्रांड भी अच्छे खासे चलते हैं, क्योंकि उनकी सर्विस और सप्लाय ज्यादा तेज है। उन्होंने कहा कि हरिदर्शन, जेड ब्लैक, साइकिल जैसे अन्य बड़े ब्रांड सभी जगह मिल जाते हैं, लेकिन प्रीमियम उत्पादों को उनके नाम से ही मांगते हैं। ●

Mr. Hira Wadhwa
M/s. Shreesukh Enterprises
Shop: 3525, Qutub Road,
Sadar Bazar-Delhi-110006
Ph.: +91 9810696006

दिल्ली 10 रु से 1000 रु की एमआरपी वाला बड़ा बाजार

दे

देश की राजधानी दिल्ली की आबादी 3 करोड़ 30 लाख से अधिक है और यहां 10 हजार रुपए से लेकर करोड़ों रुपए प्रतिमाह की आमदनी वाली आबादी रहती है। दिल्ली में लोगों की औसत आमदनी 4 लाख रुपए से अधिक है। सबसे बड़ा तबका मध्यमवर्ग का है, जो दिल्ली की आबादी का लगभग 50 प्रतिशत है और उसकी मासिक आय 1 लाख रुपए से अधिक है। मेट्रोपॉलिटन महानगर में धूप, अगरबत्ती, सांब्राणी का हमेशा सदाबहार कारोबार रहता है। सुगंध इंडिया ने दिल्ली मार्केट के सर्वेक्षण में पाया कि यहां का औसतन एक परिवार 200 रुपए से लेकर 2000 रु तक प्रतिमाह धूप-अगरबत्ती की खरीद पर खर्च करता है। 10 रुपए के पैकेट वाली धूप व अगरबत्ती से लेकर 1000 रु में 10 काड़ी वाले या उससे भी अधिक हाई क्वालिटी वाले उत्पादों की यहां अच्छी बिक्री है। इकोनॉमी से लेकर प्रीमियम व अल्ट्रा प्रीमियम वाले ब्रांड की भी खपत है। यही कारण है कि देश में सबसे बेस्ट क्वालिटी की धूप और अगरबत्तियों का भी अच्छा बाजार दिल्ली में है।

देश की राजनीतिक राजधानी और मेट्रोपॉलिटन सिटी दिल्ली वास्तव में मिनी इंडिया है। यहां कश्मीर से लेकर कन्याकुमारी और कच्छ से लेकर कामाख्या के 38 राज्यों के लोग रहते हैं। यहां गरीब से गरीब और अमीर से अमीर लोग भी रहते हैं। इसलिए यहां का बाजार भी उसी आबादी के हिसाब से बना है। कोठियों, हाई राइज सोसाइटी की बिल्डिंगों, कॉलोनियों, अनऑथराइज्ड इलाकों में विकसित हुए बड़े-बड़े मोहल्ले और झुग्गी झोपड़ियों में भी लोग रहते हैं। बंगलुरु, अहमदाबाद, मुंबई, इंदौर, जयपुर सहित देश के अन्य राज्यों में बनने वाली धूप, अगरबत्ती व सांब्राणी कप और पूजा पाठ की सामग्रियों की यहां के बाजारों में अच्छी खासी खपत है। देश की नंबर

वन कंपनी साइकिल, जेड ब्लैक, मंगलदीप, सच्चे साई, हरि दर्शन, बालाजी, सत्या परिमल मंदिर, ओरके, लिबर्टी, के अलावा बंगलुरु की हाई क्वालिटी के प्रीमियम उत्पाद बनाने वाली सभी कंपनियों के उत्पाद भी यहां खूब बिकते हैं। सुगंध इंडिया ने अपने सर्वे में पाया कि आर्थिक संपन्नता के कारण यहां शिक्षा और स्वास्थ्य जागरूकता का स्तर भी ज्यादा है इसलिए दिल्ली बाजार में बंबू बांस के कारण अगरबत्ती और अत्यधिक धुएं के कारण गीली धूप के स्थान पर ड्राई स्टिक और सांब्राणी कप का चलन तेजी से बढ़ रहा है। दिल्ली में धूप-अगरबत्ती की बिक्री में भागीदारी के रूप में देखा जाए तो, धूप का चलन 60 से 65 प्रतिशत और अगरबत्ती का 35 से 40 प्रतिशत है। सुगंध में दिल्ली अभी भी ट्रेडिशनल सुगंध को पसंद करती है। पाइनएप्पल व अन्य फलों के सुगंध वाले उत्पादों की तुलना में यहां गुलाब, मोगरा, चंदन, चमेली को ज्यादा पसंद किया जाता है। यहां सबसे ज्यादा बिकने वाली अगरबत्तियों में साइकिल, जेड ब्लैक, आईटीसी की मंगलदीप, बालाजी, संदेश, काशी गॉड गिफ्ट, जैसे ब्रांड बेहतर स्थिति में चलते हैं। वैसे धूप-अगरबत्ती में जेड ब्लैक

का यहां के बाजार पर 60 प्रतिशत का कब्जा है। दिल्ली और पंजाब की कई कंपनियों के अलावा बंगलुरु, तमिलनाडु, पुणे, मुंबई, इंदौर, गुजरात, जयपुर के सस्ते से लेकर हाई क्वालिटी के प्रीमियम रेंज के उत्पादों का दिल्ली बड़ा बाजार है। यहां अगरबत्तियों की बिक्री 10 रु की एमआरपी में सबसे ज्यादा है। इकोनामी के कारण जीपर की मांग ज्यादा है। वहीं प्रीमियम क्वालिटी की अगरबत्ती आकर्षक बॉक्स पैकिंग में ज्यादा चलती हैं। धूप में यहां 50 रु की एमआरपी वाले मंगलदीप, हरिदर्शन, जेड ब्लैक सबसे ज्यादा चलते हैं। सच्चे साई और गॉड गिफ्ट की भी स्थिति बहुत बेहतर है, लेकिन टॉप पर मंगलदीप है। देव दर्शन की धूप की स्थिति भी थीक है। धूप में प्रीमियम क्वालिटी के कई उत्पाद हैं, जिनकी एमआरपी 70 रु है, लेकिन वह 50 से 60 रुपए में बिकते हैं। वैसे इकोनॉमी में 20 रु की धूप की ज्यादा मांग है। सबसे ज्यादा जिपर पाउच के उत्पाद चलते हैं, जो सस्ते और ज्यादा वजन वाले होते हैं। वहीं दूसरी ओर प्रीमियम उत्पाद बॉक्स पैकिंग में पसंद किए जा रहे हैं।

पॉश और संपन्न इलाकों के बड़े कार्टर पर ही प्रीमियम उत्पाद चलते हैं, तो गली मोहल्ले के दुकानों पर इकोनामी की मांग है।



सुगंध इंडिया के सर्वेक्षण के अनुसार यहां

70 प्रतिशत खपत इकोनामी की है, तो 30 प्रतिशत उत्पाद प्रीमियम के चलते हैं। धूप में ड्राई स्टिक व कोन का चलन इधर 10 प्रतिशत की रफ्तार से तेजी से बढ़ रहा है। देव दर्शन का कोन यहां अच्छा चलता है। यहां बंगलुरु के लिबर्टी, बालाजी, परिमल मंदिर, ओरके, दर्शन सहित कई बड़े ब्रांड 50 प्रतिशत चलते हैं। ड्राई स्टिक में जेड ब्लैक की बहुत मांग है। कोन की बात की जाए तो देव दर्शन की सेल अच्छी है।

दिल्ली में तमिलनाडु की डेल्टा ब्रांड और अन्य कंपनियों के विभिन्न सुगंधों में सांब्राणी कप की मांग तेजी से बढ़ रही है। सांब्राणी में लोबान सबसे ज्यादा पसंद किया जाता है। पंचजन्य, बालाजी, साइकिल, सत्या, लिबर्टी, आदि कंपनियों के भी कप काफी चलते हैं, लेकिन डेल्टा का संप्रदायम और पंचवर्णम की सबसे ज्यादा मांग है। बाजार में कई डिस्ट्रीब्यूटर और रिटेलर्स ने बताया कि डेल्टा के 5-6 ब्रांड यहां काफी पसंद किए जा रहे हैं और एक नंबर की स्थिति में बिकते हैं। ●

Natural Essential Oils Aromatherapy Oils & Carrier Oils

Serving The World Since 1972

**U.S. FDA, WHO-GMP, ISO 9001, HACCP
KOSHER, HALAL, FSSAI & ORGANIC CERTIFIED**

Natural

Essential Oils
Carrier Oils
Herbal Extracts
Perfumery Compounds
Aromatherapy Oils
Oleoresins etc



RAKESH
SANDAL INDUSTRIES

STAR EXPORT HOUSE RECOGNIZED BY GOVT. OF INDIA

25, Azad Nagar, Kanpur - 208002 (U.P.) India.

