

सुगंध इंडिया

SUGANDH INDIA

VOL.: 12, ISSUE : 02 FEBRUARY 2023

सम्पूर्ण अगरवत्ती एवं सुगंध उद्योग की अपनी पत्रिका

PRTM

◆ Mere ◆

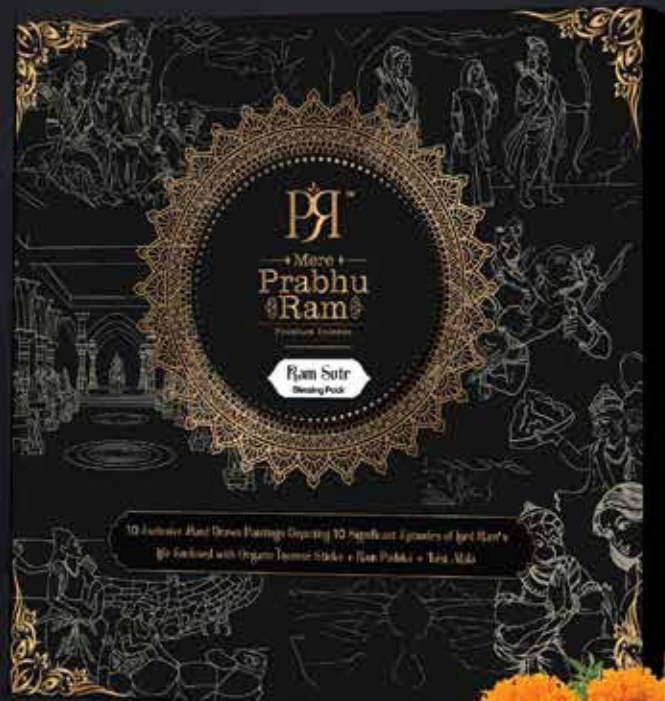
Prabhu

Ram

Premium Incense

Ram Sutr
Blessing Pack

10 Exclusive Hand Drawn Paintings Depicting 10 Significant Episodes of Lord Ram's
life Enclosed with Organic Incense Sticks + Ram Paduka + Tulsi Mala



SACHHEE[®]

—
Fragrances
—

Enchanting FRAGRANCE

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

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

SACHHEE[®]
—
Fragrances
—





SACHEE®
Fragrances

D-11 & D-12, Sector 2, Noida - 201301
Tel.: (0120) 2536111 | 2536222 | 2546643
Mail: sales@sacheefragrances.com
Web: www.sacheefragrances.com

Enjoy The Moments With,
Our Incense Sticks

Divyastraa

पूजा हो या भक्ति
दिव्यास्त्र अगारबत्ती...

- * 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



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

The Printing

EXPERTS

Greater Quality, Lesser Cost



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**
VRUND S. PATEL : +91 99797 46422 | SHUBH S. PATEL : +91 82384 91327



SINCE - 1999

INDIA'S NO. 1
Cup & Dhoop Manufacturer

*Let your Prayer....
fulfill your Dreams....*

Luxury
PRODUCTS

- * Sambrani Cup
- * Mini Cup
- * Sambrani Sticks
- * Jumbo Cup
- * Monthly Pack

- * Sandal Cup
- * Color Cup
- * Incense Sticks
- * Dhoop Sticks
- * Pet Jar



DELTA'S TRADE LINK

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



Editorial

M. A. Farooqui



The industry has high expectations from the Union budget

Captains and stakeholders of the incense industry have high expectations from the upcoming Union Budget. The cost of raw materials has almost doubled in the last two years. Heavy shortage of raw materials and a trained workforce, coupled with a multitude of other issues invading this industry: calls for a structure. The pandemic and other global events have impacted lives in every sense of the word. Although a marginal improvement in growth is observed, the Russo-Ukraine crisis aggravated prices and shortage of raw materials.

The incense industry has been growing on a single-digit for some years now; per se industry leaders. Therefore it is imperative for the government to take the necessary steps to encourage the domestic agarbatti industry like other sectors. The industry demands necessary measures; through legislation and other proactive methods: to save our domestic agarbatti and its related industries from the global recession.

The industry hopes that the Modi government shall make such provisions in tax, import & export policies, manufacturing and logistics. Adding structure to this industry will certainly benefit all whose bread and butter depends on it. Furthermore, tax relief to the medium-income group will greatly benefit them buy dhoop-agarbatti after meeting essential needs for their family.

Section 194-R of the Income Tax Act is a deterrent for providing schemes on products to the distributors and retailers. Majority of the distributors, wholesalers and even the final retailers work on small scale and don't possess a PAN card and as per section 194-R, TDS has to be deducted on schemes and free gifts and thus comes as a hurdle. A general appeal by the manufacturers of incense industry calls for the removal or separation of 194-R on the B2B sales target.

As a result of high energy costs, logistics operations are more expensive. Freight transfer is costly as well.

The government must make provisions in the budget to reduce the cost of packaging materials. Raw materials market needs to be restructured by the government. It is a mess with unstructured prices. .

A rapid increase in the prices of petrochemicals, paper boards, fuels and other basic commodities needs to be controlled for sustainability.

Stabilised prices of basic and essential commodities shall help strengthen the Rupee as well. ●

उद्योग को बजट से बड़ी अपेक्षाएं

वैश्विक महामारी कोरोना के बाद दुनिया भर में छा रही आर्थिक मंदी के दौर में अगरबत्ती उद्योग को केंद्रीय बजट 2023-24 से बड़ी अपेक्षाएं हैं। उद्योग का मानना है कि 1 फरवरी 2023 को संसद में पेश होने वाले आम बजट में नरेंद्र मोदी सरकार टैक्स, आयात और निर्यात नीतियों में ऐसे प्रावधान करेगी, जिससे समूचे अगरबत्ती व सुगंध उद्योग को लाभ होगा। साथ ही मैन्युफैक्चरिंग, पैकिंग और डिस्ट्रीब्यूशन की कठिनाइयों का समाधान हो सकेगा। कोरोना संकट के बाद उद्योग में मामूली बढ़ोतरी आई है। ऐसे में सभी को सरकार से अपेक्षा है कि अन्य क्षेत्रों की तरह वह घरेलू अगरबत्ती उद्योग को प्रोत्साहित करने के लिए जरूरी कदम उठाएगी। उद्योग के प्रमुखों का मानना है कि यह क्षेत्र कोरोना संकट के कारण बीते कई वर्षों से सिंगल डिजिट में ही बढ़ रहा है। महामारी के बाद रूस- यूक्रेन युद्ध के चलते कच्चे माल की उपलब्धता में कमी और उसकी कीमतों में लगातार वृद्धि हो रही है। ऐसे में अगरबत्ती उद्योग की सरकार से मांग है कि वह वैश्विक मंदी के दौर में भारत के उद्योग और बाजार को बचाने के लिए आवश्यक उपाय करे। इसके लिए जरूरी है कि सरकार देश के मध्यमवर्ग के लोगों को टैक्स में राहत दे। ताकि वह अपनी आवश्यक जरूरतों को पूरा करने के बाद अगरबत्ती जैसे उत्पादों पर भी खर्च कर सकें।

अगरबत्ती उद्योग की यह भी कठिनाई है कि इनकम टैक्स के सेक्शन 194-आर के कारण डिस्ट्रीब्यूटर, होलसेलर और यहां तक कि अंतिम रिटेलर को उत्पाद पर किसी तरह की स्कीम देना मुश्किल हो जाता है। ऐसा इसलिए क्योंकि अगरबत्ती उद्योग में अधिकांश रिटेलर्स व डिस्ट्रीब्यूटर छोटे तबके के होते हैं और उनके पास पैन कार्ड नहीं होता, जिससे स्कीम या फ्री गिफ्ट पर 194- आर के अनुसार लगा टीडीएस बड़ी बाधा बन जाता है। इसलिए सरकार बी-2-बी बिक्री लक्ष्यों पर 194- आर को अलग कर दे या उसे हटा ले। इससे उत्पादों पर अंतिम उपभोक्ता तक लाभ नहीं पहुंच पाता।

इसके अलावा ऊर्जा कीमतों में वृद्धि से माल ढुलाई की लागत बढ़ी है। इसलिए बजट में सरकार को ऐसे प्रावधान करने चाहिए कि पैकेजिंग मटेरियल की लागत कम हो, कच्चे माल की उपलब्धता बढ़े और उसकी कीमतें नियंत्रित रहें। इसके लिए सरकार प्रभावी कदम उठाए। पेट्रो रसायन, पेपर बोर्ड, ईंधन आदि जैसी बुनियादी चीजों की कीमत तेजी से बढ़ने के कारण कठिनाइयां बढ़ी हैं। इन वस्तुओं की कीमतों में स्थिरता लाने पर रुपए की भी मजबूती बढ़ेगी। ●

Editor

M. A. Farooqui

Managing Editor

Fareed Asim Farooqui

Assistant Editor

Nigar Farooqui
Humera Khan

Business Co-ordinator

Chandrashekhra 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

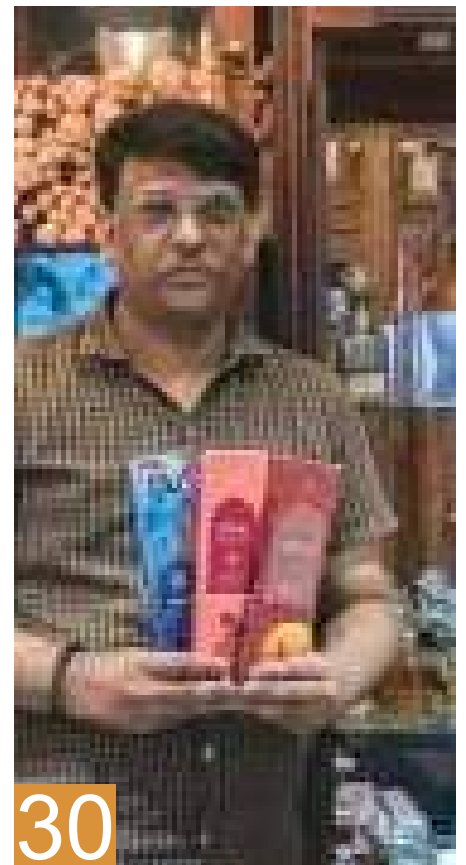
E-mail : sugandhindiam@gmail.com

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



40



42

- 12 BRAND NEWS
- 20 MARKET REPORT : PUNE AMONG ONE OF THE BEST PREMIUM MARKETS
- 22 THE INCENSE MARKET IS A TOUGH NUT FOR NEW ENTRANTS: VISHAL KESARWANI
- 26 AGARBATTI INDUSTRY NEEDS TO DIVERSIFY TO OTHER FRAGRANCE DOMAINS: GIRISH VAZE
- 30 150 YEARS OF DAMODARDAS BHAGWANDAS SUGANDHI
- 36 MASALA AGARBATTI IS OUR SPECIALITY : DARSHAN SUGANDHI
- 40 पुणे प्रीमियम अगरबतियों का मार्केट: संजय ओझा
- 42 कंपनी की सेल्स टीम से बढ़ती है रिटेलिंग: तुषार जैन
- 48 ब्रांड न्यूज
- 50 मार्केट रिपोर्ट पुणे में प्रिमियम उत्पादों की अधिक मांग

50





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...

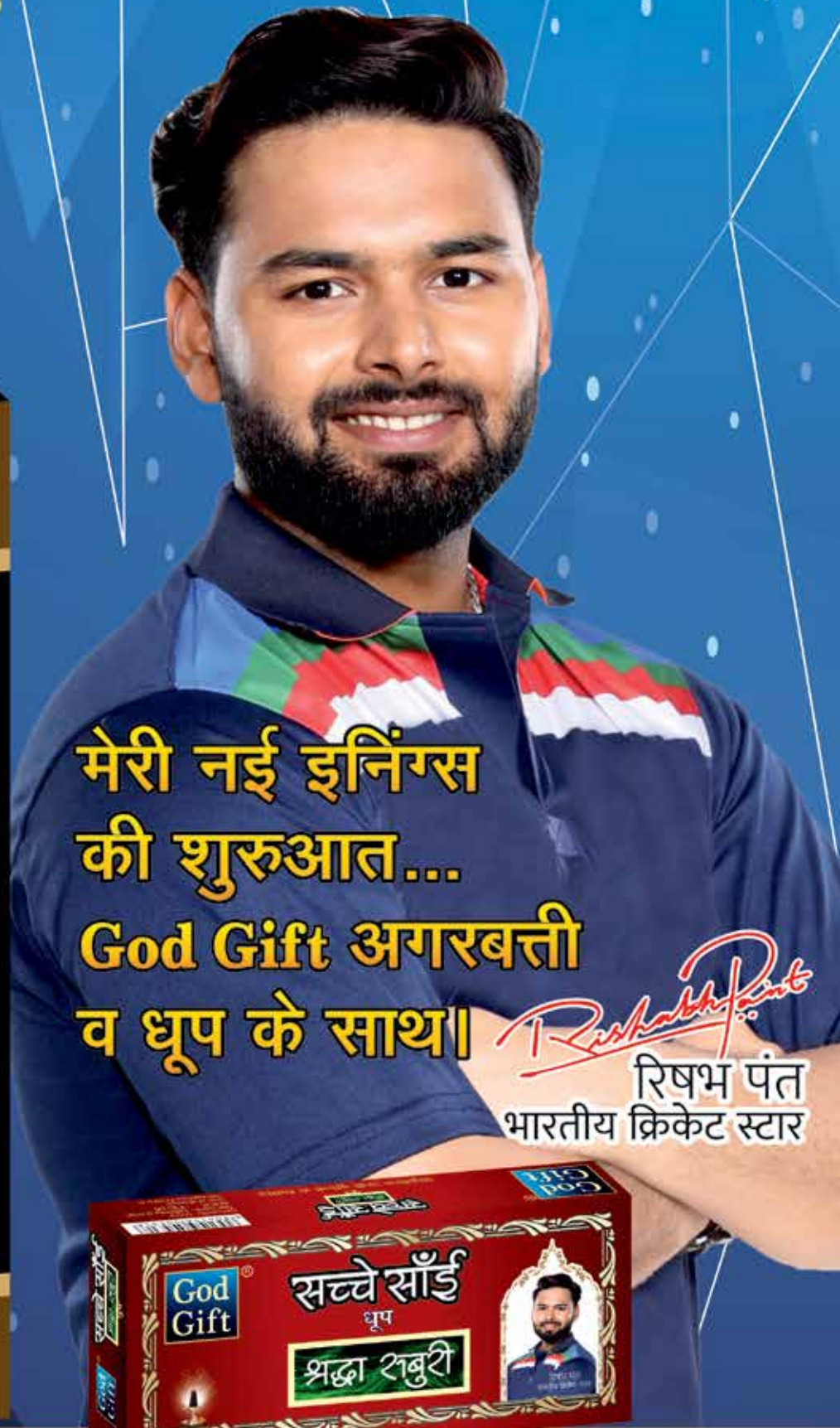
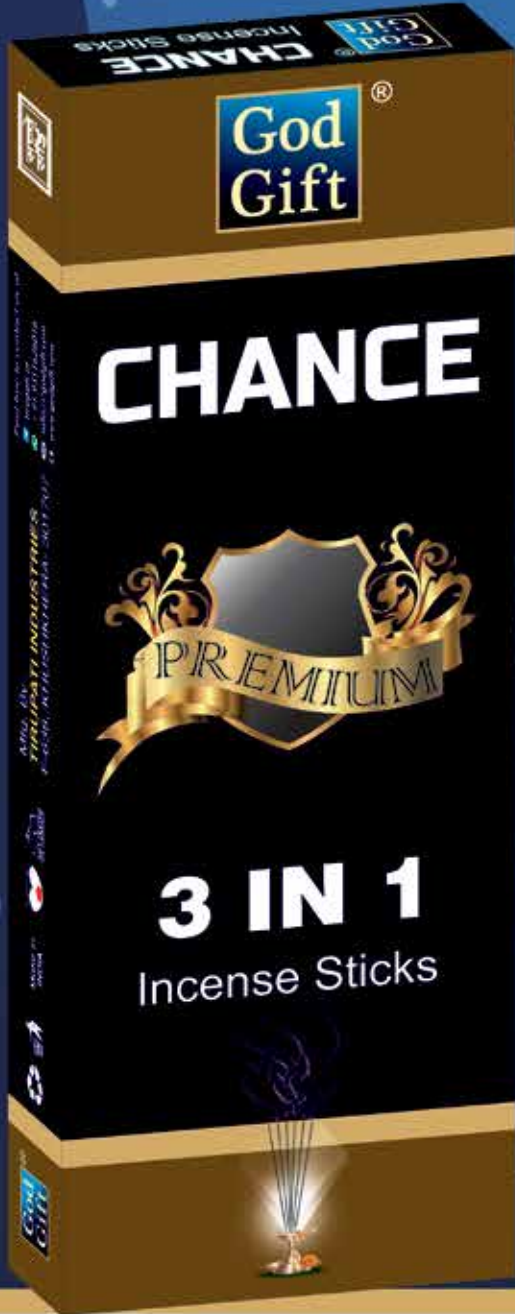
J.B. FRAGRANCES & FLAVOURS

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

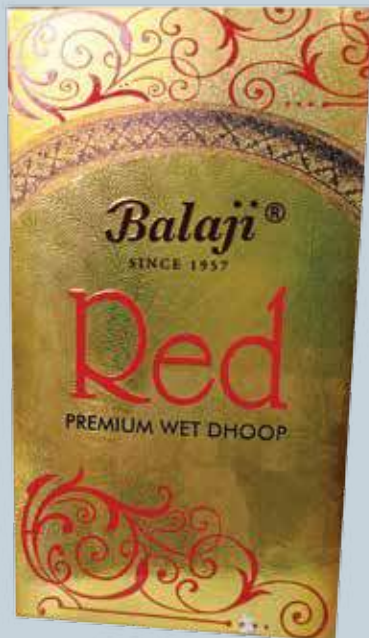


Forest’s premium agarbattis are in demand throughout the year!

Just like most Bangalorean incense brands; Forest Fragrance is widely trusted. Apart from online sales— The company sells incense products in major wholesale markets and metros. Forest Spice Premium Incense Masala Stick (MRP. 80₹), Radha Flora Natural Hand Rolled Flora Sticks (MRP. 100₹), Forest Fragrance Saffron Mysore Sandal Premium Incense Sticks and Forest Amber Oudh Incense Sticks (MRP. 250₹) in 50g packing are always in demand. Box and zipper packing are of international standards. Kasturi, White Forest, Black Forest and 3-in-1 are priced at 75₹ a pack each in 100g and 120g. Black

Forest and 3-in-1 are more popular.

Although, premium incense products come mostly in 50g packing: Forest’s premium incense is in an attractive cylindrical-shaped 250g box. While other premium brands are selling their premium products for 300₹ in 50g packs: Forest is selling their premium using the same quality & price in 250g cylindrical packaging. Market experts say that such premium products only sell high during festival season but Forest’s product is in demand throughout the year.



Balaji’s Red Dhoo trending in Delhi

Established in 1957, Balaji Agarbatti Company has exported over 300 different kinds of incense to date. This Bangalore-based incense company makes dhoo and agarbatti products for all segments. Considering the increasing trend in ‘bamboo-free’ incense products in North India— Balaji Red Dhoo is growing in popularity, especially in Delhi & NCR markets. The Red Dhoo comes in a pack of 10 sticks priced at 70₹ MRP.

