Date : 19-Oct-2011 Edition : Delhi Page No.: 12 Page Name: Consumer Life Size: 164.2 sq. cm

Sector: FMCG Circulation: 0 AVE: INR 201964.01 Frequency: Daily

Publication: Economic Times (Hindi) Title: PepsiCo plans to launch Duke's new flavor range

News Monitored for: Pepsi - Corporate

Economic Times (Hindi)

पेप्सिको नए फ्लेवर की ड्यूक रेंज पेश करेगी

छह साल पहले बाजार से हटा लिए गए लेमोनेड ब्रांड को फिर से लॉन्च करेगी बेवरेज कंपनी

सागर मालवीय
मुंबई

पेप्सिको इंडिया ने बेवरेज की ड्यूक रेंज रीलॉन्च करने की योजना बनाई है। करीब सौ साल पुराने इस लेमोनेड ब्रांड को छह साल पहले बाजार से हटा दिया गया था, लेकिन कंपनी अब दोबारा इसे पेश करने की तैयारी में है। शुरुआत में मुंबई में इस ब्रांड की टेस्ट-मार्केटिंग की जाएगी। इस बार इसे रसभरी, मसाला सोडा, जिंजरेल और आइसक्रीम सोडा जैसे नए फ्लेवर में उतारा जाएगा। रेट्रो पैक में ड्यूक की रीटेल बिक्री करने वाली पेप्सिको देश के तेजी से बढ़ते लाइम और लेमन फ्लेवर्ड फिजी ड्रिंक मार्केट में वॉल्यूम बढ़ाने की कोशिश कर रही है। इस सेगमेंट में फिलहाल उसकी प्रतिद्वंद्वी कंपनी कोका कोला की तूती बोलती है।

पेप्सिको इंडिया में डायरेक्टर-मार्केटिंग (बेवरेज) दीपिका वारियर ने कहा, 'ड्यूक के फ्लेवर एक वक्त हर मुंबईकर की जिंदगी का हिस्सा हुआ करते थे और अब वक्त आ गया है कि क्षेत्र संबंधित अवसर तलाशने के साथ उन पर सही तरह का फोकस दिया जाए।' पेप्सिको इंडिया ने साल 1995 में पंडोले परिवार से ड्यूक एंड संस खरीदी थी। अगले एक दशक के दौरान ड्यूक के उत्पाद पश्चिमी बाजार में पेप्सी के पोर्टफोलियो का अहम अंश हुआ करते थे। लेकिन नेशनल ब्रांड पर फोकस करने के लिए उसने 2004 में इसे वापस ले लिया। पेप्सी ने दो साल पहले लेमन ड्रिंक निंबूज लॉन्च किया था और इस ब्रांड को आगे बढ़ाया जा रहा है। कंपनी होममेड नींबू पानी की लोकप्रियता पर निर्भर कर रही है। विशेषज्ञों का कहना है कि ड्यूक के साथ आगे बढ़ने की पेप्सी की रणनीति से उसे ज्यादा वॉल्यूम हासिल हो सकता है।

ब्रांड कंसल्टेंसी डीवाई वर्क्स के प्रेसिडेंट अल्पना परिदा ने कहा, 'क्योंकि यह एक रीलॉन्च है, इसलिए एक ब्रांड से ज्यादा वॉल्यूम हासिल करने के लिए एक से अधिक वेरिएंट लॉन्च करना सही कदम है।' उन्होंने कहा कि वेरिएंट ब्रांड की कोर इक्विटी के मुताबिक होने चाहिए। जैसे फेयर एंड लवली के वेरिएंट ने फेयरनेस को आधार बनाए रखा है। लाइम और लेमन फ्लेवर्ड झागदार ड्रिंक सेगमेंट में पेप्सी की प्रतिद्वंद्वी कंपनी कोका कोला इंडिया बाजार की अगुवा है। मार्केट रिसर्च एजेंसी आईएमआरबी के मुताबिक इस साल की पहली छमाही में कोका कोला के लिम्का ब्रांड की बाजार हिस्सेदारी वॉल्यूम के हिसाब से 18 फीसदी थी, जबकि स्प्राइट का हिस्सा 11 फीसदी था।

© Economic Times (Hindi)