Mob: +91 73882 33330/31/34/39

Email: info@rakeshin.com

Web: www.rakeshin.com

OUR GROUPS



OUR MEMBERSHIPS



AYURSTAR⁵⁵⁵TM

AGARBATTI



Also available in other Fragrances

SIGNATURE

CHAMPA

MOGRA

CHANDAN

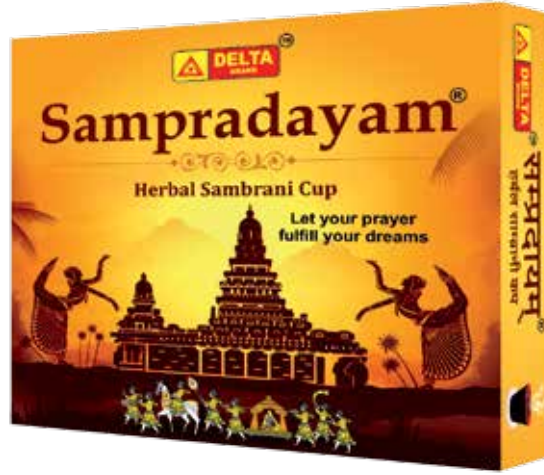
3IN1 ROYAL

LAVENDER

All Fragrances available in Eco boxes of ₹ 50/- in 125gm
& Hanging pouches of ₹ 12/- in 25gm

For Trade Enquiry : +91 73979 06555, +91 98909 19171

☎ 1800 233 1555 🌐 www.ghodawatconsumer.com



धार्मिक कार्यों में इस्तेमाल के अलावा घर और कार्य स्थलों को सुगंधित बनाने के लिए दक्षिण भारत में सांब्रांनी कप का लंबे समय से चलन रहा है, लेकिन इधर बीच तमिलनाडु की डेल्टा ट्रेड लिंक कंपनी के विभिन्न फ्रेगरेंस के सांब्रांनी कपों का चलन देश की राजधानी दिल्ली सहित कई उत्तर भारतीय राज्यों में होने लगा है। सुगंध इंडिया ने दिल्ली एनसीआर के अपने सर्वेक्षण में पाया कि दूसरी कंपनियों के सांब्रांनी कप की तुलना में डेल्टा का पंचवर्णम सांब्रांनी कप की बिक्री नंबर 1 पर पहुंच गई है। दुकानदारों ने बताया कि डेल्टा के उत्पाद उच्च गुणवत्ता वाले हैं। साथ ही उनकी मार्केटिंग की रणनीति बहुत बेहतर है। डेल्टा ने त्योहारों के मौसम में संप्रदायम और संप्रदायम कलर ब्रांड लांच किया, जिसमें कंपनी ने प्रत्येक रिटेल बॉक्स में चार अलग-अलग रंगों और सुगंध में

कप जारी किए हैं। त्योहारों के मौसम में इसको बहुत बेहतर रिस्पांस मिला है। ग्राहकों में हमेशा कुछ नएपन का रुझान रहता है। इसलिए उसने उसे हाथों हाथ लिया है। सांब्रांनी के अलावा कंपनी ने सभी वर्ग के ग्राहकों को ध्यान में रखते हुए इकोनॉमी, प्रीमियम फ्लोरा और अल्ट्रा लज्जरी श्रेणियों में भी अगरबत्ती उत्पाद त्योहारों में लांच किए हैं। कंपनी का दावा है कि उसकी इकोनामी रेंज की अगरबत्तियों की सुगंध और क्वालिटी बाजार में इसी श्रेणी की अन्य अगरबत्तियों से बहुत ज्यादा आगे है। प्रीमियम फ्लोरा रेंज के उत्पादों को कंपनी की युवा पीढ़ी के प्रमुख श्री सूरिया ने निर्मित किया है। कंपनी का मानना है कि अल्ट्रा लज्जरी सेगमेंट की अगरबत्तियां ऐसे उपभोक्ताओं के लिए हैं, जो हाई क्वालिटी लेते समय कीमत नहीं देखते। ●

डीपीबी प्रोडक्ट बड़ोदरा अगरबत्ती उद्योग की प्रमुख कंपनियों में से एक है। गुजरात का यह उत्पाद उत्तर प्रदेश, बिहार, उड़ीसा, पश्चिम बंगाल, झारखंड और असम सहित कई राज्यों में अच्छी स्थिति में आ गया है। डीपीबी के उत्पाद दिव्यास्त्र केशव ब्रांड के तहत अगरबत्ती, धूप, ड्राई स्टिक व कोन आते हैं। केशव डीपीबी का प्रमुख ब्रांड है और कई राज्यों के बाजारों में उसकी पकड़ मजबूत हुई है। केशव के अलावा कंपनी के लगभग 300 उत्पाद विभिन्न सेगमेंट में हैं, जिसमें 3 इन 1, दिव्यास्त्र 100, दिव्यास्त्र 50 दिव्य, दिव्यास्त्र सृष्टि, दिव्यास्त्र व्हाइट डायमंड, दिव्यास्त्र ब्लैक डायमंड, दिव्यास्त्र केसरी, दिव्यास्त्र कैफर और दिव्यास्त्र आशीर्वाद की जबरदस्त मांग है। यह सभी उत्पाद 5 रुपये से लेकर 100 रुपये की एमआरपी तक के हैं। दिव्यास्त्र के धूप में गूगल, चंदन और देव मंदिर की सबसे ज्यादा मांग है। दिव्यास्त्र के गीली व सूखी धूप के अलावा कोन और सांब्रांनी कप भी लोकप्रिय हैं। इसके अलावा कंपनी हवन सामग्री पूजा आयल, कपूर आदि भी जल्द ही लांच करने वाली है। कंपनी की दिव्यास्त्र को 2024 तक पैन इंडिया और फिर एब्रांड तक विस्तार करने की योजना है। ●

केशव कई राज्यों में हिट



*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा अक्टूबर-नवंबर-2022, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



वडोदरा में चलती है निशान की गीली धूप

धूप और अगरबत्ती उद्योग में अहमदाबाद के निशान प्रोडक्ट्स का धूप गुजरात के प्रमुख लोकप्रिय उत्पादों में से एक है। यही कारण है कि कंपनी समय-समय पर नए-नए फ़ेगरेन्स में अपने उत्पाद लाती रहती है। यहां निशान अगरबत्ती सबसे ज्यादा बिकती है। साथ ही कंपनी की गीली धूप की भी मांग बड़े पैमाने पर है। निशान की गीली धूप रातरानी, फिरदौस, लोबान और जैस्मिन की सुगंध बहुत मनमोहक है। इन सभी के एक रिटेल पैक में 20 स्टिक होती हैं, जिसकी

एमआरपी 30 रुपये है। धूप और बंबू लेस अगरबत्ती की बढ़ती मांग का सकारात्मक असर निशान की धूप पर भी पड़ा है। जहां गुजरात के प्रमुख शहरों के बाजारों में निशान नंबर एक पर काबिज है। वहीं निशान के उत्पाद 13 राज्यों में भी लोकप्रिय हो रहे हैं। कंपनी अब तक 350 से अधिक उत्पाद बाजार में उतार चुकी है। सुगंध इंडिया को डिस्ट्रीब्यूटर और रिटेलर्स ने बताया कि कोई भी उपभोक्ता एक बार निशान के उत्पाद ले जाता है, तो वह उसे दोबारा मांगता है। ●



कई राज्यों में खिल रही गॉड गिफ्ट की धूप

दिल्ली की तिरुपति इंडस्ट्रीज का नाम देश की प्रमुख धूप अगरबत्ती निर्माता कंपनियों में है। कंपनी के गॉड गिफ्ट ब्रांड में सच्चे साईं अगरबत्ती-धूप, काशी धूप और चांस अगरबत्ती की देश के कई राज्यों में अच्छी खासी मांग है। कंपनी की काशी फोर इन वन धूप देश की प्रमुख मंडियों में सर्वाधिक बिकने वाला ब्रांड है। इसकी लोकप्रियता का अंदाजा इसी से लगाया जा सकता है कि देश के धार्मिक स्थलों के बाहर इसे हाकर्स बेचते नजर आते हैं। दिल्ली-एनसीआर में गॉड गिफ्ट की धूप सबसे ज्यादा बिकने वाला उत्पादों

में से है। गॉड गिफ्ट के उत्पाद को दुकानदार और उपभोक्ता उच्च क्वालिटी का बताते हैं। कंपनी की मार्केटिंग रणनीति ऐसी है कि उसकी पहुंच सभी बाजारों में आसानी से हो जाती है। कंपनी ने अपने उत्पादों के प्रचार-प्रसार के लिए क्रिकेटर ऋषभ पंत को अपना ब्रांड अंबेसडर बनाया है। कंपनी के उत्पाद अलग-अलग रेंज और विभिन्न फ़ेगरेन्स में उपलब्ध हैं। कंपनी की प्रीमियम धूप स्टिक ब्रांड में गॉड गिफ्ट रेड एप्पल, ग्रीन एप्पल और ब्लू एप्पल की जबरदस्त मांग है। ●

*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा अक्टूबर-नवंबर-2022, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



दिल्ली को पसंद है देव दर्शन का कोन

चंडीगढ़ की देवदर्शन धूप-अगरबत्ती कंपनी देश में सबसे पुरानी और लोकप्रिय रेंज का उत्पादन करने वाली कंपनियों में से एक है। देव दर्शन के उत्पाद देश के कई राज्यों में काफी लोकप्रिय हैं। सुगंध इंडिया ने दिल्ली-एनसीआर में किए गए अपने सर्वे में पाया कि देवदर्शन के कोन यहां काफी पसंद किए जा रहे हैं। धूप का चलन देश भर में बढ़ रहा है और दिल्ली भी उससे अछूता नहीं है। धार्मिक व स्वास्थ्य कारणों से लोग बंबू लेस अगरबत्ती और गीली धूप के बजाय लोग देव दर्शन के कोन को अपना रहे हैं। देव दर्शन कोन 4 सुगंधियों में है। इसमें लेवेंडर, संदल, रोज और लिली का फ्लेगरेंस है। एक सुगंध वाले 40 ग्राम के पैकेट की एमआरपी 75 रुपये है होलसेल पैक में 12 रिटेल पैक हैं और प्रत्येक सुगंध के 3 पैकेट आते हैं, जिसकी कीमत 300 रुपये है। देव दर्शन के बारे में माना जाता है कि वह एक ऐसी कंपनी है जो कभी भी क्वालिटी से समझौता नहीं करती। यही कारण है कि ग्राहक उसके सभी उत्पादों को बहुत पसंद करते हैं। देव दर्शन उत्पादों की देश के कई राज्यों के अलावा विदेशों में भी अच्छी खासी मांग है। इसके अलावा देव दर्शन सभी रेंज में अगरबत्ती, धूप हवन और पूजा सामग्रियों का उत्पादन करती है। कंपनी ने हाई क्वालिटी के परफ्यूम का भी उत्पादन शुरू किया है, जिसे लोग पसंद कर रहे हैं। ●

