vinetur

Le régulateur alimentaire indien juge trompeuse l’étiquette du whisky Royal Challenge de Diageo

Un avis confidentiel affirme qu’une part majoritaire de l’assemblage est un spiritueux non vieilli, malgré une mention de fûts de chêne américain sur la face avant.

mardi 11 août 2026



Le régulateur indien de la sécurité alimentaire a contesté une mention clé d'âge sur Royal Challenge, l'une des plus grandes marques de whisky de Diageo dans le pays, estimant que l'étiquette pouvait induire les consommateurs en erreur parce que la majeure partie du spiritueux contenu dans la bouteille n'avait pas été vieillie en bois, selon un avis gouvernemental confidentiel consulté par Reuters.

L'avis, daté du 20 juillet, a été envoyé par la Food Safety and Standards Authority of India, ou FSSAI, à United Spirits, la filiale indienne de Diageo. Il indique que la mention de la marque selon laquelle le whisky est « vieilli en fûts de chêne américain » ne correspond pas à la composition décrite ailleurs sur le produit, où l'alcool neutre de grain apparaît comme deuxième ingrédient après l'eau déminéralisée.

Selon le régulateur, cela rend la mention de la face avant trompeuse. L'avis indique qu'une « majeure partie » de l'alcool est un spiritueux non vieilli et que l'intégralité du contenu alcoolique n'est pas vieillie en fûts de bois comme l'indique l'étiquette. Il précise aussi que toute mention d'âge ou de maturation pour un spiritueux assemblé doit refléter le spiritueux le plus jeune utilisé dans le mélange, et non le composant le plus ancien.

Le litige touche au cœur de la manière dont Royal Challenge est présenté aux consommateurs en Inde. Diageo indique que la marque vend plus de 4,5 millions de caisses de neuf litres par an dans le pays, soit plus de 40,5 millions de litres. La société la présente comme relevant du segment de prix milieu de gamme prestige. La source citée pour ce chiffre ne précise pas l'année à laquelle renvoie le volume des ventes, et aucun chiffre comparable antérieur n'a été publié, ce qui ne permet pas de mesurer directement le possible impact commercial.

L'affaire est importante non seulement en raison de la taille de Royal Challenge, mais aussi parce que la formulation contestée renvoie directement à la valeur perçue. Dans le whisky, les références à la maturation en fût soutiennent souvent à la fois le prix et le positionnement de la marque. Une objection réglementaire à ce langage peut soulever des questions plus larges sur les normes d'étiquetage, les attentes des consommateurs et la façon dont les spiritueux indiens sont commercialisés d'un État à l'autre.

La FSSAI n’a pas publié l’avis du 20 juillet. Reuters a indiqué avoir consulté le document, mais le régulateur n’a pas détaillé publiquement quelle part de l’assemblage il considère comme vieillie, quelle part il considère comme non vieillie, ni combien de bouteilles ou de lots de stock pourraient être concernés. L’autorité n’a pas non plus répondu aux questions de Reuters sur la question de la maturation.

United Spirits a déclaré rester attachée aux normes de qualité et discuter avec le régulateur au sujet de l’étiquetage. Dans un communiqué adressé cette semaine aux marchés boursiers, la société a indiqué qu’elle n’anticipait pas de conséquences financières liées à cette affaire et qu’elle suivait de près l’évolution de la situation.

L’avertissement concernant Royal Challenge s’inscrit dans le cadre d’une action réglementaire plus large qui a déjà affecté les ventes dans l’un des États de l’Inde. La FSSAI a indiqué ce mois-ci avoir interdit dans le Madhya Pradesh la vente de Royal Challenge et d’Antiquity Blue, toutes deux liées à Diageo, ainsi que de Bagpiper Deluxe Whisky et d’Old Cask Deluxe XXX Rum, associés à Inbrew. Cette mesure était liée à des allégations selon lesquelles certains produits utilisaient des arômes artificiels, notamment des substances aromatisantes de whisky et de rhum, au lieu de s’appuyer sur un vieillissement et des ingrédients appropriés. Les entreprises du secteur ont déclaré se conformer au droit indien.