Balaji is one of those companies that has adapted well to changing times and trends. Moreover, it has etched new paths in this industry. Apart from, dhoo and agarbattis, Balaji has added new avenues like manufacturing Roll-on perfumes and soaps.

*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of December-2022-January-2023 or as mentioned by the respective companies

Vidhan ahead in wet dhoop segment



One of the prominent names in the agarbatti business is Vidhan Fragrances. This Jaipur-based company makes everything from dhoop, dry sticks, incense sticks, camphor to a plethora of incense products. Sugandh India, in their survey in Maharashtra, found Vidhan's wet-dhoop (MRP. 35₹) that comes in zipper pack of 20 sticks has a bigger share in the wet dhoop market. Mogra, Guggal, Sandal, Rose, Aroma, Kewra, Pineapple and Loban are the variants of this wet-dhoop. Sandal and Loban are top-sellers.

Premium exotic-fragrant dhoops like; Kasturi, Oud Rose, Saffron, Aura, Roots and Rudraksha sold

at an MRP of 75₹ containing 10 sticks are also high in demand. Bhram, Royal Amber and Satya Premium wet dhoop in the premium segment also sell more. Satya Premium wet dhoop is the top seller.

The demand for Vidhan Nature 5-in-1 agarbatti is growing as well. The 5-in-1 is available in 400g zipper and costs 150₹. Mutha-packing is a traditional form of packaging in Maharashtra. Chandan, Rose and Mogra are best-sellers in mutha-packing of 220g sold at 80₹.

Real Fragrances Divine series giving positive sales in retail markets

Pune-based 'Real Fragrances' is among the leading incense companies in Pune. Although, they make; dhoop, dry sticks, cones, dhoop powder, sambrani cups and bakhoor in various; fragrances, sizes and packing; the Divine series of agarbattis are the most sellable. Divine Rose and Divine Lavender are the frontrunners of this series. Both the products come in 90g with an MRP of 90₹. Divine Majmua and Divine Heena are also in demand.



*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of December-2022-January-2023 or as mentioned by the respective companies



Shah FrAGRANCE & FLAVOURS



For More Details

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

BAZARIYA, SHEKHANA , KANNAUJ, E-mail : shakirali05749@gmail.com

देश की खुशबू

Since 1998



D&B Certified Company

निशान

प्रीमियम सुगंधित अगरबत्ती

प्रेरणादायक दिव्या खुशबू



Mfrs & Mktd 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



United Fragrances incense products are moving the market

- **Company's focus on bamboo and charcoal-free products**

Ahmedabad-based company, United Fragrances launched dhoop-sticks under the Vakratund (brand) across prominent Indian markets. The brand has also started gaining positive results within six months.

The growing trend of bamboo-free agarbattis in the market resulted in the launch of a new product line of dhoop-sticks in different price segments and lengths. A box of 6" long dhoop-stick costs 65₹ MRP. and 10" long costs 90₹ MRP. Black Musk, Mountain, Fresh Feel, Imperial, Meditation, Silver Mist, Polo, Rainbow and Splendid etc. costs 65₹ MRP per box. Black Magic, Feel Flav, Sweet Rosella, Sweet Wood, Trendy Fresh, Tulip Gold etc. cost 90₹ MRP per box. Both type of dhoop sticks come in 100g. The company also launched another set of 10" long dhoop-sticks in 150g of packing. Fine Aroma, Emerald Collection, Aero Rich, Swiss Garden, etc. costs 210₹ MRP per box.

The company also launched an exquisite collection of hand-rolled masala agarbattis. Arihant, Atharva, Neminath, Super Sandal, Tirtha Karan, Valakuchi, etc. are United Fragrances' premium-segment incense products priced at 110₹ MRP for 50g in attractively designed boxes.

According to the official statement; these products are bamboo and charcoal free. All products under the Vakratund brand of United Fragrances have been received well by wholesale and retail markets.

This success initiated the company's launch of a set of agarbatti products. Rosy Pearls, Mountain Monk, Arise Aroma, Amber Fox, etc. are premium agarbattis under the designer-incense range with an MRP of 110₹ in a 100g pack. As per market experts; The sales results achieved by dhoop-sticks in six months has been achieved by designer-incense agarbattis within 30 days!

Topsi's candy agarbatti is a tempting customers

Topsi Products based in Bangalore offers a wide range of incense products in economy and premium segments. In Pune for example; Heena (MRP. 125₹) and Petals (MRP. 100₹) are high-grade agarbattis in 100g attractive packing. Named as candy incense sticks by the company, these come in Amber, Loban and Chandan based fragrances. They are very affordable and come in tens a packet at 60₹ MRP. This of course is not without a dhoop stand complimentary with the packet. Moving onto the premium agarbatti segment— Golden Bakhloor (MRP. 150₹), 'Ram Krishna Hari' (MRP. 125₹) and Future (MRP. 150₹) are a lot in demand. They all come in an attractive pack of 50g each.



*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of December-2022-January-2023 or as mentioned by the respective companies



Gayatri MH-12 Premium Agarbatti drawing good sales in Pune

● Gangotri brandm from Pune to overseas

The Gayatri brand established in 1978 is among best selling brands of Laxmi Sugandhalaya (manufacturer). The company based in Pune, was established in 1974. During the turn of the new millennium, Gayatri's Champa brand was in such demand that black marketeers were in trade. Today, Gayatri MH-12 Premium Agarbatti is drawing better sales in Pune. MH-12 is affordable and it is priced at 85₹ for 100g a packet. Gayatri 'GOD BLESS YOU' Natural Masala Agarbatti is also doing good business in the premium segment. This premium agarbatti is priced at 150₹ for 50g a packet. Apart from agarbattis; Gayatri Dhoop, Gayatri Sambrani Guggal, Gayatri 'All Time' Dry Dhoop Sticks and Gayatri All Time Luxury Thick Dhoop Sticks cost 70₹ for a pack of ten.

Gayatri is a popular brand. Besides its home state, Its products are sold in; Karnataka, Goa, Gujarat and as well as in West Bengal. Apart from manufacturing; Laxmi Sugandhalaya, the brand owner of Gayatri, has a marketing agency. Lakshmi Marketing Agency is one of the, principal agencies in Pune. It has its distributors and retail counters. The agency has a strong presence in various wholesale markets in and around Pune.

Gangotri Sungandhalay Exports is a subsidiary of Laxmi Sugandhalaya. Gangotri is in the same business; manufacturing and marketing incense products for overseas markets. Juhi, Tithi, Banaras, Sudin and Golden Aroma are among the top-selling products. Despite being export-oriented, the prices are affordable. Juhi is priced at an MRP of 108₹ and Tithi at 120₹. Banaras, Sudin and Golden Aroma are sold at an MRP of 99₹ only. All of their products come in attractive international designs and 100g packaging.

Miracle brand: top-seller of Oswal



Oswal Traders is among the most profitable agarbatti companies in Pune. Although, the company has dozens of dhoop-agarbatti products selling in the city and other cities in the state: The Miracle brand of agarbattis sells the most. A box of 100g of this brand priced at 108₹ and pouch packing of the same for 10₹ are top-sellers.

GP Pandhari Premium Masala Sticks is a hit in Konkan–Pune–Mumbai

Masala Agarbatti segment's popularity is growing across all over India. Masala Agarbatti is an innovation of the South and is traditionally handmade. GP Industries: A specialist in handmade premium masala agarbatti based in Shimoga (Karnataka,) is in business for around two decades. The company entered, the Konkan–Maharashtra region only a few years ago; with Pune and Mumbai being their focus in premium segment markets. According to a survey; Pandhari (₹145), Gurudwar (₹160) and Rooh Amber (₹135) are gaining sales, especially in Pune and Mumbai. Pandhari, Gurudwar and Rooh Amber come in a pack of 50g. Huge sales were reported from various wholesale markets during the last festive season.



*Note: The prices and quantity/weight mentioned are as of December-2022-January-2023 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



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).
Contact : +91 9737510555

Email : info@arsiincensesticks.com
Web : www.arsiincensesticks.com



MARKET REPORT PUNE



PUNE AMONG ONE OF THE BEST PREMIUM MARKETS

- Centuries old companies producing high quality natural agarbattis
- Brand loyalty increasing among Pune-kars

Pune! The second largest city in the state of Maharashtra is endowed with a passionate history of the Marathas. Apart from a fascinating history, Pune has an enriched history of incense (dhoop & agarbatti) making. Some say it goes back 200 years or more! But despite that it is not a manufacturing hub in the incense industry unlike; Bangalore, Ahmedabad, Indore, Mumbai and Nagpur. Peshwas don't rule anymore. . It is a different world today. IT and the Corporate sector are the privileged class and those in the industries as well. This is the reason the city's incense market is full of premium brands of; masala agarbatti, dhoop sticks, dry cones and sambrani et along with attar and perfumes. Customers don't mind shelling out a premium for high quality.

Punekars prefer premium products

Sugandh India extensively interacted with incense manufacturers, distributors and retailers in Pune and found that there are many 100-150 years old agarbatti companies producing natural high quality products. Some of them have never turned to synthetics till date. On the other hand, Pune also has manufacturers that have a wide portfolio across all the price and product segments. Other than home grown brands, Pune is also a great market for brands from other cities of Maharashtra and states like Gujarat, Karnataka, Rajasthan, etc.

During Pune market survey, Sugandh India found that the Pune-kars prefer quality over price and will only buy the same product twice if the quality is good. The survey also revealed a 1:1 ratio of market share between Pune based manufacturers and the brands from rest of India. Pune based manufacturers are an assortment of companies selling branded, unbranded, generic and signature products.

Also, agarbattis stake 70% share in the local incense market. The rest is stocked with; dhoop sticks, dry cones and sambrani etc. The brand loyalty amongst the customers has increased overtime from 20 per cent to 40 per cent. Some customers are so loyal to brands that they would go through multiple shops or even come back every day for the product they particularly want. Top brands sell by name

As per the packaging trend, all types of packaging works here. Attractive packaging has more takers. Rs.10 pouches and Rs.100 zipper and premium products sell the most. Apart from this, in premium segment the products costing Rs.150 for 50 grams are

high in demand. The 50 gram segment however also has products costing Rs.200, Rs.500 etc. The trend of cylindrical packaging is high during festivals. Some of Pune's oldest companies also sell incense sticks in roll packs. Loose packs of half kg or one kg are also popular. Incense sticks belonging to premium segment, all come in attractive box packing. Wet Dhoop in economical pricing is demanded more in zipper Pack. The demand for dry stick, cup sambrani is going uphill. The fragrance trends aim at rose, sandalwood, mogra, etc as evergreen along with a positive graph for the demand for attar like and Arabic fragrances, Oud and shamama has increased. The survey also shows that on an average, a Pune-kar spends 200 to 500 rupees per month on incense sticks. Pune being an excellent market for premium products also has enthusiasts spending Rs 2000 or more per month. The demand for premium quality products has now substantially increased and as per market experts, the customers for cheap products that come in high quantity at lower price has considerably declined.

Pune based brands dominate the market

The market survey revealed that Pune based brands like, Damodardas Bhagwandas Sugandhi, Jagirdar Agarbatti, Haridas Madhavdas, Vithaldas Narayandas, Dhoomdharaka Oodbatti Karkhana have a fair share in premium masala agarbatti segment. In rest of the price segments, Oswal's Miracle, products of Kalyani, Real Fragrances, Lakshmi Sugandhalaya's Gayatri brand MH12 are popular. The products of brands like Jagirdar, Dhoomdhadaka Yog, etc. are popular across all major price segments.

Pune is a great market for brands from other states as well. These include Balaji, Forest, Jai Bhavani, Bansi, Amruta, Padmini, Alaukik, Misba, Tpsi, United Fragrances, GP Industries, Prime Fragrances, Safari Big Bell, Rocket, etc. Cycle, Zed Black, ITC Mangaldeep, etc belong to pan India brands present and sold across all retail stores Dry Stick in positive trend In the dhoop segment, the brands are same as most of agarbattis that sell in Pune. Though Pune is a major market for agarnattis, but the trend of dry sticks, bamboo-free incense sticks and sambrani cups is also picking pace. The consumption of wet dhoop however is not high and the demand is mostly for the North Indian brands like Sachhe Sai, Vidhaan, Z Black, etc. Sambrani cups of Yaga, Forest, Delta, Neev from Ahmedabad, Pioneer from Jaipur, Shudh from Karnataka Fragrance along with various South Indian brands sell well. Manohar Sugandhi's dominates the tika market with its Kasturi Ashtagandha. Tikas of other brands like Balaji follow. Camphor is sold unbranded mostly. ●



Naya Lakshya, Nai Soch

ECONOMY PACK
INCENSE STICKS



₹70/- | 90g

INCENSE STICKS



₹15/- | 10 STICKS

WET DHOOP STICKS



₹70/- | 100g

DRY DHOOP STICKS



₹70/- | 10 STICKS

INCENSE STICKS



₹70/- | 120g

ZIPPER POUCH

INCENSE STICKS



50G POUCH

₹35/- | 50g



MINI POUCH

₹15/- | 18g

Manufactured by & Consumer Care Address

Bigbell Incense

391, Kanakapura Main Road, Kaggalipura Colony, Kaggalipura Post,
Bangalore, Karnataka - 560082.

www.bigbellincense.com



@bigbellincenses



THE INCENSE MARKET IS A TOUGH NUT FOR NEW ENTRANTS: VISHAL KESARWANI

- Prices of raw materials have doubled in the last 2 years.
- Competition is dithered. Only experienced players can survive.

Vishal Kesarwani, the CEO of Rajkamal Dhoop Agarbatti based in Noida revealed that the entry of new players in the dhoop & agarbatti business that drastically increased due to agarbatti making machines is declining as the situation has become impossible. It is the pandemic that brought stark changes in the business environment. He said that prices of raw materials have doubled and the competition has increased. The profits have decreased so much that we are selling on no profit no loss basis just to remain in the market. Due to such challenges, new entrants are getting thrown out, leaving only the established players. Every business requires patience but agarbatti industry requires more and specially in case of new entrants.

Going back in time, talking about how the firm was started, Vishal said “, The family business started a year before our country got independence. Late Shri Gopi Kishan Kesarwani and Late Shri Harikishan Kesarwani were founding fathers.

Khari Baoli, a locality established by the Mughals in Old Delhi, has always been the nerve centre for wholesale-purchase of spices, herbs and perfumes. My grandfather, while strolling in the ‘Khari Baoli’ market, found pieces of wood with an aromatic quality. He bought some and processed it into dhoop-stick. He started selling them and people liked them very much. That’s how our business started 75 years ago.” Continuing with his statement he said “, I’m in debt to the love, knowledge and experience I received from my father and grandfathers. This brought strength and wisdom, to deal with present challenges.” He said “, None of our products uses synthetic formulations. Raw materials we purchase are from the selected source. ‘Gopal Chhap Dhoop No. 1’ is the best example made from pure herbs and essential oils. It does not cause respiratory issues like asthma. It is the most expensive dhoop sold. It carries a legacy. Raw materials for this premium dhoop are sourced from Kashmir.”

The company has a bouquet of 250+ products; dhoop, agarbatti, roli, chandan, sindoor, kapoor, gual and various products used in worship and devotion. Delhi NCR, Uttar Pradesh, Uttarakhand, Madhya Pradesh, Gujarat, Bihar and Rajasthan are the biggest markets for the company.

Sugandh India wanted to know how their business deals with soaring prices of raw materials and other manufacturing costs? To this, Mr Kesarwani responded “, This is beyond our control. The agarbatti market is dotted with zillion; products, dealers, distributors and unaccountable manufacturers leading to a scramble for competition. Despite the availability of raw materials, manufacturers like us face shortages, leading to soaring prices. In fact, the cost of raw materials has doubled in the last two years! Costly manufacturing added with different prices to move our brands to the last mile shrinks profits. Worst! We at times have to sell our products at loss just to stay in the market.” Briefing about his products he said “, Gopal Dhoop is sold in the range of Rs.700 to Rs.1000 a kilo. Gopal, Rajkamal, Prabhat and BD Care are our top-selling brands. Rajkamal is most popular in the economy segment sold in the range of Rs.5 to Rs.100.

Rajkamal brand of dhoop and agarbatti has been run by three generations of the Kesarwani family. This in itself is an achievement. Nonetheless, it wasn’t possible without active and honest participation from their suppliers and distributors.

Talking about this participation Vishal Kesarwani said “, Manufacturers actually don’t run this market: dealers and distributors do. They should be active and well-connected in moving your brand into the market. A nonchalant distributor can kill your brand. Adding more information he said “, The agarbatti market also runs on the system of credit. We have to deliver our stock and wait for payments. It’s a general trade practice without fringe benefits. Possibilities of money getting stuck or lost completely can’t be ruled out. Earlier, such cases were just two to three out of a hundred. Today it is five or even six. Novice entrepreneurs lose money more frequently.”

Describing a bit more about products he said “, Although, the trend for fancy and fruity fragrances like Pineapple and Lavender is on the rise... Traditional fragrances like; rose, mogra, chandan and kewra will always be in demand. Another point to note is that whenever a company comes up with a new range of products, initially it sells well and if it is good then it stays in demand”

Sharing his views on new entrants, Mr. Kesarwani said, “Earlier 9 out of 10 new entrants would survive but the things are different now. Despite the incense industry growing at the rate of 9.1% CAGR— success-rate for newcomers is less than one percent. Moreover, they bear 20% more losses than three to four per cent by experienced players. The losses are due to credit offered in the market. With the onset of machines in the industry, there was an influx of new entrants in the industry, but a lot of them could not survive due to high competition and rise of raw material prices. In such times not everyone can maintain good quality. The ones who can are the established brands and they bear the losses in a hope for a positive future. According to Vishal Kesarwani, UP is the most profitable market. He said “, Buying capacity is huge and the sellability encompasses all segments including our super-premium brands. Bihar too is a big market. Products ranging from Rs.5 to Rs.100, easily sell in these states. Rs.5, Rs.10 and Rs.20 packs sell most.

Sugandh India wanted to know about brand loyalty. Are customers loyal to a brand? To this, he responded “, Customers buy dhoop and agarbatti regardless of brand names. Customers don’t even know, who the manufacturer is. They are least bothered by such details. Two to three per cent of customers are brand conscious. Regarding advertising and promotions he remarked “, The idea is good but ain’t beneficial. I remember, our company ran a campaign in newspapers and hoardings in the early 90s. The campaign turned out to be the least responsive. To put it simply, the product has to be good. The rest is up to the retailer. I, sitting here, cannot guess which brand he’s suggesting to the customer. By the way... this is the job of our dealers and distributors. They push the envelope for us.”

Sugandh India wanted to know, why there is an excess of similar looking and sounding products in the market? Responding with an undertone Mr Kesarwani said “, Competition in this industry resonates through; being creative copycats. When a certain fragrance of a certain brand becomes too popular other companies develop similar fragrances in body and tone. The same goes for packaging. Well... this practice isn’t restricted to the incense industry alone. The concept is well-proven in other industries as well, for example; the automobile industry. The rear end of certain cars in a certain price segment looks quite similar. We introduce new products from time to time.”