नागपुर में पूजा पाठ व डेनिम धूप लोकप्रिय

अनंत प्रोडक्ट्स, भोपाल के अगरबत्ती व धुप उत्पाद देश की कई मंडियों अच्छी बिक्री वाले उत्पाद माने जाते हैं। कंपनी के डेनिम ब्रांड के उत्पाद कई शहरों में लोकप्रिय हैं व नाम से बिकते हैं। बात करें नागपुर की तो यहाँ अनंत प्रोडक्ट्स के कई धुप उत्पादों की अच्छी बिक्री है। अगरबत्ती के साथ साथ धुप के लिए भी नागपुर अच्छी मंडी माना जाता है। देश भर में बढ़ रहे धुप के ट्रेड का फायदा अनंत प्रोडक्ट्स को भी मिलता दिख रहा है। खासकर पूजा पाठ मोगरा, संदल व रोज डीलक्स धुप अच्छी मांग में है। इसके होलसेल पैक में 10 धुप स्टिक के 12 पैकेट आते हैं और इसकी एम आर पी 180 रु है। साथ ही कैम्प डेनिम डीलक्स धुप की भी मांग है जिसका होलसेल पैक 180 रु एम आर पी है और इसमें 10 धुप स्टिक के 12 पैकेट आते हैं। इसके अलावा डेज पूजा पाठ परफ्यूम धुप भी डिमांड में है। ●



*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा अक्टूबर-नवंबर-2022, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



कुबेर गोल्ड धूप की मच रही धूम

दिल्ली की कुबेर गोल्ड धूप देश के कई राज्यों में लोकप्रिय उत्पाद है। बात करें दिल्ली-एनसीआर की तो धूप-अगरबत्ती उद्योग के जानकारों का दावा है कि कुबेर गोल्ड यहां सर्वाधिक बिकने वाले धूप ब्रांड में शामिल है। दिल्ली से बाहर उत्तर भारत के अन्य राज्यों में भी उसकी मांग बढ़ रही है। वह उत्तर प्रदेश में काफी लोकप्रिय है। खास तौर पर बनारस और पूर्वांचल के कई जिलों में यह नंबर एक की स्थिति पर है। कुबेर गीली धूप और ड्राई स्टिक दोनों ही तरह के उत्पाद बनाता है। पूर्वांचल में उसके 5 और 10 रुपये की एमआरपी वाले पैकेट के अलावा अधिक वजन वाले पैकेजिंग की अच्छी खासी मांग है। शहरों और कस्बों में दुकानदार व अन्य मध्यम श्रेणी के लोग उसकी गीली धूप बत्ती का सर्वाधिक इस्तेमाल कर रहे हैं, क्योंकि उसे इकोनॉमिकल माना जाता है। ●



त्योहारों में हिट है सफारी बिग एफएनएफ

नागपुर का ठकराल समूह जाना जाता है अपनी उच्च गुणवत्ता की अगरबत्तियों और साथ ही आकर्षक गिफ्ट पैकेजिंग के लिए। कंपनी का सफारी बिग ब्रांड सदाबहार ब्रांड है। इसी ब्रांड के अंतर्गत खास त्योहारी सीजन के लिए है सफारी बिग एफएनएफ यानी फ्रेगरेंस एंड फेस्टिवल्स ऑफ इण्डिया अगरबत्ती पैक। यह उत्पाद कंपनी ने खास गिफ्टिंग के लिए बनाया है। इसमें आप अपने परिजनों व मित्रों को कई आकर्षक सुगंधों की अगरबत्तियां एक ही पैक में उपहार में दे सकते हैं। सफारी बिग एफएनएफ के पैक में सुपर ग्रीन मोगरा, कॉपर फ्रेश ग्रीन, स्काय ब्लू स्वीट फ्लोरल, पिंक केवड़ा, वायलेट फैन्सी लैवेंडर, मयूरपंख फूटी फ्लोरल, ग्रीन जैस्मिन, कॉफी फ्रेंच फ्यूजर, ब्राउन सैंडल, मेटैलिक चिप्र, मजेंटा रजनीगंधा, सिल्वर रोज़ की आकर्षक सुगंधित अगरबत्तियां आती हैं। इस पैक की और एक खास बात यह है कि कंपनी सभी अलग अलग सुगंध की अगरबत्तियों के पैकेट एक आकर्षक टीन के बॉक्स में देती है जो बाद में घर में भी समान रखने के लिए प्रयोग किया जा सकता है। साथ ही इसमें एक मेटैलिक अगरबत्ती स्टैंड भी आता है। त्योहारी सीजन में इसकी मांग काफी बढ़ जाती है क्योंकि यह एक परफेक्ट गिफ्ट है घर और वातावरण को सुगंधित और खुशनुमा करने के लिए। कंपनी ने हाल ही में टिमबर कलेक्शन भी लॉन्च की थी जिसे ग्राहकों ने हाथोंहाथ लिए। यह कलेक्शन चार अलग अलग सुगंधों की बम्बू रहित अगरबत्तियों में एक आकर्षक वुडन बॉक्स में कंपनी ने जारी की है। ●

*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा अक्टूबर-नवंबर-2022, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।

जरूरी है
उद्योग में
एकता

गोल्डी
नागदेव

अनगिनत उत्पाद के
बजाय इनोवेशन पर
हरि दर्शन का फोकस



भारत में जब ब्रिटिश ईस्ट इंडिया कंपनी अपने पैर जमा रही थी और मुगल शासन अपने अस्त पर था, उसी समय से हरि दर्शन के पूर्वजों का पीड़ियों से सुगंधित जड़ी बूटियों व एसेंशियल ऑयल का पारिवारिक व्यापार था। जब देश को आजादी मिली तब विभाजन ने इस परिवार के लिए सब बदल दिया और तकदीर ने एक नया रुख लिया। आज हरि दर्शन का नाम सबसे पुराने धूपबत्ती ब्रांडों में शुमार है। देश की जानी मानी धूपबत्ती कंपनी हरि दर्शन के देश से लेकर दुनिया भर में इसके ग्राहक हैं। हरि दर्शन कंपनी के प्रमुख श्री गोल्डी नागदेव ने सुगंध इंडिया से उद्योग की चुनौतियों व बाजार के बदल रहे ट्रेंड पर खुलकर बातचीत की। उन्होंने उद्योग में सुगंध को लेकर आ रहे नए ट्रेंड, पैकेजिंग में बदलाव, ई-कॉमर्स कंपनियों की ओर से ओर ई-कॉमर्स कंपनियों को आ रही चुनौतियों और अनगिनत कंपनियों के रोजाना आ रहे नए रेंज पर अपने विचार व्यक्त किए।

आए खाली हाथ, बस सपनों के साथ

कंपनी के इतिहास को सुगंध इंडिया के साथ साझा करते हुए श्री गोल्डी नागदेव ने कहा कि मेरे दादा जब कराची से रिफ्यूजी के रूप में दिल्ली आए, तो वह साथ सिर्फ उम्मीदों को लेकर आए थे। काफी संघर्ष के बाद सदर बजार से उन्होंने अपना पुश्तैनी कारोबार शुरू किया। शुरुआत में वह अगरबत्ती व धूप के वितरण व थोक का काम करते थे। फिर जब मेरे पिताजी ने 1960 में व्यापार में कदम रखा तब अगरबत्ती व धूप का निर्माण एक छोटे कारखाने से शुरू किया गया और वहां से हरि दर्शन ब्रांड का जन्म हुआ। मेरे पिता जी स्व० जे एन नागदेव जी ने इस कारोबार को फिर और आगे बढ़ाया। वह धूप बत्ती के जादूगर माने जाते थे और बहुत ही कठोर परिश्रम करते थे। धीरे धीरे हमारा उत्पाद एक राज्य से दुसरे तक फैला और देशभर की मंडियों में हरि दर्शन छा गया। हम हमेशा से ही उत्पाद की अच्छी गुणवत्ता, नवाचार और ग्राहकों की संतुष्टि के प्रति प्रतिबद्ध हैं। सन् 1990 आते-आते हरि दर्शन के उत्पाद विदेशों तक निर्यात होने लगे।

उद्योग में आते रहते हैं कई बदलाव

खुद को पायनियर कहे जाने संबंधी सवाल के जवाब में गोल्डी जी ने विनम्रता पूर्वक जवाब दिया कि हम अपने उत्पाद को पायनियर नहीं मानते, क्योंकि प्रत्येक सालभर, 6 माह में बाजार व उद्योग के सभी क्षेत्रों के ट्रेंड में बहुत कुछ बदलाव आ जाता है। कभी कच्चे माल की कमी, कभी कीमत की बढ़ोतरी, फ्रेगरेंस, अरोमा और उनकी क्वालिटी में चेंज, कभी उपभोक्ता की मांग में बदलाव। आज आपकी बॉक्स पैकिंग में महारत है, तो प्लास्टिक पाउच व ज़िप्पर आ गया, तो स्थिति ही बदल गई। ई-कॉमर्स कंपनियां आ गईं तो ऑनलाइन मार्केट के कारण सब