L’avis du 20 juillet ajoute une deuxième ligne de critique réglementaire. Outre la formulation « vieilli en fûts de chêne américain », l’avis indique que l’emploi du terme « Scotch » sur l’étiquette est vague et ne décrit pas clairement quel type de composant Scotch est utilisé dans l’assemblage. L’agence a estimé que la société devait préciser quel « Scotch » est utilisé.

L’étiquette du produit elle-même semble au cœur du dossier du régulateur. Sur la face avant, Royal Challenge est décrit comme « un assemblage riche de spiritueux de grain indiens et de scotchs importés, vieilli en fûts de chêne américain ». Au dos, l’étiquette mentionne de l’eau déminéralisée, de l’alcool neutre de grain et du Scotch, et précise que le produit contient des colorants naturels autorisés et des substances aromatisantes de whisky identiques aux substances naturelles ajoutées.

Ce contraste semble être à l’origine de l’objection du régulateur. Selon l’interprétation de la FSSAI, la liste des ingrédients suggère que la bouteille contient un assemblage dont une part importante de l’alcool n’a pas été vieillie en fût, alors que la face avant donne une impression plus large de vieillissement en barrique. L’avis soutient que cet écart est significatif, car il pourrait influer sur la manière dont un consommateur comprend le produit.

Le dossier se déroule au moment où les autorités indiennes renforcent leur surveillance des allégations d’étiquetage et de formulation sur l’ensemble du marché agroalimentaire et des boissons. Reuters a indiqué que ce durcissement a touché les producteurs de spiritueux, les fabricants de boissons énergisantes et les producteurs alimentaires, les régulateurs réclamant une conformité plus stricte et des descriptions plus exactes sur les emballages. Dans le secteur de l’alcool, cette pression s’exerce sur un marché d’environ 40 milliards de dollars, régi par un mélange de normes nationales et de contrôles au niveau des États.

Le marché indien des spiritueux est aussi particulièrement fragmenté, car chaque État fixe ses propres règles en matière de distribution, de prix et de vente au détail. Cela signifie qu’un contentieux réglementaire dans une partie du pays peut avoir un effet limité à court terme, mais une portée plus large pour l’image de marque et la conformité. Dans l’Uttar Pradesh, par exemple, une bouteille de 375 millilitres de Royal Challenge se vend 360 roupies, soit environ 3,80 dollars au taux de change cité par Reuters. Des niveaux de prix comme celui-là expliquent pourquoi des marques de volume comme Royal Challenge comptent autant pour les grands producteurs.

À ce stade, le dossier public reste incomplet. La FSSAI n’a pas dit quelle part du spiritueux contenu dans Royal Challenge, selon elle, a effectivement été vieillie. Elle n’a pas précisé si le problème concerne toute la production ou seulement certains lots. Elle n’a pas dit si la société serait tenue de modifier l’étiquette, de reformuler l’assemblage, de retirer des stocks ou de prendre une autre mesure corrective. Elle n’a pas non plus publié de calendrier pour une décision finale.

Pour Diageo, l’urgence est sans doute davantage réglementaire que juridique ou financière. United Spirits a indiqué dialoguer activement avec la FSSAI. Cette réponse suggère que la société cherche à régler l’affaire par des éclaircissements ou des modifications d’étiquette tout en évitant une perturbation plus large pour l’une de ses marques les plus volumineuses en Inde.

Pour le marché, l’affaire devrait être suivie de près car elle touche à une tension fréquente dans l’étiquetage des spiritueux : la différence entre le récit marketing global d’un produit et la composition exacte à l’intérieur de la bouteille. Dans le cas de Royal Challenge, cette tension figure désormais dans un avis formel de l’autorité nationale de sécurité alimentaire, visant une marque qui vend plus de 40,5 millions de litres par an sur l’un des plus grands marchés mondiaux de l’alcool.