Lastly, on future expansions Vishal Kesarwani, the CEO of the ‘Rajkamal Dhoop Agarbatti Company’ said “, This industry is expanding unregulated. Market turnover is 10–12 Thousand Crores. That does not mean every manufacturer is here to invest in hundreds of Crores. People stay within their business risks and the market they choose. Yes, there are lots of opportunities though one needs to be patient. New players must come prepared. They should have more patience along with business acumen. Fly-by-night companies in this trade automatically get thrown out.” ●



AQUILA

...Ideas Unlimited

Manufacturers & Exporters of

Chemicals
Fragrances
Flavours
Agro & Pharma

Fragrances
Air Care
Personal Care
Skin Care
Home Care
Laundry Care
Fine Fragrances

Flavours
Bakery
Beverage
Confectionery
Dairy
Savoury
Pharmaceuticals
Oral Care



AQUILA ORGANICS PVT. LTD.

Registered Office: 101-104, Sunrise Business Park, Road No 16, Wagle Industrial Estate, Thane (West) - 400 604, Maharashtra, India.

Tel. No: +91-2262483700

<https://aquilaorganics.com>

Email: sales@aquilaorganics.com



New Dhoop Zipper Packs

With Enhanced Fragrances

For That Beautiful Fragrant Environment, You Always Desired

BUMPER OFFER

(Starting 1st January Onwards)

Buy 12 Dhoop Packs And Get 4 Free



Available



Shop Online

www.namohindiya.in



AGARBATTI INDUSTRY NEEDS TO DIVERSIFY TO OTHER FRAGRANCE DOMAINS: GIRISH VAZE

Aquila bringing
out new in
traditional notes



Aquila Organics is a renowned name in the fragrance industry that provides a wide variety of high quality aroma chemicals, fragrance compounds and flavors to manufacturers of fragrance and flavor related products. Girish Vaze, MD & Chief Perfumer of Aquila Organics, has a decade long experience in fragrance and flavour industry and comes from the pioneers of perfumery, S H Kelkar family, being a third generation member. In a special conversation with Sugandh India, Mr. Vaze emphasized the need for diversification in the agarbatti industry.

Aquila Organics has been catering to the fragrance and flavour industry for the last 10 years. Established in 2010 by Girish Vaze, who is the third generation of the S H Kelkar family, the pioneers in perfumery. Having worked at S H Kelkar & Co, Mr. Vaze was in charge of the entire Aroma Ingredients Division at S.H. Kelkar and Company for almost a decade. In a Tête-à-tête with Sugandh India, Mr. Vaze said that they are building a network across the country and manufacturing high quality products for the Agarbatti industry. He added that post covid, the market graph is going up and there is enthusiasm among manufacturers. We too are monitoring this and preparing new products accordingly.

Answering the question about what Aquila Organics is providing the agarbatti industry? He said “, The era of traditional fragrances is coming back with new variants. Traditional fragrances like; Gulab, Mogra, Bela, Chameli, Kewda, Champa, Chandan, Loban, Oud and Bakhoo are reengineered constantly to suit the expectations of urban customers.” He added, “Aquila Organics is also coming up with new traditional and herbal fragrances like belpatra, tulsi, etc. through extensive R&D.” Speaking further Mr. Vaze said,” people are now moving back towards the ancient traditions. The era of traditional fragrances is making a comeback with new variants. That’s why we are also focusing on traditional fragrances. Apart from this, we have also prepared several RTDs which relieves the manufacturers of the burden of fluctuations in prices of chemicals. This further makes it easy for them to manage raw materials and inventory. He added that to survive in the fragrance industry, research on new fragrances is a necessity. The market is full of competition & ups- downs.

While sharing his views about the agarbatti industry, Mr. Vaze highlighted, “there is a need for diversification in the agarbatti industry. Changes take place swiftly in the agarbatti industry. Along with agarbatti, other incense products like dry sticks, bakhoo etc. are also gaining market share. However, Agarbatti manufacturers need to innovate and diversify. There is a lot of potential in other fragrance product fields such as air fresheners, scented candles, etc.” Adding to this he said, “ If we discuss challenges, then sourcing raw materials is one the major challenges, especially if you are highly dependent on a particular raw material. For example, there is a shortage of bamboo which affects the entire agarbatti industry as the industry is heavily dependent on it. In such a situation, the industry needs to expand into other areas of fragrances like air care, diffusers, etc. so that a particular problem does not affect the entire industry as a whole.

Concluding the conversation, Mr. Vaze said, “Agarbatti industry is one the major industries for the fragrance industry and despite the problems faced in the past, this industry is moving uphill with great enthusiasm. A lot of new trends and innovations are coming up which also excite us as we always tend to do something new.” Further concluding, he added, “ With our focus on innovation, we have high quality products not just for the agarbatti industry but for all the sectors related to fragrance and flavour. ●

Aquila provides good quality products at competitive prices: Shalin P. Kale

Shalin P. Kale, Sales & Marketing Head of Aquila Organics in a conversation with Sugandh India shares, “Aquila has spread its wings not just all over India but overseas as well.” further sharing about the product lines, he added, “ we specialise in fragrances for Agarbatti, Fine Fragrances, Oud, Bakhoo, Fabric Care especially Detergent Powder & Cake, Fabric Softener & Detergent Liquid.” On the question regarding the agarbatti industry, Mr. Kale said, “ industry was in a critical condition during covid pandemic and prior to that there was a shortage of bamboo sticks along with the emergence of numerous manufacturers.” He added, “with the problems came various new trends and mfrs tried to focus on products such as reed diffusers, dhoop, cones, agarbatti w/o bamboo sticks , etc that do not require bamboo. Earlier, Companies would take risks but now they have a more cautious approach.” Further adding he said, “ agarbatti industry is now more focused towards providing quality products and despite the problems, the industry is growing a lot because for any or every occasion, an agarbatti is used and lit.” Sharing his views on growing competition, Mr. Shalin said, “with increased competition in domestic markets, overseas markets seem a better option. Business is growing in; Vietnam, Indonesia, Malaysia and African countries. This is a small industry but the scope is huge, and the future is bright.” Highlighting the need of the agarbatti industry, he said, “ Manufacturers now demand cost-effective products. Initially however, they did not consider the price, only the quality. It is psychological that expensive means quality, whereas nowadays you can get quality at less price as well.” He added, “It is our endeavor to provide cost effective products. For example, nowadays RTD at low cost is in demand. “ Continuing he said, “As the markets are volatile and all the manufacturers are cautious which is why they don’t keep the stock of raw materials but only finished products as per their requirements and also instead go for job work too.”

Wrapping up the conversation, Mr. Kale said, “keeping up with the demand, his firm creates cost effective products for the manufacturers as the prices of existing ones have gone up and thus people need cheaper substitutes to survive, which we excel at providing.” ●



L-R: Arjun Ranga, M.D., Cycle Group - Girish Vaze, M.D., Aquila Organics - Sharath Babu, AIAMA Past President - Shobha Karandlaje, Union Minister Karnataka at AIAMA EXPO 2022

DI ETHYL PHTHALATE (DEP)

CAS: 84-66-2

TRI ETHYL CITRATE (TEC)


CAS: 77-93-0



INDO-GSP CHEMICALS PVT LTD

ISO 9001, 14001, 22000, 45001, GMP, HACCP Certified

 info@indogsp.com

 +91 72783 65146
+91 98210 83557

 www.indogsp.com



Quality. Service. Reliability.



RADIO BRAND

PREMIUM INCENSE STICKS

Jalaaate raho...

Bajaaate raho...

Regular



Premium



अब 6
अलग
खुशबुओं में!

MFG. R.P. FRAGRANCES

For Distributor Queries: 9628078000

आपका अपना... 75



राजकमल®

अगरबत्ती, धूप
एवम् अन्य पूजा सामग्री

उच्चकोटि की पारंपरिक भारतीय सुगन्ध
का प्रतिष्ठान **राजकमल®**



Mfd. by : BHARTIYA DHOOP KARYALAYA PVT. LTD.
H.O. 409, KATRA MAIDGRAN KHARI BAOLI, DELHI 110006
B.O. H-72, SECTOR-63, NOIDA - 201301, DISTT - G.B. NAGAR (U.P.)

visit us at :
www.rajkamalbdk.in
www.rajkamalbdk.com
Customer Care : 09212698545
e-mail : enquiry@rajkamalbdk.com

Spreading Fragrances Since 1965

JYOTI
products
Spreading fragrances since 1965



Incense Making Machine



Bamboo Sticks



Joss Powder



Charcoal Powder



Wood Powder



Guar Dust Powder



Black Incense Powder



White Incense Powder



White Wood Powder



Incense Making Machine Parts



Colour Agarbatti



Orange Raw Agarbatti



Black Raw Agarbatti



White Raw Agarbatti

We Also Provide Facilities for Buyers to get Direct Import of Containers to Their Destination with Hassle Free C & F Services At Any Port or ICD In India

JYOTI PRODUCTS

Supplier for Agarbatti Raw Material, Raw Agarbatti, Agarbatti Machinery and Parts

1 to 5, Shreeji Industrial Estate, Opp. D.K.Industrial Estate, Ambav Pura Road, Nr. Capital Char Rasta, Phase 3, GIDC, Chhatral (N.Gujarat)-382729, INDIA.

E-mail : info@jyotiproducts.com | M. : 90540 33666, 98245 50361

www.jyotiproducts.com

150 YEARS OF DAMODARDAS BHAGWANDAS SUGANDHI

- The scent of the agarbattis from the streets of Raviwar Peth Pune that spread to the Maharajas and markets across the globe



In an exclusive conversation with Sugandh India, he said “, The wisdom and knowledge I inherited from my father and grandfather; passed on through generations... is priceless! I have improvised on their knowledge; sharpened my skills for making high quality incense products. Adding on to his statement “, I have adapted the grammar of our forefathers (making incense) in the present context. This is clearly visible in our; fragrances, products, branding and packaging.”

Devendra informed that customers today are developing a liking for natural and raw fragrances. He said “, Although China, Sri Lanka and Vietnam make agarbatti in large numbers, our country is more attuned to making dhoop and agarbatti. This is because; the climate, the soil and the natural flora-fauna are best suited for growing spices, extracting essential oils and using natural ingredients required in the dhoop-agarbatti-making process. Moreover, we have the heritage, passed on through generations that make our incense products stand out in the global market. Today, our company has a good market in; America, Australia, Germany, South Africa and Kenya.”

It is said that the fragrance of agarbatti was first lit somewhere in South India. The region between Bangalore and Mysore was the first to become a manufacturing hub during the pre-independence era. It is a less-known fact that Pune in Maharashtra also is a homeground in dhoop and agarbatti manufacturing with a rich and enduring history. Sugandh India found one such establishment. An incense brand with an enriched legacy of 150 years. Damodardas Bhagwandas Sugandhi (The Company,) established in 1872 is a Pune-based incense company producing one of the finest masala and flora agarbattis for the last 150 years. Kings, Queens, aristocrats, members of royal families, diplomats, zamindars and jagirdars in colonial India were regular customers. The company was exporting incense and fragrances to England, South Africa, Zanzibar (now Tanzania,) the Middle East and to the Amirs of the Gulf. Damodardas Bhagwandas Sugandhi (The Company,) is a factory of innovations. They have innovated on the rituals and antiquities of their forefathers; constantly evolving with modern times. In the present day, Devendra Tribhuvandas Sugandhi runs the business. He is a sixth-generation entrepreneur with a wealth of knowledge and wisdom.



Letters and post cards from customers from pre independence era

Digging into the bygone era, Mr. Sugandhi revealed “, As the family history goes; the business was established by an uncle and his adopted nephew in the year 1872. The establishment started in ‘Raviwar Peth’ in Colonial-India Pune. The uncle was ‘Damodardas’ while the nephew was ‘Bhagwandas.’ The company name is the same as the founder’s. Family documents reveal the agarbatti business was being conducted much before the said establishment year. The Trademark was registered much later in 1908-09.” Continuing with the family history he said “, Exports began in 1929-30. England and Colonial South Africa were the destinations. Traversing the Arabian Sea towards the African continent were the seaports of Addis Ababa (in Ethiopia) and Zanzibar (in Tanzania). The company sent premium incense products to these ports from where they entered various markets. Africa was full of the Indian population in those days; courtesy of British occupation for their civil works. This made exports all the more relevant. Our Kanta Chaap and Pushp brand were the best-selling products at that time.” Furthermore “, by 1952, exports swelled. Thanks to demands generated through years of goodwill, the company started exporting to Kenya and the Middle East.” While recalling an old agarbatti brand of theirs, Devendra was filled with joy. He revealed, “There was a brand of agarbatti called ‘Bulbule Arab’(bubbles arabia). It was so popular that it was sold in black due to huge demand.”



Discussing challenges being faced, Devendra informed Sugandh India that a shortage of raw materials and a trained workforce is hampering the production of masala and flora agarbatti. Post-COVID, demand for incense products has surged. The domestic market has outgrown European markets. Moreover, a clear shift in customer choice has increased demand to produce masala and flora agarbatti. Continuing with his apathy he said “, Lack of trained labour forced manufacturers to install machines for masala agarbatti. “We too have installed a couple of machines”, he said. The pain point is, machines don’t deliver the finesse required for premium quality masala agarbatti. The quality of machine made agarbattis is still slightly below the handmade. The fragrance in hand rolled spreads more smoothly. The customers in this segment too prefer handmade over machine made. Moreover we have to make changes in the formulation and put extra efforts when it comes to making masala and flora battis through machines. Nevertheless, we are researching and working on bringing machine-made at par with hand made. The customers too, we believe will sooner or later accept the machine made “

Sharing about how the company is evolving with time, he said that he is the 6th generation in the family business and now the 7th generation is preparing to grab

the reins. He said that the agarbatti industry is moving ahead at a really fast pace. This is the era of new age marketing, packaging and social media. Fragrances are also evolving rapidly. A single fragrance now has thousands of variants. Similarly we have also evolved and made changes to our traditional fragrances.

Commenting on the raw materials that were used back then vs now, he said that what our forefather used, that is not even available now, let alone use it. Earlier natural amber, musk, sandalwood oil and sawdust were available, now all these are a thing of the past. In recent years, synthetics took over the industry, but now people are again demanding natural products. Taking this trend into account, the manufacturers too are working towards bringing natural products as much as possible. Nowadays, the demand for French and European fragrances is also increasing, but along with this, we should also promote our traditional fragrances, by modifying them and creating new versions that feel modern yet traditional, so that the fragrances and products of India can gain popularity all over the world. We can establish our own global pattern through our traditional fragrances which will put us side by side with the other incense producers around the globe and moreover put us ahead of them.



Changes in packaging over time



Masala & Flora agarbattis are the King and Queen of their business. This is what they’ve been making for six generations. Talking about Flora agarbatti, Mr.Sugandhi informed Sugandh India that— ‘Brand 1010’, ‘Brand 1004’ and ‘Brand 1006’ are the most sought-after variants of Flora segments running successfully for generations. These products have a base of musk and amber. As per the new market trends, 20 more brands have been created. With a rise of Arabic and French notes, we too have curated similar products with traditional sandalwood base.

Informing about the packaging changes, Devendra ji said that in the new age, the company has made a lot of changes in the packaging. Our older customers still buy our by the brand name, but the new generation needs attractive packaging along with the quality. In this context, we conducted a comprehensive survey a couple of years back and found that 60 to 70% of people desired our products in better attractive packaging. So we made our packaging go through drastic changes.

Sugandh India found some interesting facts about the company’s heritage. According to family documents; Rajdarbar agarbatti brand was created exclusively for the King of the Gaekwad dynasty. The Sultan of Junagarh also loved the Rajdarbar brand. Musk, Amber and Sandalwood based incense were in popular demand. Devendra informed “, Over a century ago, there used to be oudhbatti and agarbatti. Agarbatti was a premium expensive product made from agar powder sourced from Assam. On the other hand, oudhbatti was a product for the masses and came cheap. It was basically made from Loban.”

And finally, he concluded the interview with, “The future of our industry is very bright and we will always continue to offer traditional and natural products. We are not interested in adulterating our legacy.” ●

Mr.Sugandhi highlighted the mention of a particular attar named ‘Gandhraj’ based on Rajnigandha or Nishigandha (Tuberose) fragrance in the historic documents of Peshwa (King). Adding to that, he said “ I have been finding many wonderful things in my family documents. Gandharaj attar is also mentioned in that. Also Rajnigandha is called Gandharaj in South India. Inspired by this, he remarked, “We are relaunching these bygone novelties with the Peshwai brand name. The Peshwai Attar (roll on perfume) is set to release by January 2023. This exquisitely designed 12ml bottle will cost ₹1500.”



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

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



MASALA AGARBATTI IS OUR SPECIALITY: DARSHAN SUGANDHI

- Bulk production of quality masala incense sticks is a big challenge
- Research is being done for bulk production of masala agarbattis through machines while maintaining excellent quality.

The demand for masala agarbattis has increased considerably. Reason: they are prepared from natural ingredients. Traditionally, masala agarbattis are handmade. This makes them expensive for the general masses as; bulk production in tons is not possible with manual labour. Moreover, with the doubling of costs in raw materials and other expenses... pocket-friendly masala agarbatti for the masses is more of a challenge than a business proposition. We are talking about CH Sugandhi & Sons, a Pune-based premium masala agarbatti manufacturer. Apart from premium masala agarbattis they also make dhoop and agarbattis for the masses including; sambrani, dhoop cones and many different incense products. The company is popularly known as Dhumdhadaka. Speaking exclusively to Sugandhi India, Darshan Sugandhi—the owner said “, despite being a little over a century in the incense business, it is a challenge to deliver good quality masala agarbattis at an economic price.”



Briefing about the family connection Mr. Sugandhi said that his great-grandfather started a shop in Pune, way back in 1913. At that time, he purchased dhoop-agarbatti from Bombay (now Mumbai) and sold them here (in Pune). He continues “, post-independence my grandfather took over the shop. In almost half a century since my great-grandfather started, the incense market grew manifolds. Rather than being at the receiving end, my grandfather set up a small factory at Ganesh Peth; now in the old part of the city. Agarbattis then were hand-rolled.” Continuing about his grandfather Mr. Sugandhi said “, my grandfather’s factory had lots of labourers; preparing raw masala, rolling the mix to sticks, applying fragrance to raw agarbattis, drying the lot and finally packing agarbattis in bundles. The entire process was manual. Panini was the most popular brand of masala agarbatti of that time i.e. between the 1950s & 60s. Dhumhadaka brand was introduced much later.”

Recounting the times when his grandfather was in business Mr. Sugandhi said “, my grandfather wanted to popularize his brand in Mumbai and for this he would travel in Mumbai local trains. He sold them at railway platforms and outside the station area. He distributed samples to passengers, visitors and onlookers. This, as you might’ve guessed, was the best way to market his product.” Continuing further with his story, he informed “, the concept of printed packaging wasn’t that popular; moreover, it was an added expense. My grandfather used to write the brand name and company information on a piece of paper when selling and sampling his agarbattis. This was the same for all; be it customers or wholesalers.”

Detailing on his grandfather’s adventures he continued “, my grandfather found an interesting way to sell his product. For the shopkeepers who refused to buy in the first place, my grandfather would light an agarbatti at such shops everyday. He continued this for several months and finally the time came

when the naysayers asked for the same agarbatti he lit. This technique proved intuitive. He used the same for dealers and distributors. It worked in most cases.” “Not all products work. One has to keep on innovating. This helped my grandfather keep tabs on his market,” said Mr. Sugandhi. In the last 50 years, the company developed more than 2000 incense products.