कुछ बदल गया और नए सिरे से चीजों को शुरू करना पड़ता है। किसी भी उद्योग की तरह यहां भी निरंतर बदलाव होता है। गोल्डी जी का मानना है कि हम आकाशा की ऊंचाई कभी नहीं छू सकते, आकाश अनंत है। आप जहां आज हैं, कल उससे ऊपर जाने की कोशिश कर सकते हैं। अगर आप ऐसा सोचने लगे के आप ऊंचाईयों पर हैं या सबसे ऊपर हैं तो आगे बढ़ने की इच्छा समप्त हो जाती है। हमें सदैव जमीन से जुड़े रहना चाहिए और विनम्र रहना चाहिये।

ग्राहक अब है ज्यादा जागरूक

ग्राहक अब और अधिक जागरूक है क्योंकि वह उत्पाद के मूल्य निर्धारण और मात्रा के बारे में जानता है। ग्राहक अब सब कुछ गूगल पर जान सकता है। वर्तमान में उद्योग में उत्पाद का मूल्य निर्धारण करते समय ग्राहक पर विचार नहीं किया जाता है, केवल निर्माताओं और नेटवर्क के मुनाफे को ध्यान में रखा जाता है। उपभोक्ता को भी प्रक्रिया में शामिल किया जाना चाहिए। बेहतर तरीका यह है कि ग्राहक के अनुसार कीमत रखें और सुनिश्चित करें कि उसे गुणवत्ता और मात्रा सही दाम में मिले। उत्पाद की एम आर पी तय करते समय उपभोक्ता पर लगाई गई लागत और उस लागत की तुलना में माल की मात्रा व गुणवत्ता सही मिले, यह प्राथमिक कारक होना चाहिए।

दुकानदार और ग्राहक का है एक रिश्ता

ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों चैनलों की अपनी भूमिका और महत्व है। यह सब उपभोक्ता की पसंद, सुविधा और मूल्य पर निर्भर करता है। जब कोई उपभोक्ता किराने की खरीदारी के लिए जाता है, तो वह दैनिक जरूरतों के साथ-साथ पूजा उत्पाद भी खरीदता है। निकटतम दुकान तक चलकर और व्यक्तिगत रूप से सभी चीजें खरीदने से एक ग्राहक को संतुष्टि मिल सकती है जबकि दूसरे के लिए ऑनलाइन मार्केट प्लेस से खरीदारी करना अधिक सुविधाजनक हो सकता है। उपभोक्ताओं ने वर्षों से अपने स्थानीय दुकानदारों के साथ एक विश्वास और रिश्ता विकसित किया है और यह पीढ़ियों से चला आ रहा है। जबकि ऑनलाइन खरीदारी में विक्रेता के साथ कोई बातचीत नहीं होती है और कभी-कभी खरीदा हुआ सामान वापिस करने या बदलने में थोड़ी दिक्कत भी आ जाती है। जिस तरह एटीएम कार्ड या ऑनलाइन पेयमेंट द्वारा दी जाने वाली आसानी के बावजूद, लोग अभी भी नकदी का उपयोग करते हैं या बैंकों में जाते हैं, उसी तरह ऑनलाइन और ऑफलाइन दुकानें दोनों ही साथ साथ चलती रहेंगी।

उद्योग में युनिटी की है जरूरत

उद्योग की चुनौतियों संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि आज उद्योग ने खुद अपने लिए बड़ा चैलेंज खड़ा किया है। किसी भी कंपनी का विकास पूरे उद्योग के विकास से जुड़ा है। धूप और अगरबत्ती उद्योग में भी ऐसा ही है। लोगों के पास दिमाग है और सबसे बढ़कर सौ-दो सौ वर्ष के ज्ञान की विरासत है, पीढ़ियों का ज्ञान है, लेकिन आपस में समन्वय नहीं है और प्रतियोगिता है। प्रतियोगिता अच्छी चीज है, लेकिन सबको साथ मिलकर काम करना चाहिए और सहयोग करना चाहिए। इसी से उद्योग का विकास होगा। ऑटोमोबाइल सेक्टर, एयरलाइन और संचार कंपनियों में जो एका है वह इस क्षेत्र में नहीं दिखाई देता। यह अपने आप में समस्या है। यह खुद में एक बहुत बड़ी समस्या है।



ग्राहक चाहता है वाजिब दाम में अच्छी सुगंध

अगरबत्ती व धूप कंपनियों के सैंकड़ों ब्रांड की रेंज संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि इसका भी कोई मतलब नहीं है। आज चंद माह पुरानी कंपनियों के पास सैंकड़ों रेंज हैं, जबकि हकीकत यह है कि सभी उत्पाद एक जैसे हैं। बस उनके नाम बदल दिये जाते हैं। वास्तविकता यह है कि बाजार में एक रेंज में सिर्फ 30 से 40 उत्पाद बिकते हैं। एक उपभोक्ता क्या खरीदता है? एक उत्पाद और अपनी पसंद की खुशबू। एक उपभोक्ता के लिए ब्रांड, पैकेजिंग और कंपनी सब बाद की चीजें हैं क्योंकि उसे सस्ते में एक अच्छी सुगंध की अगरबत्ती चाहिए। इसलिए मुझे लगता है कि रेंज के मामले में प्रैक्टिकल और अट्रैक्टिव होना चाहिए।



वे कहते हैं कि अलग अलग क्षेत्रों में ग्राहक की पसंद भी अलग हो जाती है लेकिन मुझे इस तर्क में ज्यादा गहराई नहीं दिखती। एक अच्छा मूल्य उत्पाद इस बाधा को तोड़ देगा। कुछ मामलों में, विभिन्न क्षेत्रों में पैकेजिंग के विभिन्न प्रकारों और आकारों की मांग है। उदाहरण के लिए; गोल पैकेजिंग में एक ब्रांड एक निश्चित राज्य में लोकप्रिय है और उसी सुगंध वाला एक ही ब्रांड दूसरे में चौकोर पैकेजिंग में लोकप्रिय है। कुछ शहरों में; पाउच पैक पर ज़िपर को प्राथमिकता दी जाती है। यह बस ट्रेंड के चलते किया जा रहा है न कि इसके पीछे कोई रिसर्च या तर्क है। हमें इस सब से आगे आकर विचार करना चाहिए।

सैंकड़ों उत्पादों की रेंज है कष्ट कारक

उद्योग में रेंज को लेकर मची होड़ पर उन्होंने कहा कि दरअसल इस समस्या का हल करने के बजाय हम लोगों ने जुगाड़ करना शुरू कर दिया है। एक जगह की रिपोर्ट में जो कहा गया उसे शुरू कर दिया। कहीं फैंसी रोज, तो कहीं खास गुलाब के नाम से एक ही उत्पाद को बेचना शुरू किया। एक को लाल डिब्बे में सफेद गुलाब की फोटो के साथ, तो दूसरे को लाल गुलाब सफेद डिब्बे की प्रिंटिंग के साथ बेचने लगते हैं। किसी को पाउच

में किसी को बॉक्स में और यह सब उपभोक्ता के नाम पर किया जा रहा है। उदाहरण के तौर पर एक उपभोक्ता 10 रु की एमआरपी में ज्यादा से ज्यादा बत्ती चाहता है। अब ऐसे में उसे जैसे चाहो वैसे दे दो, पन्नी, कागज या पाउच में हो। इसी को लोगों ने ट्रेंड बताना शुरू कर दिया। इसके विपरीत अगर हम दूसरे एफएमसीजी उत्पादों को देखें, तो जहां जहां एक ब्रांड बिकता है, एक समान ही होता है, उदाहरण के तौर पर मैगी। एक विशेष ब्रांड का बिसकुट दिल्ली और मुंबई में समान तरीके से बिकता है। लेकिन धूप और अगरबत्ती में जो हो रहा है। वह बहुत ही कष्ट कारक है। निश्चित तौर पर इस बात से उद्योग में और भी लोग सहमत होंगे।

धूप का बाजार बढ़ रहा है लेकिन अगरबत्ती की मांग ज्यादा

धूप की बढ़ती मांग के सवाल पर गोल्डी जी ने कहा कि धूप और अगरबत्ती दोनों की ही बिक्री बढ़ रही है, लेकिन अगरबत्ती अभी भी धूप से आगे है। कुछ राज्यों में धूप जरूर ज्यादा बिकती है, लेकिन अगरबत्ती की खपत पूरे भारत में अधिक है। उन्होंने कहा कि धार्मिक कारणों से भी धूप की मांग बढ़ रही है। उन्होंने कहा कि बाजार में कंपनी अपने सभी उत्पादों को शामिल करती है। जैसे देश की बड़ी एफएमसीजी कंपनियां अपने कई तरह के उत्पाद बाजार में उतारती हैं जिसमें से कुछ उत्पाद सब जगह बिकते हैं और कुछ सिर्फ एक दो मार्केट में। इसकी वजह बहुत सारी हो सकती है।

प्रार्थना से लेकर लाइफस्टाइल तक है धूप और अगरबत्ती का उपयोग

धूप और अगरबत्ती के देश और दुनिया में बढ़ते उपयोग पर गोल्डी जी ने कहा कि धूप और अगरबत्ती जलाना हमारी सभ्यता और संस्कृति में शामिल है। आजकल मैंने देखा है कि लोग परिवार में अपने बच्चों को भी पूजा पाठ करने की तरफ ला रहे हैं। सभी धर्मों में प्रार्थना करना, भगवान को धन्यवाद देना और गलत करने पर माफी मांगना सिखाता है। यह विचार देश और दुनिया में बढ़ रहा है। उन्होंने कहा कि एक्सपोर्ट की डिमांड अलग-अलग है। श्रीलंका, बांग्लादेश, नेपाल, पाकिस्तान का बाजार भारत जैसा ही है। विकसित देशों में धूप व बत्ती लाइफस्टाइल के प्रोडक्ट हैं, तो उनकी मांग अलग है। उन्होंने कहा कि हरि दर्शन का एक्सपोर्ट साउथ अमेरिका, नॉर्थ अमेरिका, अफ्रीका और यूरोप तक है। कोरोना के कारण कुछ उतार चढ़ाव व ट्रांसपोर्ट की समस्या जरूर थी, लेकिन अब सब फिर से ठीक चल रहा है।



इनोवेटिव उत्पाद लाने कि दिशा में है हरि दर्शन

हरि दर्शन की भविष्य की योजनाओं और नए उत्पादों के संबंध में उन्होंने कहा कि कंपनी के अनगिनत उत्पाद हैं, लेकिन अब हम अपने रेंज और नहीं बढ़ाना चाहते। हम धूप, अगरबत्ती कोन के अलावा हवन सामग्री, चंदन टीका, समरानी, पूजा दिया, ज्योत बत्ती आदि सभी कुछ बनाते हैं, और अब हमारा ध्यान मौजूदा उत्पादों को ही और नया और बहतर बनाने पर है न कि और नए उत्पाद लाने में और इस दिशा में तेजी से काम शुरू कर दिया गया है। कंपनी नित नए रेंज के उत्पाद लाने की होड़ में शामिल होने के बजाए नए तरीके चाहती है।

गोल्डी नागदेव, व्यापार से हटकर

श्री गोल्डी नागदेव अपने शब्दों में एक उद्यमी, पर्यवेक्षक, विचारक, शिक्षार्थी, घूमने के शौकीन साथ ही उन्हें मोटर स्पोर्ट्स का जुनून है। भले ही वह एक दिग्गज उपभोक्ता ब्रांड के शीर्ष पर हैं, उद्योग के लिए उनकी ऊर्जा, उत्साह और पहल करने की क्षमता सराहनीय है, विशेष रूप से युवा और नए उद्यमियों के लिए उनकी निरंतर प्रेरणा और मार्गदर्शन। गोल्डी जी को धूमना फिरना और नई जगहें देखना पसंद है। वह मोटरस्पोर्ट्स और रेसिंग के शौकीन हैं और एक प्रशिक्षित प्रो लेवल रेसिंग ड्राइवर हैं। गोल्डी नागदेव जब काम नहीं कर रहे होते हैं तो उन्हें कारों के बारे में पढ़ना और सीखना पसंद होता है, मोटरस्पोर्ट्स देखना या यहां तक कि ट्रैक पर रेस कार भी देखना पसंद करते हैं। एक रेसिंग के बारे में पूछे गए सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि जब वे बड़े हो रहे थे तो इतनी सुविधाएं या संसाधन नहीं थे। अब सुविधाएं हैं तो समय बाधा है। उन्होंने कहा, 'मुझे कारों के बारे में ज्ञान प्राप्त करने और लोगों के साथ चर्चा करने का शौक है। मुझे घूमना फिरना भी पसंद है। सभी कारों में से उनकी सबसे पसंदीदा कौन सी है? इस सवाल पर उन्होंने बेझिझक जवाब दिया "मर्सिडीज।" ●

महंगाई के कारण संकट में है उद्योग - बिरजू शाह



गुजरात के संजय केमिकल वर्क्स (युनिट-बी) के प्रमुख बिरजू शाह ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि अगरबत्ती उद्योग में नए उत्पादकों के लिए बाजार में टिके रहना बहुत मुश्किल हो गया है। यही कारण है कि हमको उनके लिए बहुत ही कम कीमत में अच्छे क्वालिटी के फ्रेगरेंस की आपूर्ति करनी पड़ रही है। हालांकि इसके जरिए उन्हें बहुत थोड़ी मदद मिल रही है, क्योंकि अन्य कच्चे माल की कीमतें बहुत बढ़ी हैं। उन्होंने कहा कि दुनिया भर में कच्चे माल की कीमतों में वृद्धि और लोगों के पास पैसे की कमी से जो स्थिति उत्पन्न हुई है। फिलहाल उसमें अभी सुधार नहीं दिखाई पड़ रहा है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि धूप अगरबत्ती और सुगंध उद्योग का भविष्य क्या होगा और इस स्थिति में कब तक सुधार होगा ? इसका अंदाजा लगाना मुश्किल है।



1990 से केमिकल उद्योग में काम कर रहे श्री बिरजू शाह ने सुगंध इंडिया को बताया कि अभी धूप और अगरबत्ती के लिए त्योहारी सीजन तो है, लेकिन बाजार मंदा है। खास तौर पर उद्योग में आई नई कंपनियों का सर्वाइवल कठिन दिखाई दे रहा है। यही कारण है कि परफ्यूम की भी खपत बहुत कम है। उन्होंने कहा कि कड़ी प्रतियोगिता के कारण उद्योग को हमेशा बेहतर क्वालिटी का कच्चा माल और फ्रेगरेंस चाहिए, लेकिन वह कीमत नहीं दे पा रहे हैं। इसलिए हमको भी उन्हें कम लागत में बेहतरीन क्वालिटी के फ्रेगरेंस की आपूर्ति करनी पड़ रही है।

बिरजू भाई बताते हैं कि उनकी कंपनी पूरे देश में कई उत्पादकों को फ्रेगरेंस की आपूर्ति करती है। धूप और अगरबत्ती उद्योग पर उन्होंने कहा कि उद्योग में फ्रेगरेंस की मांग में कमी आई है और राँ बत्ती के उत्पादन में भी कमी दिखाई दे रही है। यही कारण है कि बड़ी ब्रांडेड कंपनियां भी महंगी लागत के बावजूद रेट नहीं बढ़ा पा रही हैं। उन्होंने धूप और अगरबत्ती पैकेट में वजन व स्टिक में कमी की है, लेकिन बात नहीं बन रही है।

सुगंध उद्योग में कुछ नए काम संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि नया कुछ खास नहीं है। मच्छरों की बढ़ती समस्या को देखते हुए मच्छर मारने वाली अगरबत्तियों की मांग जरूर बढ़ी है।

उन्होंने बताया कि पढ़ाई पूरी करने के बाद वह अपने पारिवारिक कारोबार में लग गए, जिसकी शुरुआत दादाजी ने की थी। परफ्यूम का ज्ञान उन्हें परिवार से विरासत में मिला है और वह उसी को आगे बढ़ा रहे हैं।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि संजय केमिकल वर्क्स (युनिट-बी) 550 तरह के फ्रेगरेंस तैयार करता है। अब कंपनी ने सोप और कॉस्मेटिक के क्षेत्र में भी काम करना शुरू किया है। धूपबत्ती उद्योग की सुगंधियों पर उन्होंने बताया कि वह फ्रूटी फ्लेवर, बेला, गुलाब और अन्य ट्रेडिशनल फ्रेगरेंस भी तैयार करते हैं। आमतौर पर बड़े निर्माता ही उनसे सीधे अपने मनमाफिक फ्रेगरेंस लेते हैं। इसके अलावा छोटे क्लाइंट में डिस्ट्रीब्यूटर भी होते हैं।

भविष्य की योजनाओं पर उन्होंने कहा कि कंपनी जल्द ही हाई रेंज के प्रीमियम फ्रेगरेंस लांच करने जा रही है। यह प्रीमियम सेगमेंट का होगा, जिसकी आपूर्ति विभिन्न उत्पादों के निर्माताओं के लिए होगी।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बाजार में सभी तरह के फ्रेगरेंस चलते हैं। कंपनी जल्द ही बाजार की मांग के अनुरूप और नए फ्रेगरेंस तैयार करने जा रही है। ●

उत्पाद चलाने के लिए क्वालिटी सबसे जरूरी -विनोद पटेल कच्चे माल की कीमतें, पैकेजिंग, क्वालिटी और रेट कंट्रोल उद्योग की बड़ी चुनौती

जिस तरह बड़ी मछली छोटी मछलियों को खा जाती है, आज यह खेल धूप और अगरबत्ती उद्योग में बड़े पैमाने पर देखा जा रहा है। कच्चे माल की बेतहाशा बढ़ रही कीमतें, बड़े ब्रांड्स की आक्रामक मार्केटिंग रणनीति और तमाम तरह की स्कीमों के बीच उद्योग के छोटे कारोबारियों के लिए क्वालिटी व रेट कंट्रोल और पैकेजिंग के साथ स्कीम देना मुश्किल हो गया है। धन लक्ष्मी इंडस्ट्रीज के श्री विनोद पटेल ने सुगंध इंडिया से बातचीत में धूप अगरबत्ती उद्योग की चुनौतियों को लेकर खुलकर बातचीत करते हुए कहा कि बाजार में कड़ी प्रतियोगिता है। ऐसे में छोटे कारोबारियों के लिए कारोबार करना मुश्किल हो गया है। उन्होंने कहा कि धूपबत्ती उद्योग आज तकनीक पर आधारित हो गया है। बड़े-बड़े ब्रांड बाजार में भारी पूंजी निवेश के साथ काम कर रहे हैं। कच्चे माल की कीमतों में 40 प्रतिशत की बढ़ोतरी हुई है। ऐसे में कंपटीशन में वही टिक रहा है, जिसकी क्वालिटी बेहतर है और कीमतें नहीं बढ़ा रहे हैं।