Mr. Sugandhi said that they are a well-established name in the industry. They also make raw and white agarbatti. On the role of women in this industry he said “, women always have played crucial roles in manufacturing and women are our consumers too.” Continuing with his statement he said “, earlier, agarbatti production was home-based. Workers used to take raw materials home and deliver the final product. We don’t follow that now. Reason: You can’t monitor the amount of raw material used and quality control is difficult. For this very reason, my father centralised the whole process of making agarbattis in the factory after 2000. Agarbatti manufacturing machines were also introduced.” He said, apart from machines and automation, a separate research and development facility has been established. “We also have our own fragrance research lab as well,” said Mr. Sugandhi.

He said something interesting about his father. He said that his father, Girish Bhagwandas Sugandhi started experimenting with fragrances at the very young age of 24. “He didn’t have a degree in perfumery. It was his passion and a lot of dedication that made him a connoisseur in aromatic sciences,” said Mr. Sugandhi. He informed me “, earlier, my father used to buy fragrances from third parties. The problem was, the third party sold the same to others (manufacturers.) This was killing our brands. We wanted to remain original. Moreover, purchasing fragrances adds to the cost.” CH Sugandhi & Sons own their fragrances.

“This adds miles to the signature style of specially curated masala agarbattis,” said Mr. Sugandhi quite jovially.



Explaining the kind of agarbattis his company makes, Mr. Sugandhi said “, masala agarbatti that we make has a distinct tone of fragrance, unmatched in the market. The natural raw material and ingredients for our masala agarbatti are sourced from uncommon vendors. The process of making masala agarbatti and fragrances are a family secret.”

Taking a cue on the nitty-gritty of the manufacturing process he said “, the process of making agarbatti is sophisticated. Not in terms of handling machines. The process of making the raw mix and fragrances are complicated: and requires sophistication as well. Location, climate, temperature, humidity and other factors affect manufacturing. If there’s a fault anywhere, the final product cannot be packaged for sale. Agarbattis simply won’t light up and burn properly. Although now we have dryer machines, agarbattis traditionally were dried in sunlight. I still prefer this over dryer machines.”

Talking about production Mr. Sugandhi said “, masala agarbatti is in high demand. It is different from normal agarbattis sold in the market for 10₹ and 20₹ a pack. The point is, it is a task to mass manufacture. Traditionally, it has always been handmade through age-old techniques. Even if a certain part of the manufacturing is automated, it still can’t be mass-produced.”

Talking about retailing he said “, the load to retail stands with dealers and distributors. Unless there’s complete trust, the product won’t move as desired. Therefore it is crucial to have good relations with the supply chain; otherwise, there’s a chance of spoilage and mixing of one’s consignment. This is a big challenge!” The incense industry has grown rapidly post-pandemic. More than a tool in prayers and religious occasions; agarbatti today is used more as a lifestyle product. An agarbatti is an inexpensive solution to fragrance homes, offices and shops.

According to Mr. Sugandhi, the demand for flora batti has grown. Now they have far more customers than what they had some 3 years ago and so the turnover. More money is being pumped into research and designing new incense products. Masala agarbatti enjoys special attention and therefore it is researched more towards increased production. Special emphasis is on the mechanisation process of masala agarbatti. Research is done on— keeping the quality standards of the fragrance the same for every unit of agarbatti. Mr. Sugandhi said “, experienced manpower is required for hand-rolled masala agarbatti. It takes time. The quantity is limited and serves the premium segment.”

Sugandh India wanted to know about the controversy surrounding the usage of bamboo in agarbattis. To this he replied “, opinions are fragmented. There are so many companies selling bamboo-less agarbattis and customers are buying. On the other hand demand for; dry dhoop sticks, dhoop cones and sambrani has also grown. More and more customers are preferring these. Apart from our signature range of masala agarbattis, we are also selling; dhoop sticks, frankincense (loban), benzoin sambrani cups and ashtagandha. Besides agarbattis we are also into; kesar chandan, kasturi chandan, roli tika and camphor. We also make ubtan powder that comes in different fragrances. We are also in roll on perfume segment producing fine fragrances. The perfume market is different from the dhoop and agarbatti market. It is more premium,” informed Mr. Sugandhi. He said that buyers are not price sensitive when it comes to premium-range perfumes.

And lastly, on new products he informed us that the company brings new products as per the market trends. For eg the scent of earth, fruity, shamama, saffron and as per seasons. The research is always on. ●



TM



MANUFACTURERS OF INDUSTRIAL FRAGRANCES FOR

- TOBACCO
- PAN MASALA
- GUTHKA
- KIMAM
- AGARBATTI
- SNUFF &
etc.



Arihant Industries™

Purity With Perfection

📍 410/93, Nai Bara, Near Badi Kali Ji Temple, Chowk, Lucknow-226003

☎ 0522-4006994, 9415061356 ✉ ai_2000@rediffmail.com 🌐 www.arihantindustries.in



पुणे प्रीमियम अगरबत्तियों का मार्केट: संजय ओझा

पुणे के प्रमुख वितरकों में से एक लक्ष्मी मार्केटिंग एजेंसी के प्रमुख श्री संजय ओझा कई प्रमुख धूप, अगरबत्ती, सांब्रानी कप बनाने वाली ब्रांडेड कंपनियों के डिस्ट्रीब्यूटर हैं। इसके अलावा उनके दो भाई, श्री सुरेश ओझा व श्री संदीप ओझा, गायत्री व गंगोत्री नाम से अपने ब्रांड निकालते हैं जिनके वितरक भी संजय जी ही हैं। अन्य ब्रांडों की बात की जाये तो उनके पास टॉपसी प्रोडक्ट, बालाजी, अलौकिक, जय भवानी, पटना का सुगंधी धूप, वैष्णवी फ्लोरा, जी पी इंडस्ट्रीज, फॉरेस्ट फ्रेग्रेसेंस, कर्नाटक फ्रेग्रेस, श्रीनिवास सुगंधालय, युनाइटेड फ्रग्रेसेंस समेत कर्नाटक, गुजरात, राजस्थान, आदि भारत के कई राज्यों से निकलने वाले ब्रांडों का काम है। संजय जी के पास रोल ऑन इत्र का भी काम है जिसमें एरोकैम रत्ताम की 50 के आस पास उत्पादों की रेंज है।

सुगंध इंडिया से बातचीत में उन्होंने बताया कि पूरे पुणे डिस्ट्रिक्ट में उनका नेटवर्क है। सप्लाय के लिए उनकी अपनी कई वैन हैं और वह काउंटर से भी सेल करते हैं। उनके पास डिस्ट्रीब्यूशन के लिए कई सेल्समैन भी हैं। होलसेल मार्केट के लिए भी स्टाफ रखा है जिसका काम मार्केट में रहकर ऑर्डर बुक करना है। होलसेल ऑर्डर बुक होने पर हम यहां से भेजते हैं।

अपने घर के ब्रांड गायत्री के बारे में उन्होंने बताया कि यह लक्ष्मी सुगंधालय कंपनी के अंतर्गत आता है और इसकी शुरुआत 1978 में हुई थी। धीरे-धीरे समय के साथ 1998 में यह ब्रांड हिट हुआ। यह चंपा की

पत्तोरल सुगंध में आता है और उस समय यह सुगंध किसी और अगरबत्ती में नहीं आती थी। यह 10 रु में 50-60 ग्राम के पैक में आता था और किफायती होने के साथ-साथ इसमें अगरबत्ती की मात्रा भी ज्यादा होती थी। इसकी लोकप्रियता का आलम यह था कि वर्ष 2000 में मुंबई में यह ब्लैक में बिका था यानि डिमांड इतनी अधिक थी कि ग्राहक इसे खरीदने के लिये अधिक मूल्य भी देने को तय्यार थे। यह एक बेहतरीन क्वालिटि का उत्पाद है और इसकी सप्लाय पूरे महाराष्ट्र के अलावा कर्नाटक, गुजरात, गोवा तक है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि पुणे में प्रीमियम की मार्केट ज्यादा है। पुणे के ग्राहक वेल्यू फॉर मनी उत्पाद चाहते हैं। यहां पढ़े-लिखे और संपन्न लोग ज्यादा हैं इसलिए यहां के लोगों को क्वालिटि चाहिए। अगर उन्हें क्वालिटि के हिसाब से एक उत्पाद पसंद आता है तो वह आगे भी वही लेना पसंद करते हैं।

पुणे मार्केट में क्या ग्राहक ब्रांड के प्रति लॉयल है? इसपर संजय जी ने कहा कि पूरे भारत की अगरबत्ती मार्केट में ही ब्रांड लॉयल्टी की समस्या है। बस कुछ टॉप के ब्रांड नाम से बिकते हैं बाकि दूसरे सब या तो ग्राहक की पसंद के ऊपर या फिर दुकानदार अपने हिसाब से जो बेच दे। उपभोक्ता भी कुछ-कुछ समय बाद अलग-अलग फ्रेगरेंस की मांग करते हैं। आज ग्राहक ने चंदन अगरबत्ती ली तो कल उसे कोई और सुगंध चाहिए। कुछ ही लोग हैं, जो ब्रांड मांगते हैं। एक और खास बात यह है कि ब्रांड के नाम से अगरबत्ती खास अगरबत्ती की दुकानों पर मिलती है



बढ़ा है। अन्य उत्पादों में चंदन टीका, अष्टगंधा, कस्तूरी अष्टगंधा में मनोहर सुगंधी के उत्पादों का चलन है।

एक आम किराना दुकान पर भी अगरबत्ती बिकती है तो ऐसे में उनका रिटेल काउंटर उससे कैसे अलग है? इसपर उन्होंने कहा कि एक किराना दुकान पर सीमित अगरबत्ती ब्रांड बिकते हैं जबकि हमारे रिटेल काउंटर की खासियत ही अगरबत्ती उत्पाद हैं। हमारे यहां अगरबत्ती की जो वेरायटी है वह एक किरान दुकान पर नहीं मिल सकती। यहां हर सेगमेंट व रेंज के दरजनों अगरबत्ती उत्पाद मिलते हैं और साथ ही अन्य सुगंध उत्पाद भी उपलब्ध हैं।

एक उत्पाद के हिट होने के लिए क्या माप दंड होते हैं? इस सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि नये निर्माताओं को चाहिए कि पहले तो पैकेजिंग आकर्षक बनायें जिससे ग्राहक पहली नज़र में आपका उत्पाद ले। इसके साथ-साथ उत्पाद अच्छी क्वालिटी का हो और कीमत मार्केट के हिसाब से हो। एक उत्पाद को जमाने के लिए क्वालिटी व सही दाम के साथ अच्छा नेटवर्क होना भी जरूरी है। बाजार में बहुत सारी कंपनियां हैं और उपभोक्ताओं के पास भी ढेर सारी चॉइस हैं। इसलिए उन्हें क्वालिटी और कीमत पर कंट्रोल रखना चाहिए।

बिते दशकों और वर्तमान की मर्केट स्थिति में क्या अंतर है? इसपर संजय जी ने बताया कि उद्योग तेजी से बढ़ रहा है, लेकिन उसमें प्रतियोगिता भी बढ़ी है।

अगरबत्ती की सेल बढ़ी है लेकिन मुनाफा बट गया है। पहले निर्माता कम थे खासकर बंगलुरु तक ही सीमित थे लेकिन अब गुजरात नागपुर, पुणे, मुंबई, सभी जगह से अनगिनत ब्रांड निकल रहे हैं और घर घर में अगरबत्ती बन रही है।

औसतन एक ग्राहक महिने में अगरबत्ती पर खर्च करता है? इस पर संजय जी ने बताया के यह ग्राहक के शॉक के ऊपर है। कुछ ग्राहक तो 2000 रु तक खर्च कर देते हैं। अगर औसतन देखा जाए तो पुणे में लोग 200-300 रु प्रति माह अगरबत्ती पर खर्च करते हैं।

बात पूरी करते हुवे संजय जी ने कहा कि अगरबत्ती मार्केट काफी खुल गया है। आज घर घर में अगरबत्ती बन रही है, रिटेलर भी आजकल अपने ब्रांड निकाल रहे हैं जिससे मार्केट में प्रतियोगिता काफी बढ़ गयी है। ऐसे में डिस्ट्रीब्यूशन का काम काफी कठिन हो गया है। ●

जैसे हमारा अगरबत्ती का रिटेल काउंटर है। पहले ब्रांड के नाम से अगरबत्ती खरीदने वाले 20 प्रतिशत थे लेकिन अब यह बढ़कर 40 प्रतिशत हो गये हैं।

पुणे की अगरबत्ती मार्केट के बारे में बताते हुए उन्होंने कहा कि अगरबत्ती में सबसे अधिक 10 रु वाले पाउच और 100 रु वाले जीपर व प्रिमियम उत्पाद का चलन है। इसके अलावा 50 ग्राम वाले महंगे उत्पाद 150 रु में हैं। फ्रेग्रेस के ट्रेड की बात की जाए तो ऊद सीरीज वाली अगरबत्तियां जो 50 ग्राम 250 रु में हैं, अच्छी चल रही हैं। ब्रांडों की बात की जाए तो अलौकिक, जय भवानी, यूनाइटेड फ्रेगरेंस, आदि के प्रिमियम ब्रांड चलते हैं। पुणे से निकलने वाले ब्रांडों में गायत्री, रियल फ्रेगरेंस, ओसवाल, एस ओसवाल अच्छे चलते हैं। इसके अलावा जेड ब्लैक और साइकिल नेशनल ब्रांड हैं और हमेशा चलते हैं। अगरबत्ती से हटकर धूप स्टिक और सांब्रानी कप भी यहां चलते हैं। वेट धूप यहां जीपर पैक में लोग पसंद करते हैं। इसमें में जेड ब्लैक मंथन और बंसी के उत्पाद चलते हैं। झई स्टिक में श्रीधर, बालाजी, गायत्री, यूनाइटेड फ्रेगरेंस काफी चल रहे हैं। सांब्रानी कप की बात की जाए तो यागा, फॉरेस्ट, अहमदाबाद की नीव, जयपुर की पायनियर, कर्नाटक फ्रेग्रेस का शुद्ध के सांब्रानी कप उत्पादों की मांग अच्छी है। उन्होंने बताया कि पुणे में अगरबत्ती का मार्केट 70 प्रतिशत है तो धूप का 30 प्रतिशत चलन है। हाल ही में बंबू रहित उत्पादों का ट्रेड भी

Mr. Sanjay Oza
M/s. Laxmi Marketing Agency
326, Rasta Peth, Vijay Laxmi Building
Pune-411011
Ph: 9823015864

कंपनी की सेल्स टीम से बढ़ती है रिटेलिंग: तुषार जैन

पुणे की भैरव सेल्स के तुषार जैन 2015 से अगरबत्ती के डिस्ट्रीब्यूशन में काम कर रहे हैं। उनका भैरव सेल्स नाम से अपना खुद का भी एक ब्रांड है और साथ ही उनके पास ओसवाल ट्रेडर्स और विधान की वितरण एजेंसी भी है। इसके अलावा वह साईकिल, जेड ब्लैक, बालाजी, फ्लरिश, जय भवानी, रियल फ्रेगरेंस, आलौकिक, निखिल, समेत कई कंपनियों का भी माल बेचते हैं। सुगंध इंडिया से एक बातचीत में उन्होंने कहा कि वह पुणे में 100 किलोमीटर के दायरे में सप्लाय करते हैं। उनके पास सप्लाय के लिए अपनी सेल्स टीम है। उन्होंने कहा कि कंपनी भी यदि टीम भेजे तो उसका ज्यादा फायदा होता है, क्योंकि कंपनी के सेल्समैन दुकानदारों और उपभोक्ताओं के साथ सीधा संवाद करते हैं जिसका अधिक प्रभाव पड़ता है। मार्केट में बड़ी-बड़ी ब्रांडेड कंपनियों के अलावा स्थानीय स्तर पर भी धूप अगरबत्ती के उत्पादक होते हैं। इससे बाजार में कड़ी प्रतियोगिता पर उन्होंने कहा कि अगरबत्ती और धूप वही ज्यादा दिन बाजार में टिकती है, जिसकी क्वालिटी और नेटवर्क बेहतर होता है। जिस उत्पाद में क्वालिटी होगी और रेट वाजिब होंगे वह जरूर कामयाब होते हैं। उन्होंने कहा कि मेरी शुरुआत ओसवाल से हुई थी। 4 वर्ष तक उनका काम किया फिर अपना भी उत्पादन शुरू कर दिया। पुणे में उनका अपना खुद का एक काउंटर है। उन्होंने बताया कि पुणे में सांब्राजी कप और धूप की भी अच्छी खासी मार्केट है और वह खुद भी इसकी आपूर्ति करते हैं। ●

Mr. Tushar Jain

M/s. Bhairav Sales

535/B. Opp Mohol Complex,
Ganesh Peth, Pune - 411002

Ph: 9762374003



**FRAGRANCES
FLAVOURS**
Association of India

**XXV FAFI INTERNATIONAL
CONVENTION & EXPO 2023**

INDIA : THE GLOBAL GROWTH ENGINE

23rd - 25th February 2023 | Kolkata

सुगंध इंडिया
SUGANDH INDIA

MEDIA PARTNER

Visit us at

STALL NO. L-9

M.: +91 7838312431

INDIA'S NO.1

देव दर्शन®

शुद्ध व पवित्र धूप अगरबत्तियां



/devdarshandhoop

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

shop now

www.devdarshandhoop.com

SCAN HERE



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



सालभर डिमांड में हैं फारेस्ट के प्रीमियम उत्पाद

बंगलुरु के अगरबत्ती उत्पाद क्वालिटि के लिए जाने जाते हैं और ग्राहक इनपर भरपूर भरोसा करते हैं। फारेस्ट फ्रेग्रेस भी इसपर खरा उतरती है। बंगलुरु की फारेस्ट फ्रेग्रेस के उत्पाद देश के कई राज्यों में उपस्थित हैं और अच्छी बिक्री में है। कम्पनी के अगरबत्ती से लेकर धूप स्टिक व सांब्रानी कप तक सभी तरह के उत्पाद बाजार में उपस्थित हैं।

पैकेजिंग में भी कंपनी बॉक्स से लेकर जिप्पर तक सभी तरह की पैकेजिंग में उत्पाद निकलती है। बात करें अगरबत्ती की तो कम्पनी के दर्जनों उत्पाद मार्केट में उपस्थित हैं और इनमें फारेस्ट स्पाइस, राधा फ्लोरा हैंडमेड और प्रीमियम में फारेस्ट चंदन व फारेस्ट अंबर ऊद अच्छी डिमांड में हैं। यह सभी 50 ग्राम की पैकिंग में हैं। फारेस्ट स्पाइस 80 रु एम आर पी में है, राधा फ्लोरा 100 रु एम आर पी और फारेस्ट चंदन व फारेस्ट अंबर ऊद 250 रु एम आर पी में। प्रीमियम के साथ साथ

किफायती रेंज में फारेस्ट के जिप्पर पैक भी मार्केट में उपस्थित हैं। इनमें कस्तूरी, व्हाइट फारेस्ट, ब्लैक फारेस्ट और श्री इन वन की सेल अधिक है। यह सभी 75 रु एम आर पी में हैं और मात्रा 100-120 ग्राम है। ब्लैक फारेस्ट और श्री इन वन की ग्राहकों के बीच अधिक लोकप्रियता है।

प्रीमियम उत्पादों की खपत त्योहारों के सीजन में बढ़ जाती है। मार्केट जानकारों के अनुसार अधिकतर प्रीमियम उत्पाद 50 ग्राम की पैकिंग में आते हैं वहीं फारेस्ट ने प्रीमियम रेंज के उत्पाद 250 ग्राम की सिलिंड्रीकल पैकिंग में जारी किए हैं जिन्हें ग्राहक काफी पसंद कर रहे हैं। यह एक काफी किफायती उत्पाद है क्योंकि इसी सेगमेंट में दूसरी कम्पनी 300 रु में 50 ग्राम देती है वही फारेस्ट 250 ग्राम दे रही है। यानि प्रीमियम रेंज ज्यादा स्टिक के साथ किफायती दाम में। इस वजह से इसकी सेल सिर्फ त्योहारों तक सीमित न रहकर पूरे 12 महीने हो रही है। ●



धूप मार्केट में बालाजी रेड धूप की धूम

भारत की प्रमुख और सबसे पुरानी अगरबत्ती कंपनियों में से एक बालाजी अगरबत्ती कंपनी के उत्पाद देश विदेश में लोकप्रिय हैं। किफायती से लेकर प्रीमियम मसाला अगरबत्ती तक, सभी सेगमेंट में बालाजी के प्रोडक्ट ग्राहक हाथो हाथ लेते हैं। उत्तर भारत में धूप व बम्बू रहित अगरबत्ती उत्पादों के बढ़ते ट्रेंड को देखते हुवे बालाजी के भी धूप उत्पाद बाजार में उपस्थित हैं। प्रीमियम वेट धूप सेगमेंट में बालाजी की रेड धूप को अच्छे नतीजे मिल रहे हैं। देश की राजधानी दिल्ली जहां धूप का अच्छा बाजार है, बालाजी रेड धूप ने बाजार में अच्छी जगह बना ली है। इसके एक पैक में लाल रंग की 10 स्टिक आती हैं और इसका मूल्य 70 रु एम आर पी है। बालाजी अगरबत्ती कंपनी कर्नाटक की उन अगरबत्ती कंपनियों में से है जिन्होंने समय के साथ अगरबत्ती उद्योग में आते बदलाव को अपनाया और आगे बढ़ते हुए व्यापार को नयी दिशाये दीं। आज बालाजी के पोर्टफोलियो में अगरबत्ती, धूप से लेकर रोल ऑन व साबुन भी शामिल हैं। बालाजी के उत्पाद केवल देश के घर घर में ही नहीं, विदेशों में भी उपयोग किये जा रहे हैं। ●

*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा दिसंबर-2022-जनवरी-2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।

विधान की प्रीमियम गीली धूप को साकारत्मक नतीजे



विधान फ्रेग्रेन्स, जयपुर के प्रमुख अगरबत्ती उत्पादकों में से है जिसके उत्पाद देश की कई मॉडियों में बिकते हैं। कंपनी अगरबत्ती से लेकर धूप, झाई स्टिक, हवन सामग्री, कपूर समेत कई अगरबत्ती व पूजा सम्बंधित क्षेत्रों के उत्पाद बनाती है। महाराष्ट्र की बात करें तो प्रमुख रूप से अगरबत्ती का मार्केट है और धूप उत्पाद यहां कम बिकते हैं। यहां बिकने वाले धूप उत्पादों में विधान की गीली धूप अच्छी डिमांड में है। इस सेगमेंट में 35 रू एम आर पी वाली गीली धूप बिक्री में सबसे आगे है। इसके एक पैक में 20 स्टिक हैं और यह जिप्पर पैक में उपलब्ध है। यह उत्पाद मोगरा, गुगल, संदल, रोज, एरोमा, केवड़ा, पाइनएप्पल व लोबान की 8 अलग अलग सुगंधों में है और इसमें संदल और लोबान की मांग अधिक है। इसके अलावा गीली धूप के सेगमेंट में विधान की प्रीमियम गीली धूप को भी ग्राहक पसंद करते हैं। एक

प्रीमियम प्रोडक्ट है होने के नाते इसके एक पैक की कीमत 75 रु है जिसमें मात्र 10 स्टिक आती हैं।

यह उत्पाद कस्तूरी, ऊद रोज, सैफरन, औरा, रूट्स, रुद्राक्ष की 6 आकर्षक सुगंधों में उपलब्ध है जिसमें कस्तूरी की डिमांड आगे है। इसी प्रीमियम प्राइस सेगमेंट में विधान की भ्रम, रॉयल अम्बर और सत्या प्रीमियम गीली धूप भी मांग में है और तीनों में सत्या की मांग ज्यादा है। बात करें अगरबत्ती की तो विधान की नेचर 5 इन 1 अगरबत्ती की मांग अच्छी है। यह 400 ग्राम के जिप्पर पैक में 150 रू एम आर पी में उपलब्ध है। महाराष्ट्र के कुछ क्षेत्रों में अगरबत्ती मुट्टा पैकिंग में चलती है। इस सेगमेंट में विधान की मुट्टा पैकिंग में चन्दन, रोज और मोगरा की बिक्री अच्छी है। 220 ग्राम की पैकिंग में यह 80 रु एम आर पी में उपलब्ध है। ●

रियल फ्रेग्रेन्सेस की डिवाइन सीरीज ग्राहकों में लोकप्रिय

रियल फ्रेग्रेन्सेस पुणे की अग्रणी कंपनियों में से एक है। कंपनी अगरबत्ती, गीली धूप, झाई स्टिक, कोन, धूप पाउडर, कप धूप और बखूर समेत कई तरह के उत्पाद बनाती है। रियल फ्रेग्रेन्सेस के उत्पाद देश के कई बाजारों में उपस्थित हैं और ग्राहकों के बीच लोकप्रिय हैं। अगरबत्ती की बात की जाये तो रियल फ्रेग्रेन्सेस के कई अलग-अलग सीरीज में दर्जनों उत्पाद हैं। इन सभी में डिवाइन सीरीज ग्राहकों को सबसे अधिक पसंद है। डिवाइन सीरीज के उत्पाद डिवाइन रोज और डिवाइन लैवेंडर की मांग सबसे आगे है। यह उत्पाद 90 ग्राम की पैकिंग में 90 रु की एम आर पी में उपलब्ध हैं। डिवाइन सीरीज के मजमुआ और हीना की मांग भी अच्छी है। ●



*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा दिसंबर-2022-जनवरी-2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।

ब्रांड न्यूज़



तेज़ी से मार्केट में जगह बना रहे यूनाइटेड फ्रेग्रेन्स के उत्पाद

●कंपनी का फोकस बंबू व चारकोल रहित उत्पादों पर

अहमदाबाद की कंपनी यूनाइटेड फ्रेग्रेन्सेस ने कुछ ही माह पूर्व देश के कई मुख्य बाजारों में अपने धूप स्टिक उत्पाद जारी किए थे और लगभग 6 महीने में ही कंपनी को सकारात्मक नतीजे मिलने लगे। यह सभी उत्पाद वक्रतुंड ब्रांड के अंतर्गत हैं। कंपनी ने धूप व बम्बू रहित अगरबत्ती के बढ़ते ट्रेंड को देखते हुए अलग अलग प्राइस सेगमेंट और लम्बाई में धूप स्टिक उत्पाद लांच किए जिन्हें ग्राहकों ने हाथों हाथ लिया। कंपनी ने 6 इंच व 10 इंच की लम्बाई में कई धूप स्टिक उत्पाद मार्केट में जारी किये हैं। 6 इंच में कंपनी के उत्पाद 65 रु एम आर पी और 90 रु एम आर पी में उपलब्ध हैं। 65 रु में ब्लैक मस्क, माउंटेन, फ्रेश फील, इम्पीरियल, मैडिटेशन, सिल्वर मिस्ट, पोलो, रेनबो, स्लॉडिड आदि हैं वहीं 90 रु में ब्लैक मैजिक, फील फ्लाव, स्वीट रोज़ेला, स्वीट चुड, ट्रेडी फ्रेश, तुलपि गोलड आदि हैं। यह सभी उत्पाद 100 ग्राम की पैकिंग में हैं। इसके बाद 10 इंच में कंपनी ने फाइन एरोमा, एमराल्ड कलेक्शन, एरो रिच, स्विस् गार्डन, आदि जारी किये हैं। इन सभी की

कीमत 210 रु एम आर पी है और यह 150 ग्राम पैकिंग में है। इसके साथ साथ कंपनी ने प्रीमियम मसाला धुप स्टिक की रेंज भी जारी की है। यह 50 ग्राम आकर्षक प्रीमियम पैकेजिंग में 110 रु एम आर पी में है। अरिहंत, अथर्व, नेमिनाथ, सुपर संदल, तीर्थ करण, वालाकुचि, आदि इस प्रीमियम उत्पाद रेंज के वेरिएंट हैं। कंपनी के अनुसार ये सभी उत्पाद बम्बू व चारकोल रहित हैं।

धूप स्टिक उत्पादों को मिले अच्छे रिसांस के बाद कंपनी ने हाल ही में अगरबत्ती उत्पाद भी लांच किये। कंपनी ने डिज़ाइनर ईसेन्स रेंज के अंतर्गत रोसी पल्स, माउंटेन मॉन्क, अराईस एरोमा, एम्बर फॉक्स, आदि लकड़ी अगरबत्ती उत्पाद बाजार में उतारे हैं। इनके एक पैक की मात्रा 100 ग्राम है और कीमत 110 रु एम आर पी है। मार्केट जानकारों के अनुसार जो रेस्पॉन्स कंपनी की धूप स्टिक को 6 महीने में मिला था वो इन अगरबत्ती उत्पादों को 1 महीने के अंदर ही मिल गया है। ●

टॉप्सी की कैंडी अगरबत्ती लुभा रही ग्राहकों को

बंगलुरु की टॉप्सी प्रोडक्ट्स किफायती से लेकर प्रीमियम सेगमेंट में कई अगरबत्ती व धूप उत्पाद बनाती है। कंपनी के उत्पाद कई राज्यों में उपस्थित हैं। बात करें पुणे मार्केट की तो यहां टॉप्सी के अलग अलग सेगमेंट के कई उत्पाद लोकप्रिय हैं। सस्ती रेंज में कंपनी की हीना व पेटल्स प्रीमियम अगरबत्ती की मांग अच्छी है।

दोनों उत्पाद 100 ग्राम की पैकिंग में हैं। पेटल्स 100 रु एम आर पी में है वहीं हीना की एम आर पी 125 रु है। सामान्य अगरबत्ती से अलग टॉप्सी की कैंडी अगरबत्ती भी ग्राहकों में लोकप्रिय है। कैंडी अगरबत्ती में अंबर, लोबान और चंदन की अधिक मांग है। यह उत्पाद 60 रु एम आर पी में है और इसके एक पैक में 10 स्टिक आती हैं। कंपनी हर पैक में स्टैंड भी देती है। इकोनॉमिकल अगरबत्ती उत्पादों से हटकर प्रीमियम उत्पादों की बात की जाए तो टॉप्सी प्रोडक्ट्स की गोलडन बखूर, राम कृष्ण हरि और फ्यूचर मांग में आगे हैं। यह तीनों उत्पाद 50 ग्राम की आकर्षक प्रीमियम पैकिंग में हैं। राम कृष्ण हरि के एक पैकेट की कीमत 120 रु एम आर पी है वहीं बाकी दोनों 150 रु एम आर पी में उपलब्ध हैं।



*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा दिसंबर-2022-जनवरी-2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



एम एच 12 अगरबत्ती का पुणे में ग्राफ ऊपर

● पुणे से विदेशों तक जाते हैं गंगोत्री एक्सपोर्ट के उत्पाद

लक्ष्मी सुगंधालय, पुणे की अगरबत्ती मार्केट का एक बड़ा नाम है जिसका गायत्री ब्रांड महाराष्ट्र से लेकर कर्नाटक, बंगाल, गुजरात गोवा समेत 7-8 राज्यों में अच्छी बिक्री में है। अपना खुद का ब्रांड होने के साथ साथ कंपनी का लक्ष्मी मार्केटिंग एजेंसी नाम से डिस्ट्रीब्यूशन व रिटेल काउंटर भी है। लक्ष्मी मार्केटिंग एजेंसी का नाम पुणे के बड़े अगरबत्ती डिस्ट्रीब्यूटर में शुमार है। कंपनी का अपना मजबूत डिस्ट्रीब्यूशन होने के कारण पुणे और आस-पास के शहरों की मंडियों पर अच्छी पकड़ है। 1978 में स्थापित गायत्री ब्रांड पुणे से निकलने वाले पुराने ब्रांडों में से है। इस ब्रांड की खास बात यह है कि वर्ष 2000 में इसकी चंपा सुगंध वाली अगरबत्ती इतनी अधिक मांग में थी कि वह ब्लैक होने लगी थी। आज के समय में कंपनी की एम एच 12 अगरबत्ती की बिक्री अच्छी है। एम एच 12 अगरबत्ती एक किफायती ब्रांड है और इसका एक पैकेट 85 रु एम आर पी का है, जिसमें 100 ग्राम माल आता है। इसके

अलावा प्रीमियम मसाला अगरबत्ती में गायत्री की गॉड ब्लेस यू को अच्छी सेल मिल रही है। गायत्री गॉड ब्लेस यू नेचुरल मसाला अगरबत्ती का एक पैकेट की कीमत 150 रुपए एम आर पी है जिसमें 50 ग्राम अगरबत्ती आती है। अगरबत्ती के साथ साथ गायत्री की धूप स्टिक भी ग्राहकों को भा रही है। धूप स्टिक में गायत्री के तीन ब्रांड सेल में आगे हैं, गायत्री सांब्रानी गुग्गल, गायत्री ऑल टाइम व गायत्री 003 लज्जरी थिक धूप स्टिक। इन सभी के एक पैकेट की कीमत 70 रुपये है जिसमें 10 धूप स्टिक आती हैं।

गायत्री ब्रांड के साथ साथ इस समूह से गंगोत्री नाम से एक और ब्रांड निकलता है जो गंगोत्री एक्सपोर्ट्स कंपनी के अंतर्गत आता है। गंगोत्री ब्रांड के कई उत्पाद देश से लेकर विदेशों में भी चलते हैं। आकर्षक पैकेजिंग व वाजिब दामों के चलते देश और विदेश के कई बाजारों में इस ब्रांड ने अपनी जगह बनाई है। गंगोत्री ब्रांड के उत्पाद जूही, तिथि, बनारस, सुदीन व गोल्डन एरोमा कंपनी के सर्वाधिक बिकने वाले अगरबत्ती उत्पाद में से है। यह सभी उत्पाद 100 ग्राम की पैकिंग में उपलब्ध हैं। जूही की कीमत 108 रुपये एम आर पी और वहीं तिथि 120 रुपये एम आर पी में है। बनारस, सुदीन व गोल्डन एरोमा 99 रु एम आर पी में उपलब्ध हैं। ●

ओसवाल की बेस्ट सेलर है मिरेकल अगरबत्ती



ओसवाल ट्रेडर्स का नाम पुणे की टॉप अगरबत्ती कंपनियों में शुमार है। कंपनी के कई उत्पाद पुणे समेत महाराष्ट्र व देश के अन्य राज्यों में उपस्थित हैं। पुणे व महाराष्ट्र के अन्य जिलों में ओसवाल ट्रेडर्स के उत्पादों की अच्छी मार्केट में अच्छी पकड़ है। कंपनी वैसे तो अगरबत्ती और धूप में दर्जनों उत्पाद निकालती है पर इसका मिरेकल ब्रांड सबसे आगे है। महाराष्ट्र में अगरबत्ती की खपत काफी अच्छी है जिसके चलते मिरेकल अगरबत्ती कंपनी का बेस्ट सेलिंग उत्पाद है। मिरेकल अगरबत्ती के 108 रु एम आर पी वाले 100 ग्राम के बॉक्स तथा 10 रु एम आर पी की पाउच पैक की सबसे अधिक खपत है। ●

जी पी इंडस्ट्रीज़ की पंधारी अगरबत्ती पुणे व मुंबई समेत कोंकण में हिट

आज अगरबत्तियां भारत के हर शहर हर कस्बे में बनाई जा रही हैं लेकिन प्रीमियम क्वालिटी हैंडमेड मसाला अगरबत्ती बनाने में दक्षिण भारत पहले की तरह आज भी आगे है। इसी तरह कर्नाटक के शिमोगा स्थित जीपी इंडस्ट्रीज़ को भी प्रीमियम हैंडमेड मसाला अगरबत्ती उत्पाद बनाने में महारथ हासिल है। कंपनी के कई मसाला अगरबत्ती उत्पाद देश के प्रीमियम उत्पाद पसंद करने वाले बाजारों में बिक रहे हैं। खासकर महाराष्ट्र की बात की जाए तो यहां कुछ साल पहले ही यह ब्रांड मार्केट में आया था और प्रीमियम उत्पाद पसंद करने वालों ने इसे हाथो हाथ लिया। कंपनी के कई उत्पाद बाजार में उपस्थित हैं जिनमें पंधारी, गुरुद्वार, रूह अंबर की बिक्री अच्छी है। यह तीनों उत्पाद 50 ग्राम की पैकिंग में हैं। पंधारी के एक पैकेट की कीमत 145 रु एम आर पी है वहीं गुरुद्वार 160 रु एम आर पी में है और रूह अंबर 135 रु एम आर पी में है। बीते त्योहारी सीजन में इन उत्पादों की सेल में अच्छी बड़त देखने को मिली। ●



*नोट: उल्लिखित मूल्य व मात्रा दिसंबर-2022-जनवरी-2023, कंपनी द्वारा बताई गई जानकारी के अनुसार हैं।



पुणे में प्रिमियम उत्पादों की अधिक मांग

- 100-150 साल पुरानी कंपनियां बना रही प्राकृतिक उच्च गुणवत्ता की अगरबत्तियां
- ग्राहकों में ब्रांड लॉयल्टी बढ़ी

मराठा साम्राज्य की राजधानी और पेशवाओं का शहर पुणे आज शिक्षा संस्थानों, साइबर सिटी और हाई प्रोफाइल जॉब का शहर बन गया है। पेशवाई राज और प्राचीन सांस्कृतिक विरासत के साथ ही पुणे में डेढ़-दो सौ वर्षों से अगरबत्ती का निर्माण हो रहा है, लेकिन वह उद्योग का हब नहीं बन सका। बंगलुरु के बाद अहमदाबाद, इंदौर, मुंबई उत्पादन के हब बन गए, लेकिन पुणे उसमें नहीं दिखाई देता। पुणे में प्राचीन काल में पेशवाओं की राजशाही रही है, तो आजके नए दौर में उच्च शिक्षा और हाई प्रोफाइल नौकरियों के कारण आबादी का एक बड़ा हिस्सा काफी संपन्न है जो प्रिमियम क्वालिटी की अगरबत्ती, धूप स्टिक, सांब्रानी कप के अलावा सुगंधियों व इत्र पर प्रति माह हजारों रुपए खर्च करता है।