विनोद भाई ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि धन लक्ष्मी इंडस्ट्रीज की स्थापना वर्ष 2004 में हुई थी। हालांकि इससे पहले उनके पिताजी इस उद्योग में पिछले 50 साल से काम कर रहे हैं, लेकिन कंपनी ने ब्रांड नेम 2004 में ही बनाया। धनलक्ष्मी ब्रांड अगरबत्ती व जय गणेश के नाम से धूप की कई रेंज गुजरात से लेकर महाराष्ट्र, पश्चिम बंगाल, छत्तीसगढ़, आंध्र प्रदेश, तेलंगाना आदि राज्यों में उपलब्ध है। जय गणेश की धूप में 40 से अधिक रेंज है, जबकि धन लक्ष्मी ब्रांड में लगभग 300 अगरबत्तियों की रेंज है। 10 रु से लेकर 100 रु के जीपर में यह उपलब्ध हैं। उन्होंने कहा कि धनलक्ष्मी का मुख्य बाजार प्रीमियम मसाला अगरबत्तियों में है, जो 900 रु से लेकर उससे भी अधिक की एमआरपी में है। अगरबत्ती व धूप के अलावा कंपनी कोन उत्पाद भी बनाती है। आजकल बॉडी स्प्रे और रोल ओन के बढ़ते ट्रेंड को देखते हुए धनलक्ष्मी भी जल्द इस क्षेत्रा में कदम रखने वाली है। इसमें मांग के अनुरूप प्रीमियम और रेगुलर सभी सेगमेंट के उत्पाद होंगे।

कीमत और क्वालिटी व मात्रा संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि यह आप पर निर्भर करता है कि आप कौनसे सेगमेंट के उत्पाद लायें। 50 रु में 10 काडी भी आती है और इतने ही रुपए में 50 काडी के भी उत्पाद हैं। मुख्यतः 10, 50 व 100 रु का बाजार है। 70 प्रतिशत बाजार इन्हीं तीन रेंज में है। शेष 30 प्रतिशत में अन्य रेंज हैं।

धूप की मार्केट संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि धूप का मार्केट तेजी से बढ़ रहा है, लेकिन ज्यादातर ब्रांड क्वालिटी ना मेनटेन करके उसके बाजार को खराब कर रहे हैं। कच्चे माल की कीमतें बढ़ी हैं। ऑयल की कीमत 40 प्रतिशत बढ़ी है। इसके साथ ही बड़े ब्रांड 8 प्रतिशत तक की स्कीम अलग से डाल रहे हैं। यह बड़ी कंपनियों का खेल है, जो उद्योग के लिए अच्छा नहीं है।

पैकेजिंग में नए ट्रेंड संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि विनोद भाई ने बताया कि परिवर्तन हमेशा होते रहते हैं और यह केवल अगरबत्ती उद्योग तक



ही सीमित नहीं है, पहले अगरबत्ती डिब्बी में आती थी लेकिन अब जिपर और पाउच ने बाजार पर कब्जा कर लिया है। जल्द ही जिपर और पाउच भी चलन से बाहर हो सकते हैं। पहले पैकेजिंग 100 ग्राम तक सीमित थी लेकिन अब 900 ग्राम तक हो गई है। हमेशा परिवर्तन होता रहेगा।

बदलते सुगंध के ट्रेंड पर उन्होंने कहा कि बाजार में सुगंध को लेकर लगातार बदलाव की मांग होती रहती है। अगरबत्ती में प्रीमियम क्वालिटी में चंदन, मोगरा, चंपा, गुलाब की ट्रेडिशनल सुगंध की मांग हमेशा रहती है, लेकिन उपभोक्ता हमेशा कुछ नया चाहते हैं। यही कारण है कि अधिकांश कंपनियों को सैकड़ों रेंज में अपने उत्पाद निकालने पड़ते हैं। कहने को हर कंपनी के सैकड़ों उत्पाद हैं लेकिन बिकते सिर्फ 2-4 ही हैं।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि त्योहारों के समय सेल बढ़ने की बात कही जाती है और ऐसा माना भी जाता है, लेकिन सच्चाई यह है कि सीजन की शुरुआत बरसात में होती है और इस मौसम में आमतौर पर उत्पादन बहुत कम हो जाता है, क्योंकि अगरबत्तियों में नमी आ जाती है। इसलिए लोगों को लगता है कि बिक्री बढ़ी है, जबकि वर्ष भर मार्केट में मांग रहती है।

मार्केटिंग व स्कीम संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि सभी उत्पादक अंधाधुन स्कीम देने लगे हैं कंपीशन से आगे निकलने के लिए जो कि गलत है और इससे मार्केट खराब होती है। हमने कभी भी अपने उत्पादों की बिक्री बढ़ाने के लिए स्कीम

का सहारा नहीं लिया लेकिन अब मार्केट ऐसी हो गई है कि हमारे पास भी कोई विकल्प नहीं बचा स्की देने के अलावा।

धनलक्ष्मी इंडस्ट्रीज के सर्वाधिक बिकने वाले उत्पादों पर उन्होंने कहा कि गंगा-जमुना- सरस्वती और प्रीमियम में वंडर वुड्स, संदल वुड्स की मांग सबसे ज्यादा है। वैसे हर राज्य में अलग-अलग मांग है लेकिन हमारे यह उत्पाद सर्वाधिक बिकते हैं।

विनोद भाई ने बताया कि गुजरात आज धूप अगरबत्ती उद्योग का हब बन गया है और अहमदाबाद का उसका केंद्र है। यहां के ब्रांड पूरे गुजरात के अलावा देशभर में जा रहे हैं और पूरे उद्योग में 30 प्रतिशत बाजार में गुजरात के उत्पादों का दखल है। पहले दुकानदार अगरबत्ती उत्पादों पर बेंगलुरु का पता लिखा देखते थे तो ही माल रखते थे लेकिन अब समय बदल गया है। अहमदाबाद के उत्पादों ने भी अपनी अच्छी जगह बना ली है

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि धनलक्ष्मी इंडस्ट्रीज के उत्पादों का निर्यात ऑस्ट्रेलिया, अफ्रीका, अमेरिका आदि 3-4 देशों में होता है। भारतीय अगरबत्तियों की सर्वाधिक मांग अफ्रीका में होती है। इसके बाद अमेरिका में भी काफी मांग है। उन्होंने कहा कि विदेशों में एयर फ्रेशनर और रूम फ्रेशनर के तौर पर धूप और अगरबत्तियों का इस्तेमाल होता है। मुख्यतः होटलों, माल और कार्यालयों में इसकी खपत ज्यादा है। ट्रेडिशनल सुगंध जैसे लेवेंडर, रोज, संदल की मांग दुनियाभर में सर्वाधिक होती है। ●



एआईएमए एक्सपो 2022 की रंगारंग झलकियां

'एआईएमए एक्सपो 2022' के तीन दिवसीय रंगारंग मेले का उद्घाटन कर्नाटक के मुख्यमंत्री श्री बसवराज बोम्मई ने किया। कार्यक्रम की अध्यक्षता केंद्रीय कृषि और किसान राज्य मंत्री सुश्री शोभा करांजले, मुख्य अतिथियों में कर्नाटक के उद्योग मंत्री मुरुगेश निगरानी, एसएच केलकर एंड कंपनी के सीईओ श्री केदार वजे शामिल थे। एक्सपो में पैकेजिंग, डिजिटल मार्केटिंग एंड ई-कॉमर्स, रॉ मटेरियल, परफ्यूमरी सेशंस हुए। 24, 25, 26 नवंबर 2022 को हुए प्रत्येक सत्र में देशभर के प्रमुख सुगंध विज्ञानी, मार्केटिंग एक्सपर्ट और प्रोफेसरस ने अपने विचार व्यक्त किए। आईआईएमबी बंगलुरु में एसोसिएट प्रोफेसर दलहिया मनी, फैमिली मैनेज्ड बिजनेस कोच उल्लास कामत, लियो बर्नेट इंडिया के नेशनल क्रियेटिव डायरेक्टर सचिन कांबले, रिलायंस रिटेल की एजीएम अंशिका आर्य, ऑर्गेनिक केमिस्ट्री में पीएचडी डॉक्टर संजय देवास्तले, आईआईएमबी बंगलुरु में असिस्टेंट प्रोफेसर सुरेश भागवतुला, विटो पेटेंट्स के सीनियर आई पी आर लायर सी वेंकट सुब्रमण्यम, बैंगलोर डिपार्टमेंट ऑफ लीगल मैट्रोलेजी, कर्नाटक सरकार के असिस्टेंट कंट्रोलर ऑफ लीगल मैट्रोलेजी इंस्पेक्शन स्टाफ के एसवी भास्कर राव, इनोवास्केप में पार्टन ब्रदी नारायण एस, एस एच केलकर एंड कंपनी के डायरेक्टर केदार वजे, आरव फ्रेगेंसेस एंड फ्लेवर के मैनेजिंग डायरेक्टर अजीत सुरेश वजे, सीकेसी फ्रेगेंसेस एंड फ्लेवर के सीईओ व फ्रेगेंसेस एंड फ्लेवर एसोसिएशन ऑफ इंडिया के अध्यक्ष ऋषभ सी कोठारी, आर के ग्रुप व कलरफ्लेक्स के ग्रुप डायरेक्टर व सीईओ विकी जैन, आईटीसी की पेपरबोर्ड व स्पेशलिटी पेपर डिविजन के सेल्स व मार्केटिंग के डिविजनल हेड राकेश सच्चर, एप्पल फ्लेक्सीपैक के डायरेक्टर मुदित गोयल, सुकी प्रिंट पैक के डायरेक्टर सुमंत वॉलिटी, अमूथा एरोमैटिक में पार्टनर कृष्णा टीवी, ओशन्स डीप प्रिंटर्स के प्रोपराइटर श्रीपाल पटेल, ओशन्स डीप प्रिंटर्स के