प्रिमियम उत्पादों के शौकीन हैं पुणेवासी

सुगंध इंडिया ने पुणे में अगरबत्ती और फ्रेगेंस के निर्माताओं, डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेलर्स से व्यापक बातचीत की और पाया कि पुणे में 100-150 वर्ष पुराने कई घराने हैं जो 8-10 पीढ़ियों से अगरबत्ती उत्पादन के क्षेत्र में काम कर रहे हैं और केवल प्राकृतिक उच्च गुणवत्ता की अगरबत्तियां ही बनाती हैं। वहीं दूसरी ओर कई पुणे के ब्रांड दूसरे सेगमेंट में भी कई उत्पाद निकालते हैं। पुणे से निकलने वाले ब्रांडों के साथ-साथ यहां महाराष्ट्र के अन्य शहर, गुजरात, कर्नाटक, राजस्थान समेत देश के अन्य क्षेत्रों से निर्मित ब्रांड भी बिकते हैं।

सुगंध इंडिया ने पुणे मार्केट सर्वे में पाया कि यहां उपभोक्ता कीमत नहीं क्वालिटी देखते हैं और एक फ्रेगेंस पसंद आने पर ही दूसरी बार उसे लेते हैं। पुणे में मुख्यतः अगरबत्ती ही चलती है और यहां का 50 प्रतिशत बाजार पुणे बेस्ड कंपनियों के पास है। शेष 50 प्रतिशत बाजार में बाहर की कंपनियां या बिना ब्रांड के लोकल कंपनियों के बिकते हैं। अगरबत्ती का यहां 70 प्रतिशत बाजार है शेष 30 प्रतिशत में धूप आदि चलते हैं। ब्रांड लॉयल्टी की बात की जाए तो काफी ग्राहक ऐसे हैं जो अपना निश्चित ब्रांड ही लेते हैं और नामिलने पर उसे ढूंढते हैं और इंतजार करते हैं। टॉप ब्रांड नाम से बिकते हैं। जहां पहले ब्रांड के नाम से अगरबत्ती खरीदने वाले 20 प्रतिशत थे, अब वह बढ़कर 40 प्रतिशत हो गये हैं। पैकेजिंग की बात की जाए तो यहां सभी तरह की पैकेजिंग चलती है और आकर्षक पैकेजिंग ग्राहक को अधिक लुभाती है। सबसे अधिक 10 रु वाले पाउच और 100 रु वाले जीपर व प्रिमियम उत्पाद का चलन है। इसके अलावा 50 ग्राम वाले महंगे उत्पाद 150 रु में सबसे अधिक चलते हैं हालांकि 50 ग्राम वाले उत्पाद 200 व 500 रुपय आदि कीमत में भी हैं। सिलिंड्रिकल पैकेजिंग का ट्रेंड त्योहारों में अधिक है। कुछ पुरानी कंपनियों रोल पैक में भी अगरबत्ती बेचती हैं। आधा किलो या एक किलो अगरबत्ती के

लूज पैक भी लोगों में लोकप्रिय हैं। सभी प्रिमियम अगरबत्ती उत्पाद आकर्षक बॉक्स पैकिंग में हैं।

वेट धूप सामान्य श्रेणी में जिप्पर पैक में मांग में है। यहां ड्राइ स्टिक, कप सांब्रानी की मांग बढ़ रही है। सुगंध ट्रेंड की बात की जाए तो पुणे में गुलाब, चंदन, मोगरा के अलावा अरबी सुगंधों, उद व शमामा जैसी इत्र सुगंधों की मांग बढ़ी है।

औसतन प्रति माह अगरबत्ती पर यहां एक उपभोक्ता 200 से 500 रूपए खर्च करता है। प्रिमियम की अच्छी मार्केट होने के कारण शौकीन लोग 2000 या उससे भी अधिक रुपए प्रति माह अगरबत्ती पर खर्च कर देते हैं। पुणे का मार्केट में प्रिमियम अच्छी क्वालिटी के उत्पादों की खपत पहले की तुलना में अब काफी बढ़ गई है। बाजार जानकारों के अनुसार कम कीमत में अधिक मात्रा के उत्पाद लेने वाले ग्राहकों की संख्या अब काफी कम हो गई है। पुणे के ब्रांडों का मार्केट में दबदबा पुणे की अगरबत्ती मार्केट सर्वे के दौरान ज्ञात हुआ कि यहां से निकलने वाले ब्रांडों में प्रिमियम मसाला अगरबत्ती सेगमेंट में दामोदरदास भगवानदास सुगंधी, जागीरदार अगरबत्ती, हरिदास माधवदास, विठ्ठलदास नारायणदास, धूमधडाका ऊदबत्ती कारखाना की काफी मांग है। अन्य प्रिमियम व समान्य श्रेणी में ओसवाल के मिरकल, कल्याणी, रियल फ्रेगेंसेस, लक्ष्मी सुगंधालय के गायत्री ब्रांड के एम एच 12 की अच्छी मांग है। प्रिमियम मसाला अगरबत्ती श्रेणी के साथ-साथ अन्य श्रेणी में भी जागीरदार, धूमधडाका के योग, आदि के उत्पादों का अच्छा बाजार है। पुणे में अन्य राज्यों के ब्रांडों में बालाजी, फॉरेस्ट, जय भवानी, बंसी, अमृता, पदमिनी, आलॉकिक, मिस्बा, टॉप्सी, युनाइटेड फ्रेगेंसेस, जीपी इंडस्ट्रीज़ा, प्राइम फ्रेगेंसेस, सफारी बिग बेल, रॉकेट, आदि की अच्छी खपत है। पैन इंडिया ब्रांडों में साइकिल, जेड ब्लैक, आईटीसी मंगलदीप आदि की खपत रिटेल व किराना दुकानों जरिए ज्यादा है।

ड्राइ स्टिक का बढ़ रहा चलन

धूप की बात की जाए तो पुणे मार्केट में उपस्थित अधिकतर अगरबत्ती कंपनियों के धूप ब्रांड भी अच्छे चलते हैं। वैसे तो पुणे मुख्यतः अगरबत्ती का ही मार्केट है लेकिन यहां ड्राइ स्टिक, बंबू रहित अगरबत्ती व सांब्रानी कप का ट्रेंड बढ़ रहा है। गीली धूप की खपत अधिक नहीं है और मुख्यतः उत्तर भारतीय ब्रांडों सच्चे साईं, विधान, जेड ब्लैक, आदि की मांग है। सांब्रानी कप में यागा, फॉरेस्ट, डेल्टा, अहमदाबाद की नीव, जयपुर की पायनियर, कर्नाटक फ्रेगेंस का शुद्ध समेत कई दक्षिण भारतीय ब्रांडों की मांग अच्छी है। टीका में मनोहर सुगंधी का कस्तूरी अष्टगंधा सबसे ज्यादा चलता है। इसके अलावा बालाजी समेत कई और भी ब्रांड उपस्थित हैं। कपूर में कोई ब्रांड नहीं है, लेकिन सामान्यतः लोग कपूर खरीदते हैं। ●

As the world and businesses seek to get back to their growth trajectories, this exclusive event gives us all an opportunity to get back to normal, meet and greet, network & participate.

Rishabh C. Kothari
President



BE A PART OF THE SPECIAL
Silver Jubilee Edition
SCAN TO REGISTER



EXPERIENCE SPECIAL ARRANGEMENTS



Networking



Business Growth



New Opportunities



Gala Evenings



Culinary Experiences



Family Entertainment

**Biswa Bengal
Mela Prangan**



STATE OF THE ART EXPO GROUNDS



ITC Royal

EVENING ENTERTAINMENT
VENUE

**Enthralling Performance
@ITC Royal**



Salim-Sulaiman

Gurdeep Mehndi

Sachin-Jigar

Media Partner:

सुगंध इंडिया
SUGANDH INDIA



नए उद्यमी के लिए कंप्टीशन व बढ़ती कीमतें एक चुनौती : विशाल केसरवानी

- नेचुरल उत्पादों से निर्मित है
गोपाल धूप

धूप और अगरबत्ती उद्योग में कुछ वर्ष पूर्व हुए मशीनीकरण के कारण नए-नए उद्यमियों के आने से बाजार में जो बंपर उत्पादन शुरू हुआ था वह कोरोना महामारी के कारण अब ठहर सा गया है, क्योंकि नए कारोबारी बाजार से बाहर हो गए हैं। राजकमल धूप अगरबत्ती कंपनी के प्रमुख विशाल केसरवानी ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि उद्योग में प्रतियोगिता बढ़ी है। कच्चे माल की कीमतों में दोगुनी वृद्धि हुई है। इससे कारोबार में मुनाफा बहुत घट गया है। यहां तक की नो प्रॉफिट नो लॉस में बिक्री करनी पड़ती है। ताकि मार्केट में ब्रांड बना रहे। उन्होंने कहा कि इन समस्याओं के कारण नए कारोबारी बाजार में टिक नहीं पा रहे और उन्हें बाहर जाना पड़ रहा है। सिर्फ पुराने और अनुभवी उद्यमी ही टिक पा रहे हैं। सभी कारोबार धैर्य से ही चलते हैं, लेकिन धूप-अगरबत्ती उद्योग में इसकी ज्यादा आवश्यकता है। खासतौर पर उन लोगों को जो इस क्षेत्र में नए आए हैं।

दि

हरी के खारी बावली में 1946 में श्री गोपाल किशन केसरवानी और श्री हरि किशन केसरवानी ने राजकमल धूप अगरबत्ती का कारोबार शुरू किया था, जिसे अब परिवार की तीसरी पीढ़ी श्री विशाल केसरवानी संभाल रहे हैं। सुगंध इंडिया को उन्होंने बताया कि 75 वर्षों और दो पीढ़ियों का बहुत संपन्न

अनुभव उन्हें कारोबार में मिला है, जिसका फायदा मौजूदा चुनौतियों से निपटने में उन्हें हमेशा मिलता रहा है। उन्होंने बताया कि खारी बावली में सुगंध, मसालों और जड़ी बूटियों का हमेशा से बड़ा कारोबार रहा है। हमारे दादा को एक बार एक सुगंधित लकड़ी मिली तो उन्हें लगा कि इसका इस्तेमाल किया जाना चाहिए। उस समय धूप बननी शुरू हो गई थी। उन्होंने उस लकड़ी से धूपबत्ती बनाई और वह लोगों को पसंद आई और यह ब्रांड चल पड़ा। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा बताया कि राजकमल के सारे उत्पाद नेचुरल रॉ मैटेरियल से बनाए जाते हैं। 'गोपाल छाप धूप नंबर वन' 100 प्रतिशत शुद्ध जड़ी बूटियों से निर्मित है और इससे अस्थमा या सांस के रोगियों को भी दिक्कत नहीं होती। यह देशभर में सबसे ज्यादा महंगी बिकने वाली धूप है। गोपाल धूप के लिए अधिकांश कच्चा माल कश्मीर से आता है और इसका धुआं एकदम सफेद होता है, जबकि आमतौर पर धुआं काले रंग का होता है। इसमें किसी भी तरह के केमिकल का इस्तेमाल नहीं किया जाता।

कंपनी गोपाल धूप के अलावा राजकमल ब्रांड की कई अगरबत्तियों, रोली, चंदन, सिंदूर, कपूर के अलावा गुलाल और अन्य पूजा-पाठ की सामग्रियों समेत 250 से उपर उत्पाद बनाती है, जिसकी दिल्ली, उत्तर प्रदेश, उत्तराखंड, मध्य प्रदेश, गुजरात, बिहार और राजस्थान में भारी मांग है।

कच्चे माल की बेतहाशा बढ़ रही कीमतों पर उन्होंने कहा कि इसपर हमारा कोई नियंत्रण नहीं है। बाजार में अनगिनत निर्माता, उत्पाद व डीलर हो गये हैं जिससे प्रतियोगिता काफी बढ़ गयी है। कच्चे माल की उपलब्धता होने के बाद भी, हम जैसे निर्माताओं को इसकी कमी झेलनी पड़ती है जिससे कीमतों में वृद्धि आती है। उन्होंने कहा कि कीमतें बढ़ने से मुनाफा घट गया है और कभी-कभी तो घाटे में भी बिक्री करनी पड़ती है। ताकि मार्केट में ब्रांड का बना रहे।

उन्होंने कहा कि गोपाल धूप 700 में 1000 रूपए की कीमत में है। गोपाल धूप 1000 रु प्रति किलो के हिसाब से बिकती है। राजकमल के नाम से चार और प्रमुख ब्रांड गोपाल, राजकमल, प्रभात, बीडी केयर है। सबसे ज्यादा फेमस राजकमल है, जो 5 रु से लेकर 100 रु की एमआरपी तक में है।

75 वर्षों से राजकमल ब्रांड के मार्केट में जमे रहने संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि किसी भी उत्पाद की क्वालिटी बेस्ट होने पर ही वह बाजार में बिकता है, लेकिन डिस्ट्रीब्यूटर और डीलर ही इसे चलाते हैं। उनका सहयोग और समर्थन जरूरी है। धूप-अगरबत्ती उद्योग में डीलर बहुत ही एक्टिव होना चाहिए। अगर सही डीलर न मिले तो चलता हुआ ब्रांड रुक भी सकता है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि इस उद्योग में क्रेडिट का बड़ा महत्व है। पहले माल देने पर पैसा डूबता नहीं था, लेकिन अब 100 में से 5-6 मामलों में पैसा डूब जाता है। पहले यह दर 2-3 होती थी।

बाजार में लगातार आ रहे नए प्रोडक्ट्स पर उन्होंने कहा कि ट्रेडिशनल सुगंध गुलाब, मोगरा, चंदन व केवड़ा सदैव चलते हैं, लेकिन नए में पाइनएप्पल, लेवेंडर, फूटी, सहित 5-6 नये सुगंधियों की मांग बढ़ी है। इसमें सबसे ज्यादा पाइनएप्पल की मांग है। एक बात यह भी है

कि जब कंपनी कोई नया रेंज लाती है तो एक बार वह तेजी से चलता है और अच्छा हुआ तो टिक जाता है।

उद्योग में नए लोगों के आगमन पर उन्होंने कहा कि इस उद्योग में आना आसान है, लेकिन टिकना कठिन है। पहले 10 नए लोगों में से 9 सफल होते थे, लेकिन अब ऐसा नहीं है। मार्केट में क्रेडिट से बड़े उद्यमियों को भी 3-4 प्रतिशत का घाटा हो जाता है, जबकि नए लोगों को 20 प्रतिशत का नुकसान सहना पड़ता है। कुछ वर्ष पूर्व जब अगरबत्ती उत्पादन के लिए मशीनें आईं, तो भारी संख्या में नए लोग आए, लेकिन वह चल नहीं सके। आज अधिकांश मशीनें खड़ी हैं, क्योंकि प्रतियोगिता और कच्चे माल की कीमतें बढ़ी हैं। ऐसे में बेहतरीन क्वालिटी के उत्पाद मार्केट में लगातार देना कठिन हो गया है, लेकिन जो लोग इस उद्योग में पुराने और अनुभवी हैं। वह बेहतर भविष्य का अनुमान करते हुए नुकसान में भी कारोबार कर रहे हैं।

उन्होंने कहा कि बाजार के लिहाज से उत्तर प्रदेश सबसे बेहतर राज्य है। यहां जिसकी धूप व अगरबत्ती बिक गई, तो समझिए वह देश में टॉप का उत्पाद बन जाता है। यहां बहुत बड़ी आबादी है, जहां प्रीमियम और इकोनामी दोनों के लिए बाजार है। इसी तरह बिहार भी बड़ा बाजार है। इन बाजारों में 5 रु से लेकर 100 रु तक के उत्पाद आसानी से बिक जाते हैं। वैसे मुख्यतः 5, 10 और 20 रूपए की एमआरपी वाले उत्पादों की ही ज्यादा बिक्री है।

विशाल केसरवानी ने अन्य उद्योगों की तरह धूपबत्ती कारोबार में ब्रांड के प्रति ग्राहकों के समर्पण संबंधी सवाल के जवाब में कहा कि आमतौर पर दुकानदार से ग्राहक सिर्फ अच्छी अगरबत्ती ही मांगता है। 2-3 प्रतिशत लोग ही ब्रांड के नाम से उत्पाद मांगते हैं।

उन्होंने कहा कि उत्पादों के भारी प्रचार के लिए विज्ञापन से भी कोई खास फायदा नहीं होता। 1990 के दौरान राजकमल ने बड़े पैमाने पर विज्ञापन जारी किए, लेकिन कुछ खास फर्क नहीं पड़ा। 2 से 3 रुपए उपभोक्ता ही धूप और अगरबत्ती ब्रांड के नाम से मांगते हैं। उद्योग में जो अच्छा है और बाजार में उपलब्ध है वही चलता है। इस तरह बहुत कुछ दुकानदार पर भी निर्भर करता है कि वह किस उत्पाद को आगे रखे और बेच दे। इस उद्योग में क्वालिटी मुख्य है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि अधिकांश कंपनियां एक दूसरे को देख कर ही अपने उत्पादों के फ्रेगरेंस, साइज, बॉक्स और पैकेजिंग में बदलाव करती हैं। यही कारण है कि लगातार ब्रांड के रेंज आते रहते हैं। इसकी वजह बताते हुए उन्होंने कहा कि एक जिले में जैसे पानी बदल जाता है उसी तरह अगरबत्ती भी बदल जाती है। हापुड में कोई लाल कलर का गुलाब मांगता है, तो दूसरे जिले में गुलाब की लाल कलर में बड़ी डिब्बी की मांग होती है। इसी तरह एक एरिया में यदि कोई ब्रांड चल रहा है तो दूसरी कंपनी भी उसी तरह का ब्रांड निकालने लगती है। उन्होंने कहा कि राजकमल भी समय-समय पर नए रेंज लाता रहता है।

कंपनी द्वारा कुछ नए उत्पाद लाने संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि इस उद्योग में विस्तार के बहुत अवसर हैं और हमारी कंपनी भी निरंतर विस्तार और विस्तार कर रही है। वैसे भी यह कोई 20-25 हजार करोड़ रुपए का उद्योग नहीं है। लोग एक निश्चित दायरे में ही काम करते हैं। उद्योग में आ रहे नए लोगों को उन्होंने सुझाव देते हुए कहा कि यहां धीरज की बहुत जरूरत है, जितना ज्यादा धीरज होगा और उत्पादों की क्वालिटी जितनी बेहतर होगी। उतना ही लंबे समय तक यहां टिका जा सकता है। ●

अगरबत्ती उद्योग को सुगंध के अन्य क्षेत्रों में विस्तार की जरूरत: गिरीश वज्र

पारम्परिक सुगंधों पर
कई उत्पाद बना रहा है
अकीला ऑर्गेनिक



अकीला ऑर्गेनिक्स सुगंध उद्योग का एक जाना माना नाम है। फ्रेग्रेन्स व फ्लेवर से सम्बन्धी उत्पाद बनाने वाले निमाताओं को अकीला ऑर्गेनिक्स कई उच्च गुणवत्ता वाले एरोमा केमिकल्स, फ्रेग्रेन्स कंपाउंड व फ्लेवर मुहैया कराती है। अकीला ऑर्गेनिक्स के एम डी व चीफ परफ्यूमर श्री गिरीश वज्र, सुगंध उद्योग के पायनियर एस एच केलकर परिवार की तीसरी पीढ़ी के सदस्य हैं और उन्हें सुगंध उद्योग में काम करने का दशकों का अनुभव है। सुगंध इंडिया से खास बातचीत में गिरीश जी ने अगरबत्ती उद्योग में विस्तार की जरूरत पर जोर दिया।

अकीला अगरबत्ती इंडस्ट्रीज बीते 10 वर्षों से इस उद्योग में कार्यरत है। कंपनी के एम डी व चीफ परफ्यूमर श्री गिरीश वज्र ने 2010 में इस की स्थापना की थी। गिरीश जी सुगंध उद्योग के पायनियर एस एच केलकर परिवार की तीसरी पीढ़ी से हैं और अकीला ऑर्गेनिक्स की स्थापना से पहले लगभग एक दशक उन्होंने एस एच केलकर एंड कंपनी में बतौर एरोमा इंजिनिअरिंग डिवीज़न हेड काम किया था। गिरीश जी ने सुगंध इंडिया को बताया की कंपनी देश भर में अपना नेटवर्क बना रही है और अगरबत्ती क्षेत्र के निमाताओं के लिए कई खास उत्पाद बना रही है। उन्होंने कहा कि कोरोना के बाद अब बाजार में चढ़ाव आ रहा है और लोगों में उत्साह है। हम भी उसे देख रहे हैं और उसी के अनुरूप नई रेंज और उत्पादन बढ़ा रहे हैं।

कंपनी अगरबत्ती उद्योग के लिए क्या नया कर रही है? सुगंध इंडिया के इस सवाल पर गिरीश जी ने बताया की सुगंध उद्योग मुख्यतः धूप, अगरबत्ती व अन्य उत्पादों में ट्रेडिशनल के साथ निरंतर नए-नए फ्रेगरेन्स आ रहे हैं। पारंपरिक सुगंध गुलाब, मोगरा, बेला, चमेली, केवड़ा, चंपा, चंदन, लोबान, उद और बखूर में भी नए-नए प्रयोग और रिसर्च किए जा रहे हैं। अकीला ऑर्गेनिक्स भी कई पारंपरिक व हर्बल सुगंधों जैसे बेलपत्र, तुलसी, आदि पर अरंडी के जरिए नए उत्पाद ला रही है। गिरीश जी ने कहा कि लोग अब प्राचीन परंपराओं की तरफ जा रहे हैं। ट्रेडिशनल सुगंध का दौर नए फ्लेवर के साथ लौट रहा है। इसलिए हम भी पारंपरिक सुगंधों पर फोकस कर रहे हैं। इसके अलावा इंडस्ट्री में केमिकल्स में आते उतार चढ़ाव का

बोझ निर्माताओं पर न पड़े और उनके लिए रॉ मटेरियल तथा इन्वेंटरी मैनेज करना आसान हो इसके लिए हमने कई आई टी डी भी तैयार किये हैं। यह आई टी डी उत्पाद निर्माताओं को उत्तम नतीजे देने के साथ साथ क्रिफायती भी हैं। इस नई उत्पाद श्रृंखला में 10-15 उत्पाद हैं जिसमें खासकर 1 प्लस 50 काफी अच्छे नतीजे दे रहा है। उन्होंने कहा कि सुगंध उद्योग में टिके रहना है तो नई सुगंधियों पर रिसर्च जरूरी है। यहां बहुत कड़ा मुकाबला है और भारी उतार-चढ़ाव हो रहा है।

गिरीश जी ने सुगंध इंडिया से एक खास बात साझा करते हुवे कहा कि अगरबत्ती उद्योग में विस्तार की जरूरत है। अगरबत्ती उद्योग में बदलाव काफी तेजी से होता है। अगरबत्ती के साथ साथ अन्य सुगंध उत्पाद जैसे धूप स्टिक, बखूर आदि का भी ट्रेंड बढ़ रहा है। लेकिन अगरबत्ती निर्माताओं को कुछ और नया भी करना चाहिए। कई सुगंध उत्पादों जैसे एयर फ्रेशनर, सुगंधित मोमबत्तियां, आदि में काफी संभावनाएं हैं। इसमें अगर चुनौतियों की भी बात की जाये तो जैसे रॉ मटेरियल एक बड़ी समस्या आती है अगर आप किसी एक रॉ मटेरियल पर अधिक निर्भर हैं। उदाहरण के तौर पर जैसे बम्बू की कमी की समस्या है जो पुरे अगरबत्ती उद्योग पर असर डालती है क्योंकि उद्योग बम्बू पर काफी अधिक निर्भर है। ऐसे में उद्योग को सुगंध के अन्य क्षेत्र जैसे एयर केयर, डिफ्यूजर, आदि में भी विस्तार करने की आवश्यकता है ताकि किसी एक समस्या से पूरा उद्योग प्रभावित न हो।

अंत में गिरीश जी ने कहा की समस्त सुगंध उद्योग में अगरबत्ती उद्योग काफी महत्वपूर्ण है। बीते वर्षों में आयी समस्याओं के बावजूद यह उद्योग काफी उत्साह से आगे बढ़ रहा है। काफी नए ट्रेंड व इनोवेशन देखने को मिल रहे हैं जो हमें भी अच्छा लगता है क्योंकि हम भी कुछ न कुछ नया करते रहते हैं। इनोवेशन को देखते हुवे ही सिर्फ अगरबत्ती ही नहीं बल्कि सुगंध व स्वाद से जुड़े सभी क्षेत्रों के लिए हमारे पास उच्च गुणवत्ता के उत्पाद हैं। ●

अकीला देता है कम किमत में क्वालिटी : शालीन काले

अकीला ऑर्गेनिक्स के सेल्स हेड श्री शालीन काले ने सुगंध इंडिया से बातचीत में कहा कि अकीला ऑर्गेनिक्स का कारोबार भारत से लेकर दुनिया भर में फैला है। कंपनी की विशेषता अगरबत्ती उद्योग के लिए सुगंध, फाइन फ्रेग्रेन्स, ऊद व बखूर, फैब्रिक केयर में खासकर डिटर्जेंट पाउडर व केक, फैब्रिक सॉफ्टनर, डिटर्जेंट लिक्विड में है। अगरबत्ती उद्योग संबंधी सवाल पर उन्होंने कहा कि कोरोना संकट के समय अगरबत्ती उद्योग गंभीर स्थिति में था। उससे पहले बंबू की समस्या थी, फिर बाजार में कई नए अगरबत्ती उत्पादक आ गये। उद्योग की समस्याओं को देखते हुवे भी कई ट्रेंड सामने आये हैं जैसे रीड डिफ्यूजर है, ड्राई स्टिक है, इनमे बम्बू की आवश्यकता नहीं है। पहले उद्योग में लोग रिस्क लेते थे लेकिन अब सोच समझ कर चलते हैं। क्वालिटी उत्पाद देने की ओर अगरबत्ती उद्योग अब ज्यादा केंद्रित है। समस्याओं के बावजूद अगरबत्ती उद्योग काफी बढ़ रहा है क्योंकि मौका खुशी का हो या गम का, अगरबत्ती जलाई ही जाती है। एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि देश में कंपटीशन ज्यादा हो गया है जिसके कारण उत्पादक निर्यात पर भी ध्यान दे रहे हैं। वियतनाम, इंडोनेशिया, मलेशिया और अफ्रीकी देशों में लगातार कारोबार बढ़ रहा है। यह उद्योग छोटा जरूर है, लेकिन इसका दायरा बहुत बड़ा है और इसलिए इसका भविष्य भी बेहतर है। एक



सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि आज निर्माताओं को क्रिफायती उत्पाद चाहिए। पहले लोग कीमत नहीं देखते थे बस क्वालिटी मांगते थे। लोगो के दिमाग में है के महंगा मतलब क्वालिटी लेकिन ऐसा नहीं है, आजकल सस्ते में भी क्वालिटी मिलती है। हमारी भी यही कोशिश रहती है की क्रिफायती माल दें। उदाहरण के तौर पर आजकल सस्ती कीमत में आर टी डी लोगो को चाहिए। ड्राईलूशन की मांग 1 प्लस 5, 1 प्लस 8, 1 प्लस 10, आदि रहती है लेकिन हम इसे 1 प्लस 25, 1 प्लस 48 तक ले गए हैं जिसके चलते आज हम डी ई पी से सस्ता या उसके बराबर कीमत में आर टी डी दे पाते हैं। आजकल मार्केट का कुछ पता नहीं है इसलिए उत्पादक स्टॉक रखना नहीं चाहते और जॉब वर्क के तहत उत्पाद बाहर से बनवाते हैं। बात पूरी करते हुवे शालीन जी ने कहा की उनकी कंपनी उत्पादकों के लिए क्रिफायती विकल्प का निर्माण करती है। यही उद्योग की मांग भी है क्योंकि कीमतें इतनी बढ़ गयी हैं कि जो माल पहले उपयोग किया जाता था अब लोग उसका क्रिफायती विकल्प खोजते हैं और वही हम उन्हें प्रदान करते हैं। ●



लेफ्ट से राइट : श्री अर्जुन रंगा(एम डी,साइकिल समुह), श्री गिरीश वजे (एम डी, अकीला ऑर्गेनिक्स), श्री शरथ बाबू (पूर्व अध्यक्ष, आईमा), श्रीमती शोभा करंदलाजे (यूनियन मिनिस्टर, कर्नाटक), आईमा एक्सपो के दौरान

150 साल की विरासत

दामोदरदास भगवानदास सुगंधी

- पुणे के रविवार पेठ की गलियों से निकली अगरबत्ती की सुगंध राजघराने और विदेशो तक फैली



कहा जाता है कि अगरबत्ती सबसे पहले दक्षिण भारत में कहीं जलाई गई थी। बंगलौर और मैसूर के बीच का क्षेत्र देश के आज़ाद होने से पहले के दौरान अगरबत्ती निर्माण का केंद्र बनने वाला पहला क्षेत्र था। यह एक कम ज्ञात तथ्य है कि महाराष्ट्र में पुणे का भी अगरबत्ती निर्माण में एक समृद्ध और स्थायी इतिहास है। सुगंध इंडिया को एक ऐसा प्रतिष्ठान मिला जिसके पास 150 वर्षों की अगरबत्ती निर्माण की समृद्ध विरासत है। पुणे की दामोदरदास भगवानदास सुगंधी 1872 से अगरबत्ती उद्योग में कार्यरत है। 150 वर्षों के ऐतिहासिक सफरनामे में इस कंपनी ने प्राचीनता से लेकर आधुनिकता को भी अपने कारोबार और उत्पादों में समाहित किया है। यही कारण है कि मसाला और फ्लोरा अगरबत्तियों में इसके ब्रांड गुणवत्ता में काफी आगे हैं। पुराने जमाने में कई राजा महाराजा, जमींदार और जागीरदार भी इस कंपनी के उत्पाद मंगाया करते थे। उस समय यह कंपनी ब्रिटेन, साउथ अफ्रीका, जंजीबार पोर्ट और मिडिल ईस्ट तक अगरबत्तियों का निर्यात करती थी। दामोदरदास भगवानदास सुगंधी (कंपनी) नवाचारों का केंद्र है। कंपनी ने समय के साथ पूर्वजों के रीति-रिवाजों को एक नयी दिशा दी है और आधुनिक समय के साथ लगातार विकसित किया है। आज कंपनी का नेतृत्व श्री देवेंद्र त्रिभुवनदास सुगंधी के हाथ में है। वह छठी पीढ़ी के उद्यमी हैं जिनके पास अगरबत्ती बनाने के ज्ञान का भंडार है।

दामोदरदास भगवानदास सुगंधी के प्रमुख देवेंद्र त्रिभुवनदास सुगंधी ने च्चसुगंध इंडियाज् से एक खास बातचीत में बताया कि उच्च गुणवत्ता वाली अगरबत्ती बनाने का हुनर उन्हें विरासत में मिला है। बदलते वक़्त में उन्होंने अपने ब्रांड के उत्पादों, पैकेजिंग और फ्रेगरेंस में अपने पुरखों के अगरबत्ती बनाने के ज्ञान को साथ लेते हुए अत्याधुनिक तकनीक को अपनाया है।

देवेंद्र जी ने बताया कि आज एक बार फिर लोग नेचुरल रॉ मैटेरियल और फ्रेगरेंस की तरफ लौट रहे हैं। चीन, वियतनाम, श्रीलंका सहित कई देशों में अगरबत्ती का उत्पादन हो रहा है, लेकिन हमारे देश की जलवायु, यहां की मिट्टी अगरबत्ती निर्माण में उपयोग होने वाले उच्च गुणवत्ता के कच्चे माल, मसाले, सुगन्धित तेल, आदि के लिए बेहतर है। भारत के पास नेचुरल कच्चा माल, अगरबत्ती और उसकी सुगंधियों की ऐतिहासिक विरासत है, जिसे आधुनिक समय की मांग के साथ जोड़कर इस उद्योग में देश दुनिया का नेतृत्व कर सकता है। आज यूएसए, ऑस्ट्रेलिया, जर्मनी, साउथ अफ्रीका और केन्या आदि देशों में हमारे उत्पादों का अच्छा बाज़ार है।



स्वतंत्रता पूर्व ग्राहकों के पत्र व पोस्ट कार्ड

देवेन्द्र जी ने बताया कि दामोदरदास भगवानदास सुगंधी की स्थापना 1872 में रविवार पेट इलाके में हुई। दामोदरदास और भगवानदास, मामा और भांजे थे। मामा ने भांजे को गोद लिया था और कारोबार की शुरुआत की थी। हालांकि यह परिवार पहले से अगरबत्ती का कारोबार करता था। उनके पास मौजूद दस्तावेज बताते हैं कि 1908-09 में ब्रिटिश सरकार के समय कंपनी ने अपना ट्रेडमार्क रजिस्टर कराया था। 1929-30 के दौर में ब्रिटेन और साउथ अफ्रीका में अगरबत्ती का निर्यात किया जाता था। अफ्रीका में आदिस बाबा और जंजीबार पोर्ट में प्रीमियम उत्पाद निर्यात किए जाते थे, जिनका इस्तेमाल वहां रहने वाले भारतीय भी करते थे। उस समय हमारे कांटा छाप और पुष्प ब्रांड सबसे ज्यादा बिकने वाले उत्पाद थे। साउथ अफ्रीका, केन्या और मिडल ईस्ट की तरफ 1952 में तेजी से निर्यात बढ़ा। उस समय कंपनी ने बुलबुले अरब के नाम से एक ब्रांड लांच किया, जो बहुत लोकप्रिय था। उसकी लोकप्रियता का अंदाजा इसी से लगाया जा सकता है कि यह ब्रांड वहां ब्लैक में बिकता था, क्योंकि पानी के जहाज से माल पहुंचने में समय लगता था।

आज के दौर की चुनौतियों के बारे में बताते हुवे देवेन्द्र जी ने कहा कि कंपनी की मसाला और फ्लोरा अगरबत्तियों के निर्माण में पारिवारिक विशेषज्ञता है, लेकिन इधर मांग के अनुरूप कच्चे माल की उपलब्धता और हैंड मेड अगरबत्ती के लिए ट्रेड लेबर की काफी कमी हो गई है।



इसलिए मांग के अनुरूप बल्क में उत्पादन नहीं हो रहा है। उन्होंने बताया कि कोरोना के बाद यूरोप की तुलना में भारत में बाजार बढ़ा है और लोगों की खरीद क्षमता बढ़ रही है। इसके अलावा कोविड-19 महामारी से नेचुरल उत्पादों का महत्व भी लोगों को समझ में आ गया है। इत्र उद्योग में भी सिंथेटिक के बजाय नेचुरल की मांग बढ़ रही है। उन्होंने बताया कि मांग के अनुरूप उत्पादन बढ़ाने के लिए हमने भी मसाला और फ्लोरा अगरबत्ती की मशीन लगायी हैं, लेकिन फ़िलहाल हैंडमेड की तुलना में क्वालिटी में 19-20 का अंतर है। मसाला बत्ती पसंद करने वाले ग्राहक भी हैंडमेड ही पसंद करते हैं। इसका कारण यह है कि हैंड रोल में जो सुगंध जिस तरह से जलने के बाद फैलती है उस तरह से मशीन से बनी मसाला बत्तियों में नहीं हो पाता। साथ ही मशीन में बनाने के लिए फार्मूलेशन पर और अधिक काम करना पड़ता है। हम लोग इसपर काफी काम कर रहे हैं और मशीन से बनी बत्ती को हैंडमेड के बराबर क्वालिटी में बनाने की कोशिश जारी है। हमें उम्मीद है कि समय के साथ साथ हमारे ग्राहक भी मशीन से बनी बत्ती को अपनाएंगे।

कंपनी बदलते दौर में कैसे आगे बढ़ रही है ? इस सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि वह इस कारोबार में छठी पीढ़ी से हैं और अब 7 वीं पीढ़ी भी व्यापार में आने के लिए तैयार हो रही है। उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग में रॉकेट की गति से बदलाव आ रहा है। अब नए मार्केटिंग सिस्टम, पैकेजिंग और सोशल मीडिया का दौर है।

फ्रेगरेंस में भी तेजी से बदलाव हो रहा है। अब एक सुगंध के हजारों वर्जन बन रहे हैं। हमने भी अपने ट्रेडिशनल सुगंध में भारी बदलाव किया है।

पहले और आज के ज़माने में उपयोग हो रहे रॉ मैटेरियल सम्बन्धी सवाल के जवाब में उन्होंने स्वीकार कि अब पहले जैसे रॉ मैटेरियल का इस्तेमाल नहीं कर सकते। पहले नेचुरल अंबर, मुश्क, चंदन का तेल और बुरादा मिलता था अब यह सब बीते दौर की बात है। उद्योग में एक समय सिंथेटिक का चलन शुरू हुआ था, लेकिन अब लोग फिर नेचुरल की मांग कर रहे हैं। इसी को देखते हुवे आजकल निर्माता भी जितना हो सके प्राकृतिक उत्पाद लाने की ओर काम कर रहे हैं। आजकल फ्रेंच और यूरोपीय फ्रेगरेंस की मांग भी बढ़ रही है लेकिन इसके साथ साथ हमें कोशिश करनी चाहिए कि अपने यहां की परंपरागत सुगंधों को भी बढ़ावा दिया जाए, उनमें बदलाव करके नए तरीके से पेश किया जाए जिससे भारत की सुगंधों और उत्पादों का दुनिया भर में नाम हो। हम अपनी पारम्परिक सुगंधों से जुड़कर अपना एक अलग पैटर्न रखेंगे, तभी दुनिया के दूसरे देशों के अंतर और अगरबत्ती उत्पादों के मुकाबले में आगे बढ़ सकेंगे।

हम क्वालिटी कंट्रोल के साथ काम करते हैं। 151 वर्ष पुरानी कंपनी के पास अभी 40 रेंज के उत्पाद हैं। उन्होंने कहा कि अधिक और नए-नए रेंज के उत्पाद लाने से ज्यादा कंपनी का जोर इस पर रहता है कि वह क्वालिटी पर कंट्रोल रखे। इससे कस्टमर भी जुड़े रहते हैं। अगरबत्ती उत्पादन में कंपनी का मुख्य जोर मसाला अगरबत्ती पर है।