फ्लेक्सीबल पैकेजिंग हेड वृंद पटेल, बी एंड बी ट्रिपवाॉल कंटेनर्स लि में पार्टनर मनीष गुप्ता, सारथी इंटरनेशनल में पार्टनर सपथागिरी बोगाराम, बेनसन को में पार्टनर रवि बेने, टेडिमेटी एरोमैटिक के मैनेजिंग पार्टनर मधु चक्रापानी राव, जियो फ्रेगेंसेस के डायरेक्टर स्वराज सुकु, सारथी इंटरनेशनल इंक में पार्टनर सारथी बीएनके, एमेजोन के श्री कुमार राजोरा शैलेंद्र, एफ एफ डी सी के डायरेक्टर शक्ति विनय शुक्ला, ग्रोमोर बायोटेक के फाउंडर डायरेक्टर डॉ. भारती नांबी, कॉलेज ऑफ फॉरेस्ट्री के सिल्वीकल्चर और एग्रोफोरेस्ट्री विभाग के प्रोफेसर और प्रमुख डॉ रामकृष्ण हेगड़े, सिनेओ में पार्टनर एम अजीजुल्ला, छतीसगढ़ मेडिसिनल प्लांट्स बोर्ड के सीईओ जैक्स राव, अजय मेहता सहित अगरबत्ती, सुगंध, पैकेजिंग उद्योग व मार्केटिंग से संबंधित प्रमुख हस्तियों ने अपने विचार व्यक्त किए। एसोसिएशन के अध्यक्ष अर्जुन रंगा, उपाध्यक्ष विजय और पूर्व अध्यक्ष शरद बाबू पीएस ने उद्योग की चुनौतियों व समाधान पर विचार पेश किए। ट्रेडिशनल मॉडर्न थीम पर आयोजित एक्सपो में समक्ष भारतीय अगरबत्ती मौजूद था। देश के विभिन्न राज्यों से आए प्रतिनिधि अपनी संस्कृति और परंपरा से युक्त दिखाई दे रहे थे। अगरबत्ती एक्सपो के उपलक्ष्य में डाक विभाग ने पिक्चर पोस्टकार्ड का सेट जारी किया। लगभग 120000 वर्ग फुट में आयोजित एक्सपो में प्रतिदिन गंभीर विचार-विमर्श हुआ, जिसमें उद्योग से संबंधित विभिन्न पहलुओं को शामिल किया गया था। नए जमाने की मार्केटिंग, कच्चे माल की उपलब्धता, नई सुगंध व पैकेजिंग और निर्यात के अवसर बढ़ाने पर इस दौरान चर्चा हुई। आयोजन में 5000 से अधिक प्रतिनिधि शामिल हुए। अगरबत्ती उद्योग से संबंधित विभिन्न उत्पादकों ने 500 से अधिक स्टाल लगाए थे, जिसमें अद्भुत उत्पादों के नमूनों का प्रदर्शन किया गया। आयोजन के दौरान प्रतिदिन भोजन, नाश्ता और सांस्कृतिक कार्यक्रमों का आयोजन किया गया था। ●



GLIMPSES OF 'AIAMA EXPO 2022'

Shri Basavaraj Bommai. The Chief Minister of Karnataka inaugurated 'AIAMA Expo 2022' at Bangalore on November 24th. The three-day grand international expo was presided over by the Union Minister of State for Agriculture, Ms Shobha Karandjale. Karnataka-state Industries Minister Murugesh Nigrani and Mr Kedar Vaze, CEO of SH Kelkar & Co. were the chief guests.

The expo witnessed interactive sessions on; Packaging, Digital Marketing & E-Commerce, Raw Materials and Perfumery. Leading perfumers, marketing experts and professors from leading universities and institutes expressed their views. Dalhia Mani Associate Professor- IIMB Chairperson, Entrepreneurship IIMB Bangalore Entrepreneurship, Ullas Kamat Coach: Family Managed Business, Sachin Kamble National Creative Director Leo Burnett India, Anshika Arya AGM Reliance Retail, Dr Sanjay Devasthale Ph.D. In Organic Chemistry, Suresh Bhagavatula Assistant Professor IIM Bangalore, Mr. C Venkatsubramaniam Senior IPR Lawyer Vitto Patents, S V Bhaskar Rao Assistant Controller of Legal Metrology Inspection Squad Bangalore Department of Legal metrology, Government of Karnataka, Mr. Badri Narayana S Partner Innovascape, Mr.Kedar Vaze Director S H Kelkar And Company Ltd, Ajit Suresh Vaze Managing Director Aarav Fragrances & flavours Pvt Ltd, Rishabh C. Kothari CEO - CKC Fragrance President - Fragrances & Flavours Association of India [FAFAI] CKC Fragrance, Vicky Jain Group Director of RK Group and CEO of ColorFlex RK Group & ColorFlex , Mudit Goyal Director Apple Flexipack, Mr. Krishna TV Partner Amrutha Aromatics, Mr. Vrund Patel Flexible Packaging Head Ocean Deep, Rakesh Sachar Divisional Head of Sales & Marketing ITC Ltd. - Paperboards & Specialty Papers Division, Sumanth Volety Director Sukee Print Pack LLP (

SPPL), Shripal Patel Proprietor Ocean Deep, Manish Gupta Partner B & B Triplewall Containers Limited, Sapthagiri S Boggaram Partner Sarathi International Inc, Ravi Benne Partner Benson Co, Madhu Chakrapani Rao Managing Partner Tadimety Aromatics, Swaraj Sunku Director Jiyo Fragrances, Sarathi BNK Partner Sarathi International Inc, Mr. Kumara Rajora Shalendra Amazon, Shakti Vinay Shukla Director FFDC, Dr. Barathi Nambi Founder Director Growmore Biotech, Dr Ramakrishna Hegde Professor and Head Department of Silviculture and Agroforestry College of Forestry, Partner, Mr. Jacs Rao CEO Chattisgarh Medicinal Plants Board, Ajay Mehta, M Azeezulla Director Sineo, Jacs Rao CEO Chattisgarh Medicinal Plants Board— all experts and authorities from the incense, fragrance and packaging industry presented their papers. Shri Arjun Ranga, President AIAMA, Sri. Vijay, Association's Vice President and Sharad Babu PS, the past President spoke at length on challenges and solutions. Organized on the theme 'Traditional Modern'— The delegates from different parts of the country were at their best representing their traditions and culture. The Department of Posts released a set of picture postcards on the occasion of the Agarbatti Expo. Spread across approximately 1,20,000 square feet, the expo witnessed intense discussions every day, covering various aspects related to the industry. Discussions were held on new-age marketing, availability of raw materials, new fragrances and packaging and increasing export opportunities. More than 5000 delegates attended the event. More than 500 stalls were put up by various producers belonging to the agarbatti industry, showcasing samples of amazing products. Food, snacks and cultural programs were organized daily during the event. ●

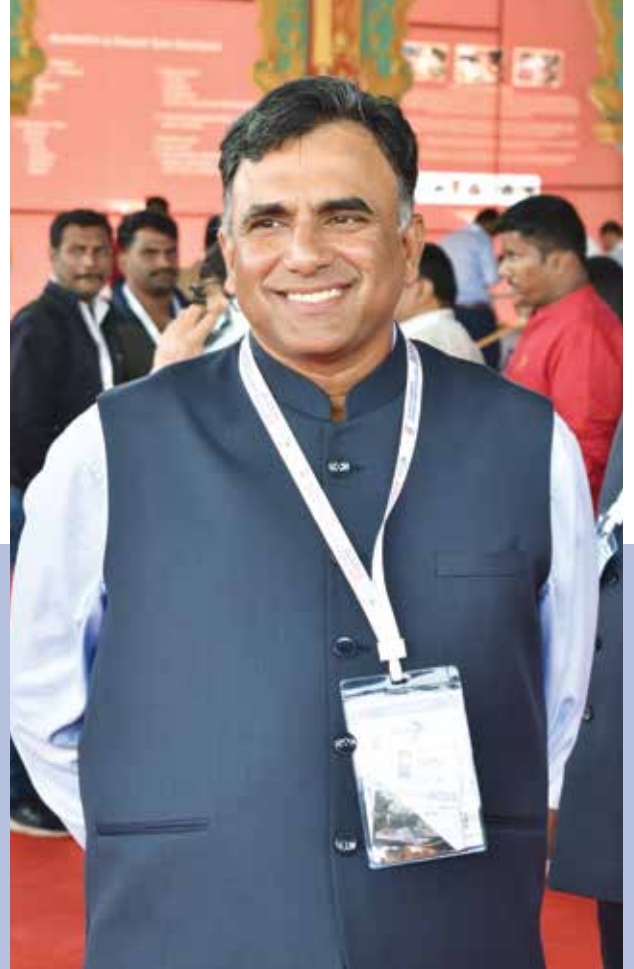






आईमा अध्यक्ष व टीम ने सफल किया अगरबत्ती एक्सपो

- ▶ वर्षात तक बनेंगे अगरबत्ती के मानक, कच्चे माल में अगले 5 वर्षों में उद्योग हो जाएगा आत्मनिर्भर : श्री अर्जुन रंगा
- ▶ सुगंध इंडिया की आईमा अध्यक्ष ने की प्रशंसा