समय के साथ बदलती पैकेजिंग



फ्लोरा अगरबत्ती में 1010, 1004, 1006 नाम के ब्रांड हैं, जिसमें कस्तूरी और अंबर का बेस है। उन्होंने बताया कि हमारे यह उत्पाद 5-6 पीढ़ी से चल रहे हैं। मार्केट और नए ट्रेंड के हिसाब से भी 20 ब्रांड और बनाये हैं। जैसे अरेबिक और फ्रेंच का ट्रेंड देखते हुवे हमने भी ट्रेडिशनल चंदन का बेस लेकर इन सुगंधों में अगरबत्तियां बनाई हैं।

पैकेजिंग के बारे में बताते हुए देवेन्द्र जी ने कहा कि बदलते दौर में कंपनी ने पैकेजिंग में बहुत बदलाव किया है। पुराने लोग नाम से उत्पाद खरीदते हैं, लेकिन नई पीढ़ी को क्वालिटी के साथ आकर्षक पैकिंग भी चाहिए। इस संदर्भ में हमने दो वर्ष पूर्व व्यापक सर्वे कराया था और पता चला कि 60 से 70 ल लोग बेहतर आकर्षक पैकिंग में हमारे उत्पाद चाहते हैं। इसलिए पैकेजिंग में हमने भारी बदलाव किया।

डेढ़ सौ वर्ष पुरानी कंपनी के उत्पाद होने के कारण उसके ग्राहक नामी गिरामी लोग भी रहे होंगे ? इस सवाल पर देवेन्द्र जी ने कहा कि हमारे उत्पाद राजा महाराजा भी पसंद करते थे। राजदरबार अगरबत्ती ब्रांड इसी लिए बनाया गया था। गायकवाड राज घराने और जूनागढ़ के सुल्तान भी इसे पसंद करते थे। उस समय कस्तूरी, अंबर, चंदन के उत्पादों ही चलते थे। उन्होंने बताया कि पहले उदबत्ती और अगरबत्ती चलती थी। अगरबत्ती प्रीमियम महंगा उत्पाद होता था और उसमें अगर पाउडर उपयोग होता था जो असम से आता था। वही दूसरी तरफ उदबत्ती में लोबान का उपयोग होता था और इसकी कीमत कम होती थी।

उन्होंने कहा कि अगरबत्ती उद्योग का भविष्य बहुत शानदार है और हम हमेशा ट्रेडिशनल और नेचुरल उत्पाद देते रहेंगे और कंपनी का सिंथेटिक में जाने का कोई इरादा नहीं है। ●

बेहतर अगरबत्ती बनाने की विरासत परिवार से मिलने संबंधी सवाल पर उन्होंने बताया कि पुणे में मिले पेशवा (राजा) के ऐतिहासिक दस्तावेज में गंधराज नाम से एक अत्तर का जिक्र है जो निशिगंधा यानि रजनीगंधा पर आधारित था। मुझे अपने पारिवारिक दस्तावेजों में कई अद्भुत चीजें मिलती रही हैं। उसमें भी गंधराज अत्तर का जिक्र है। खास बात यह है की रजनीगंधा को दक्षिण भारत में गंधराज कहते हैं। इसी से प्रेरित होकर मैंने पेशवाई नाम से अत्तर बनाया जो रजनीगंधा यानि गंधराज की सुगंध पर आधारित है। इस अत्तर की 12 एमएल की शीशी डेढ़ हजार रुपए में होगी। इस पर तेजी से काम किया जा रहा है और जनवरी 2023 तक इसे जारी करने की तैयारी है।





मसाला अगरबत्ती हमारी विशेषता : दर्शन सुगंधी

- क्वालिटी मसाला अगरबत्ती का बल्क उत्पादन बड़ी चुनौती
- मशीन से मसाला अगरबत्ती के बल्क उत्पादन के साथ साथ क्वालिटी बनाए रखने पर रिसर्च जारी

देश ही नहीं दुनिया भर में अगरबत्ती पूजा-पाठ और धार्मिक आयोजनों के अलावा लोगों की दिनचर्या और लाइफस्टाइल से जुड़ा उत्पाद बन गया है। उसमें भी एरोमा फेगरेन्स और नेचुरल रॉ मैटेरियल से बनी मसाला अगरबत्तियों की मांग सबसे ज्यादा बढ़ी है, लेकिन बाजार की जरूरतों के मुताबिक उत्पादन नहीं बढ़ा है, क्योंकि सबसे बेस्ट क्वालिटी की मसाला बत्तियां हाथ से ही बनती हैं और इसलिए उसके उत्पादन की एक सीमा होती है। पुणे की कंपनी सी एच सुगंधि एंड संस जो धूम धड़ाका के नाम से प्रसिद्ध है की मसाला अगरबत्ती में स्पेशलिटी है। वैसे कंपनी धूप, अगरबत्ती, कोन, सांबानी और सभी तरह के पूजा-पाठ सामग्रियों का निर्माण करती है। कंपनी के प्रमुख श्री दर्शन सुगंधी ने सुगंध इंडिया से एक खास बातचीत में कहा कि उच्च गुणवत्ता वाली मसाला अगरबत्ती का उत्पादन करना एक बड़ी चुनौती है और उससे बड़ी समस्या बाजार की मांग के अनुरूप उत्पादन बढ़ाना है। अगरबत्ती कारोबार में धूम धड़ाका 108 वर्षों से कार्यरत है।



3 न्होंने बताया कि 1913 में पुणे में एक छोटी सी दुकान से मेरे परदादा जी ने कारोबार शुरू किया था। उस समय वह मुंबई से अगरबत्ती और पूजा पाठ की सामग्रियां लाकर बेचा करते थे। फिर मेरे दादा ने 1950-60 के दौर में यह बात समझी कि अगरबत्ती भारत का मुख्य उत्पादक और खुद बड़ा बाजार है जिसका रूट देश में है। ऐसे में उन्होंने कुछ नया करने का फैसला किया। यह वह समय था जब अनेक घरेलू उद्योग तेजी से विकसित हो रहे थे। उन्होंने अगरबत्ती का उत्पादन शुरू किया। उस समय केवल हैंड मेड ही अगरबत्तियां बनती थीं। अगरबत्ती को रोल करना, उसमें सुगंध लगाना, सुखाना और पैकिंग सब कुछ हाथ से होता था। बड़ी संख्या में कर्मचारी काम करते थे। पाणिनि हमारा बहुत लोकप्रिय उत्पाद था और उस समय हमारे सारे उत्पादों का नाम भी इसी नाम पर था। धूम धड़ाका ब्रांड बाद में बदलते समय में बना। हमारी दुकान का नाम इंटेक था। इसलिए फर्म का नाम भी सीएच सुगंधी इंटेक रखा गया।

अगरबत्ती उद्योग में अपने परिवार की भूमिका की बाबत दर्शन जी ने बताया कि दादाजी अपने ब्रांड को मुंबई में लोकप्रिय बनाने के लिए लोकल ट्रेन में सफर करते थे। वहां प्लेटफार्म पर अगरबत्ती बेचने के अलावा 1-1 अगरबत्ती का सैंपल भी लोगों के बीच में बांटते थे। उस जमाने में पैकिंग में नाम नहीं होता था, तो वह पर्ची में अपना और उत्पाद का नाम लिखकर लोगों को देते जाते थे। इसी तरह मार्केट में भी दुकानदारों और वितरकों को सैंपल देते थे। जो दुकानदार उसे लेने से मना भी कर देते थे, तो वह एक अगरबत्ती उसकी दुकान पर जला कर चले जाते थे। दूसरे दिन फिर जाते थे। ऐसा वह कई-कई माह करते रहे। एक समय आया जब दुकानदार और वितरकों ने उनसे वही अगरबत्ती मांगी जो वह पहले जला कर गए थे। इस तरह मुंबई में एक दुकानदार से दूसरे दुकानदार और डिस्ट्रीब्यूटर्स से संपर्क बढ़ता गया। तभी दादा जी को लगा कि एक उत्पाद से बात नहीं बनेगी और कई रेंज में प्रोडक्ट चाहिए। आज भी बाजार में यही ट्रेंड है और उपभोक्ता हर

समय कुछ नया चाहते हैं। यही कारण है कि नए-नए ब्रांड और उनके नए रेंज आते रहते हैं। दादा जी को यह बात उस समय ही समझ में आ गई थी कि उद्योग में जमाना है तो हमेशा कुछ नया देना है। इस तरह 1970 से लेकर अब तक हमारे ब्रांड के 2000 से अधिक रेंज आ चुके हैं।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने बताया कि मसाला अगरबत्ती में हम पहले से स्थापित हैं। फिर राँ बत्ती और व्हाइट बत्ती में भी आए। उन्होंने कहा कि इस उद्योग में महिलाओं की बड़ी भूमिका है। निर्माण के साथ वह उसकी सबसे बड़ी उपभोक्ता भी हैं। मसाला अगरबत्ती का उत्पादन पहले लोग घर से ही करते थे। कच्चा माल ले जाना और उसे बनाकर कंपनी में दे जाना, लेकिन यह बहुत बेहतर तरीका नहीं था, क्योंकि घर में क्वालिटी कंट्रोल संभव नहीं था, जो कच्चा माल दिया गया है उसका पूरा इस्तेमाल अगरबत्ती में किया गया है या नहीं यह देखना कठिन काम था। साथ ही अगरबत्ती यदि अच्छे से रोल नहीं हुई है या ठीक से सुखाई नहीं गई है, तो वह खराब हो जाएगी। यही कारण है कि वर्ष 2000 के बाद मेरे पिताजी ने अगरबत्ती का उत्पादन पूरी तरह से फैक्ट्री में सेंट्रलाइज कर दिया और बाद के दिनों में मशीनें भी आ गईं। उन्होंने बताया कि सब कुछ इनहाउस होता है। अगरबत्ती बनाने के अलावा उसमें पड़ने वाले फ्रेग्रेस तक का आरएंडडी व निर्माण कंपनी में ही होता है।

दर्शन जी ने बताया कि उनके पिता जी श्री गिरीश भगवानदास सुगंधी ने 24 वर्ष की उम्र में सुगंध के क्षेत्र में काम शुरू किया था। उन्होंने इसके लिए कोई डिग्री नहीं ली, लेकिन सुगंधों की ओर अपनी रुची और लगन से वह नए प्रयोग करते रहे। उन्होंने बताया कि फ्रेगरेंस हम बाहर से नहीं खरीदते। यह एक समस्या है, क्योंकि जो फ्रेगरेंस हमने जिस निर्माता से खरीदा वह दूसरों को भी वही दे रहा है। ऐसे में हमारे अपने ब्रांड दूसरों से अलग नहीं बन सकते। यही कारण है कि पिताजी ने फ्रेगरेंस पर अपने को केंद्रित किया और अपने उत्पादों के लिए फ्रेगरेंस स्वयं बनाए। इसके अलावा फ्रेगरेंस बाहर से खरीदने पर अपने उत्पाद की लागत भी बढ़ती है। हमारे ब्रांड कि



कई रेंज ऐसी हैं जिसकी सुगंध किसी दूसरे उत्पाद से मैच नहीं हो सकती। डुप्लीकेसी हो सकती है, लेकिन 100 प्रतिशत वैसी सुगंध नहीं मिलेगी।

कंपनी द्वारा बनाई जा रही अगरबत्तियों के बारे में बताते हुए दर्शन जी ने कहा कि मसाला अगरबत्ती में हमारी अपनी स्पेशलिटी है, क्योंकि इसमें केवल फ्रेगरेंस नहीं होता। नेचुरल रॉ मटेरियल के साथ इंग्रेडिएंट होते हैं, जिसे कोई डिक्कोड नहीं कर सकता। इस तरह मसाला अगरबत्ती में फ्रेगरेंस का हमारा अपना ब्लेंड है। उसमें जो भी कच्चा माल है वह हमारा है और केवल हम ही उसे जानते हैं। उन्होंने कहा कि मसाला अगरबत्ती की मांग तेजी से बढ़ रही है, लेकिन उसके उत्पादन की एक सीमा है। उसके उत्पादन को बहुत तेजी से नहीं बढ़ा सकते, क्योंकि मसाला अगरबत्ती में दो चीज मुख्य होती है। फ्रेगरेंस और उसके निर्माण की प्रक्रिया। यदि उसमें नमी आ गई तो प्रोडक्ट खराब हो जाएगा। फिर बत्ती टूटेगी और जलेगी नहीं। इसलिए सही तापमान में उसे सुखाना पड़ता है। अगरबत्ती सुखाने के लिए अब ड्रायर्स आने लगे हैं, लेकिन नेचुरल ढंग से सुखाने का ही तरीका सही है। इन स्थितियों में एक निश्चित सीमा से अधिक उत्पादन नहीं बढ़ाया जा सकता। दूसरी बड़ी चुनौती उसकी सप्लाई है। डिस्ट्रीब्यूटर और सप्लायर के साथ विश्वास का संबंध रहने से ही उत्पाद को बेहतर ढंग से उपभोक्ताओं तक पहुंचाया जा सकता है। इसलिए जरूरी है कि सप्लायर्स अगरबत्ती उत्पादों को बिना खराब हुए और बिना मिक्सिंग के उपभोक्ताओं तक पहुंचाएं। यह एक बड़ी चुनौती है।

एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि कोरोना के बाद अगरबत्ती उद्योग तेजी से बढ़ा है। अब अगरबत्ती एक लाइफस्टाइल प्रोडक्ट है। सुगंध हमारे दिल दिमाग और पूरे वातावरण को खुशनुमा बनाती है।

केवल पूजा पाठ के लिए ही नहीं बल्कि पूरे माहौल को बेहतर बनाने में इसका इस्तेमाल हो रहा है। फ्लोरा बत्ती की मांग बढ़ी है। ग्राहक और रेवेन्यू बढ़ा है। बाजार में कई ब्रांड आ गए हैं और उपभोक्ता भी क्वालिटी को पहचानने लगा है। उन्होंने बताया कि मसाला अगरबत्ती का उत्पादन बढ़ाने के लिए कंपनी लगातार रिसर्च कर रही है और मशीनीकरण की भी कोशिश हो रही है, क्योंकि मसाला बत्ती की क्वालिटी बनाए रखते हुए ही उत्पादन बढ़ाना है। उन्होंने कहा कि हैंडमेड अगरबत्ती में प्रशिक्षित कर्मचारियों की जरूरत होती है और यह भी कारण है कि उत्पादन में समय लगता है और जल्दबाजी करने पर क्वालिटी खराब हो जाएगी।

सुगंध इंडिया के एक सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि बंबू बत्ती को लेकर कुछ धार्मिक सवाल जरूर हैं, लेकिन बाजार में उसका हल आ गया है। अब धूप, कोन, ड्राई स्टिक की मांग तेजी से बढ़ रही है। इसलिए हमने भी आज के अपने फेमस अगरबत्ती रेंज को धूप स्टिक में ले आए हैं। लोबान, बेनजोइन कप, अष्टगंध बना रहे हैं। इसके अलावा पूजा-पाठ की सामग्रियों में केसर चंदन, कस्तूरी चंदन, रोली टीका, कपूर और महाराष्ट्र में लोकप्रिय उबटन पाउडर विभिन्न फ्रेगरेंस में बना रहे हैं। उन्होंने कहा कि कंपनी फाइन फ्रेगरेंस सेगमेंट में इत्र में भी बेहतर काम कर रही है। इत्र की मार्केट अगरबत्ती की तरह नहीं है। उसमें प्रीमियम रेंज ज्यादा होती है और उपभोक्ता भी कीमत नहीं पूछते।

कंपनी द्वारा नए उत्पाद लाने संबंधी सवाल के जवाब में उन्होंने कहा कि मिट्टी की खुशबू, फ्रूटी, शमामा, केसर और मौसम के हिसाब से बाजार में जो भी मांग होती है। कंपनी उसी तरह के उत्पाद लाने की कोशिश करती है। इसके अलावा और भी नए से नए रेंज के उत्पाद लाने के लिए कंपनी निरंतर आरएंडडी करती रहती है। ●

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



ADVERTISEMENT TARIFF



Sugandh India : Monthly Bilingual (English and Hindi)

A first and one of its kind magazine dedicated to Agarbatti industry which along with being informative and useful for industry content wise, also acts as a medium to connect the industry.

- **Circulation** : Currently 12,000 per month hard copies with an aim to increase to 50,000. Also has a digital version as well.
- **Readership** : Manufacturers, Perfumers, Raw material suppliers, Agarbatti Distributors and Sellers and Allied industry across india. Average 50,000 monthly readership.
- **Content** : Brand News, Monthly City/State wise Market survey and reports, Industry News, Interviews and profiling of not just Manufacturers but also wholesalers and dealers. Also raises issues faced by industry like increasing production cost, duplicacy, etc. all possible through our ground level reporting.



POSITION	RATE PER ISSUE	Mechanical Data (w x h) Note : Keep text 5 mm inside
FRONT COVER	60,000	18.5 cm x 23.5cm
BACK COVER	50,000	21 cm x 30 cm
INSIDE COVER FRONT	35,000	21 cm x 30 cm
INSIDE COVER BACK	30,000	21 cm x 30 cm
GATE FOLD	50,000	42 cm x 30 cm
DOUBLE SPREAD	30,000	42 cm x 30 cm
FULL PAGE	15,000	21 cm x 30 cm
HALF PAGE	10,000	18.5 cm x 13.5 cm
QUARTER PAGE	7,000	9 cm x 13.5 cm
VISITING CARD	3,000	9 cm x 5 cm
STRIP	4,000	18.5 cm x 5 cm

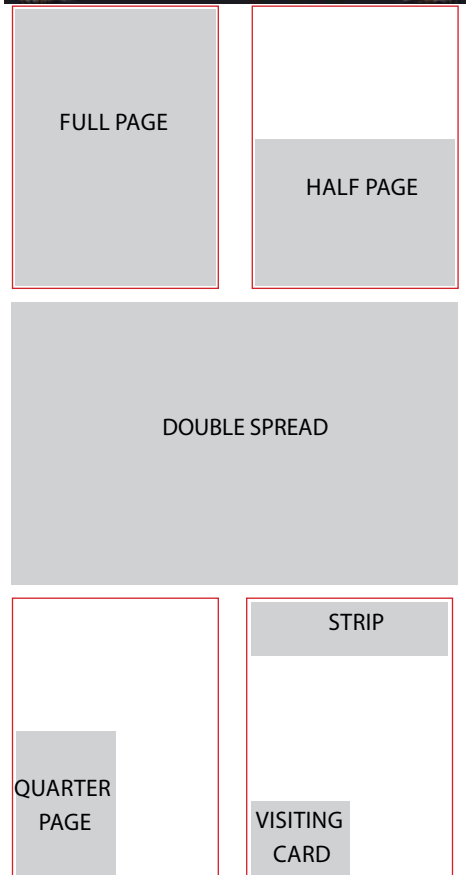
Note : 20% extra for Advt in first 20 pages. All rates are excluding 5% G.S.T.

GST DETAILS

GSTIN: 07AAECA3660K1ZN
State Name : Delhi, Code : 07

Bank Details

Bank Name : YES BANK
A/c No. : 070463400000052
IFS Code : YESB0000704
Branch : Noida Sector-62



ANAS COMMUNICATION PVT. LTD.

B-117A, 2nd Floor, Joshi Colony, I.P. Extension, New Delhi - 110092, M : +91 7838312431
Email : sugandhindiam@gmail.com | Website: www.sugandhindia.in

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