अगरबत्ती उद्योग की सबसे प्रमुख मार्गदर्शक और संरक्षक संस्था ऑल इंडिया अगरबत्ती मैनुफैक्चरर्स एसोसिएशन द्वारा आयोजित 'आईमा एक्सपो 2022' शानदार सफलता के साथ संपन्न हुआ। एक्सपो के भव्य आयोजन के बाद आईमा के अध्यक्ष और साइकिल उत्पाद समूह के प्रमुख श्री अर्जुन रंगा ने सुगंध इंडिया के संपादक ए फारूकी से हुई खास बातचीत में कहा कि आयोजन की सफलता के लिए आईमा की कमेटी बधाई की पात्र है, जिसने रोड शो किया व देश भर के मैनुफैक्चरर्स के पास जाकर उनको एक्सपो और प्रदर्शनी के महत्व के बारे में बताया और सोशल मीडिया पर टारगेटेड कैम्पेन किया गया था। यही कारण है कि देश के सभी महत्वपूर्ण मैनुफैक्चरर्स आयोजन में शामिल हुए। उन्होंने कहा कि कार्यक्रम की सफलता को देखते हुए आईमा अब प्रत्येक 3 वर्ष में इस आयोजन को करने पर विचार कर रही है। इसके अलावा अगरबत्ती उत्पादकों के लिए अलग से मेले का आयोजन होगा।

आईमा अध्यक्ष और संरक्षक होने के नाते उद्योग की प्रमुख चुनौतियों संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि रॉ मटेरियल आपूर्ति खासकर जीगट और बंबू बड़ी समस्या है। इसके लिए उद्योग सरकार के साथ मिलकर काम कर रहा है और पूरी उम्मीद है कि अगले 5 वर्षों में इस समस्या के समाधान के साथ ही अगरबत्ती उद्योग इस मामले में पूरी तरह आत्मनिर्भर हो जाएगा। श्री अर्जुन रंगा ने एक्सपोर्ट और उत्पादों के स्टैंडर्ड संबंधी सवाल पर कहा कि जो वास्तविक मैनुफैक्चरर्स हैं उन्हें समस्या नहीं है। आईमा से जुड़े मैनुफैक्चरर्स की भी समस्या नहीं है। फिर भी आईमा, एफएफडीसी, बीआईएस और एमएसएमई के साथ अगरबत्ती उत्पादों के मानकों को लेकर बातचीत हो रही है। उन्होंने कहा कि इस वर्ष के अंत तक समस्या का समाधान हो जाएगा।

उद्योग के भविष्य संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि यह खुशियां बांटने वाला उद्योग है। यह सिर्फ अगरबत्ती नहीं देश को आशा और विश्वास भी बांटता है। इसलिए उद्योग बहुत बेहतर स्थिति में है। सभी मैनुफैक्चरर्स लगातार क्वालिटी और उपभोक्ताओं को बेहतरीन उत्पाद दे रहे हैं। श्री अर्जुन रंगा ने बंगलुरु में 24 से 26 नवंबर 2022 तक आयोजित एक्सपो और प्रदर्शनी की कवरेज के लिए

सुगंध इंडिया के संपादक ए फारूकी और उनकी टीम को बधाई दी। उन्होंने कहा कि गंभीर और शोध परक खबरों के जरिए सुगंध इंडिया उद्योग के लिए निरंतर महत्वपूर्ण काम कर रहा है। पत्रिका की टीम ने जिस तरह 3 दिवसीय एक्सपो और प्रदर्शनी की कवरेज कड़ी मेहनत के साथ किया और यहां का संदेश देशभर में पहुंचाया यह बहुत ही प्रशंसनीय कार्य है।

ज्ञात हो कि अगरबत्ती उद्योग के इस सबसे बड़े आयोजन के लिए आईमा की पूरी टीम कई माह से दिन रात काम कर रही थी। वहीं मेले के दौरान खुद एसोसिएशन के अध्यक्ष श्री रंगा निरंतर काम करते और भागदौड़ करते दिखाई दे रहे थे। इसकी तारीफ एक्सपो में आए सभी मैनुफैक्चरर्स व अन्य भागीदार भी कर रहे थे। सभी का मानना था कि श्री अर्जुन रंगा के अथक परिश्रम के कारण ही इतना शानदार और भव्य आयोजन संपन्न हो सका है। एक्सपो में शामिल हुए लोगों ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि पूरे आयोजन को इतने बेहतर ढंग से आयोजित किया गया था कि उद्योग से जुड़े सारे महत्वपूर्ण लोग शामिल हुए और बहुत ही सार्थक चर्चा और कार्यक्रमों का आयोजन हुआ। इसका मुख्य श्रेय एसोसिएशन के अध्यक्ष श्री अर्जुन रंगा जी को जाता है। ●

AGARBATTI EXPO A SUCCESS, ALL CREDIT TO AIAMA PRESIDENT AND THE TEAM

- ▶ Agarbatti standards to be framed by the year end, the incense industry shall be self-sufficient in raw materials in the coming 5 years, said Shri Arjun Ranga at 'AIAMA Expo 2022'
- ▶ AIAMA President praises Sugandh India Magazine



‘AIAMA Expo 2022’ hosted by the All India Agarbatti Manufacturer’s Association concluded successfully. Shri. Arjun Ranga, the torchbearer of this grand international event, humbly acknowledged praises and congratulatory quotes flowing from all across the globe.

In a special conversation with A. Farooqui, the editor of Sugandh India— Mr. Ranga, President of the Association and the Managing Director of NR Group (Cycle Pure Agarbathies) said “, AIAMA committee deserves congratulations for the grand success! With a gathering of over five thousand delegates from here and abroad, I’m sure we’ve done our job.” Adding further he said “, Thanks to our marketing and digital media team, who aided in drawing such a remarkable set of people from the incense industry, making this event relevant and path-breaking!” Mr. Ranga informed “, Being witness to a such repertoire of thoughts, opinions and vibrant conversations, we are planning to host it again after three years. Besides this, a separate expo will be organized for agarbatti manufacturers.”

On being asked about the major challenges his association is tackling he remarked “,Raw material is the biggest challenge, apart from various kinds of raw materials required for agarbatti making; availability of jigat powder and bamboo is a critical issue. We are working closely with the government on this. According to governmental assurance, availability issues with raw materials will end in the coming five years.”

On a query related to standardising products in the incense industry, he clearly said “, We have no issues with manufacturers onboard with the association. In case there’s any, that has been reported, we are in talks with them. Moreover, we are also in talks with FFDC, BIS and MSME regarding the standards of agarbatti products. The problem would be resolved by the end of this year.”

Responding to a query, speculating on the future of the incense industry he said “, Let’s not restrict ourselves in terms of selling agarbatti. We are actually in the business of spreading peace and

happiness. We are helping distribute hope and faith among the masses; in their ways of worship, beliefs and traditions. The future of this industry is safe and attaining growth. Our members are providing quality and standard without fail.”

Mr. Arjun Ranga congratulated Sugandha India Editor A Farooqui and his team for their coverage of the expo and exhibition being held in Bangalore from 24 to 26 November 2022. He said that Sugandh India is continuously doing important work for the industry through serious and researched news. The way the magazine’s team covered the 3-day expo and exhibition with hard work and spread the message across the country, is commendable work.

It may be noted that the entire team of AIAMA was working day and night for several months for this biggest event of the agarbatti industry. At the same time, during the fair, the president of the association Mr. Ranga was seen working continuously and running around. All the manufacturers and other participants who came to the expo were also praising it. Everyone believed that it was due to the tireless hard work of Shri Arjun Ranga that such a grand event could be held. The people who attended the expo told Sugandha India that the entire event was well organized with all the important people from the industry attending and very fruitful discussions and events. The main credit for this goes to the President of the Association Mr. Arjun Ranga. ●

25
YEARS
TRUST OF FRAGRANCE

RATHORE
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

पूजा हो या भक्ति
दिव्यास्त्र अगरबत्ती...



**PREMIUM DHOOP
ZIPPER BAGS**



Loban
Premium Dhooop



Gugal
Premium Dhooop



Keshav
Premium Dhooop

**OM SAI ZIPPER DHOOP
ZIPPER BAGS**



ROSE DHOOP



LAVENDER DHOOP



KAPOOR DHOOP

DHOOP STICK



CHANDAN



LILLY



TULSI



LAVENDER



JASMINE



GULAB

INCENSE CONE



ROSE



LAVENDER



MOGRA



GUGGAL



SANDAL



GULAB



Mfg. By :
DPB PRODUCTS
13, G.I.D.C., Nr. Jupiter Chokadi, Makarpura, Vadodara
E-mail : feedback@dpb.co.in
Web Site : www.dpb.co.in

Mfg.By. & (1) Branch Off.:
DPB PRODUCTS
I-5, Ispat Nagar Panki
Kanpur- 208020

amazon | facebook | Instagram
CALL FOR BUSINESS ENQUIRY :
+91 7228847474 | +91 72280 18667