vinetur

भारत ने अतिरिक्त फ्लेवरिंग के कारण 10 व्हिस्की और रम उत्पादों की बिक्री पर रोक लगाई

खाद्य सुरक्षा नियामक ने कहा कि ब्रांडों ने मानक स्पिरिट्स की नकल करने के लिए फ्लेवरिंग का इस्तेमाल कर उपभोक्ताओं को गुमराह किया, जिससे $40 अरब के बाजार में जांच का दायरा बढ़ गया।

सोमवार, 3 अगस्त 2026



भारत के खाद्य सुरक्षा नियामक ने पांच उत्पादन इकाइयों में बने 10 व्हिस्की और रम उत्पादों की बिक्री पर रोक लगा दी है। उसका कहना है कि प्रयोगशाला परीक्षणों में पाया गया कि मानक रम या व्हिस्की से अपेक्षित स्वाद और सुगंध को दोहराने के लिए कृत्रिम या नेचर-आइडेंटिकल फ्लेवरिंग मिलाई गई थी।

2 अगस्त को भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (FSSAI) द्वारा संप्रेषित यह कार्रवाई देश के कुछ सबसे प्रसिद्ध मास-मार्केट स्पिरिट्स ब्रांडों को प्रभावित करती है, ऐसे शराब बाजार में जिसका आकार Reuters के अनुमान के अनुसार सालाना लगभग $40 अरब है। नियामक ने कहा कि मुद्दा मादक पेयों में फ्लेवरिंग के सामान्य उपयोग का नहीं है, जो कुछ मामलों में अनुमत हो सकता है, बल्कि रम में रम फ्लेवर या व्हिस्की में व्हिस्की फ्लेवर मिलाने का है—एक ऐसी प्रथा जिसे वह उत्पाद की वास्तविक प्रकृति के बारे में उपभोक्ताओं को गुमराह करने वाला मानता है।

प्राधिकरण द्वारा नामित उत्पादों में महाराष्ट्र के खोपोली स्थित अपने यूनिट में Mohan Rocky Springwater द्वारा बनाए गए Old Monk के तीन वेरिएंट शामिल हैं: The Legend, Gold Reserve और XXX Matured Rum। इसके अलावा इसमें महाराष्ट्र के बारामती में United Spirits द्वारा बनाया गया McDowell's No. 1 Rum; मध्य प्रदेश में Inbrew Beverages द्वारा बनाया गया Bagpiper Deluxe Whisky और Old Cask Deluxe XXX Rum; मध्य प्रदेश में Associated Alcohol & Breweries द्वारा बनाया गया Central Province Whisky और McDowell's No. 1 Celebration Matured XXX Rum; तथा मध्य प्रदेश में United Spirits द्वारा बनाए गए Antiquity Blue Whisky और Royal Challenge Whisky शामिल हैं।

नियामक ने कहा कि महाराष्ट्र में छह अन्य निर्माताओं को नोटिस जारी किए गए हैं और गोवा स्थित Mandexi Distilleries & Breweries के एक संयंत्र में निरीक्षण और सैंपलिंग जारी है। इससे संकेत मिलता है कि प्रवर्तन अभियान पहले से नामित ब्रांडों के दायरे से आगे भी फैल सकता है।

अपनी सार्वजनिक व्याख्या में FSSAI ने कहा कि रम और व्हिस्की जैसी मानक श्रेणियों से अपेक्षा की जाती है कि उनका संवेदी प्रोफाइल कच्चे माल, किण्वन, आसवन, परिपक्वता और अन्य मान्यता प्राप्त उत्पादन विधियों के माध्यम से विकसित हो। उसने कहा कि कुछ निर्माता इसके बजाय न्यूट्रल अल्कोहल या एक्स्ट्रा न्यूट्रल अल्कोहल पर बहुत अधिक निर्भर रहे, जिसमें विशिष्ट स्वाद प्रोफाइल नहीं होता, और फिर स्पिरिट के अपेक्षित चरित्र की नकल करने के लिए बाहरी फ्लेवरिंग पदार्थ मिलाए।

इस दृष्टिकोण के तहत, प्राधिकरण ने कहा कि ऐसे उत्पादों को केवल रम या व्हिस्की के रूप में नहीं बेचा जाना चाहिए। अधिकतम, उसने कहा, उन्हें अधिक स्पष्ट रूप से रम-फ्लेवर्ड स्पिरिट या व्हिस्की-फ्लेवर्ड स्पिरिट के रूप में पहचाना जाना चाहिए ताकि उपभोक्ता समझ सकें कि वे क्या खरीद रहे हैं। उसने भारत के लेबलिंग नियमों का भी हवाला दिया, जिनमें पैक्ड खाद्य और पेय पदार्थों को फ्रंट लेबल पर उत्पाद की वास्तविक प्रकृति बताना अनिवार्य है।

FSSAI ने कहा कि उसकी प्रयोगशालाओं ने नमूना लिए गए उत्पादों को "external artificial or nature identical flavours" के कारण निम्न-मानक पाया। उसका तर्क था कि मानकीकृत पेय के स्वयं के स्वाद को जोड़ने का कोई वैध तकनीकी उद्देश्य नहीं है, क्योंकि वे विशेषताएँ संरचना और उत्पादन प्रक्रिया से उत्पन्न होनी चाहिए। प्राधिकरण ने इसकी तुलना कॉफी में कॉफी फ्लेवर या चाय में चाय फ्लेवर जोड़ने से की।

मामले में आयु-सम्बंधी दावों से जुड़ी एक लेबलिंग शिकायत भी शामिल है। FSSAI ने कहा कि Old Monk XXX Rum के एक वेरिएंट पर "7 years old blended" का कथन था, जो भ्रामक था क्योंकि जांचकर्ताओं ने पाया कि न्यूट्रल, अपरिपक्व स्पिरिट मुख्य घटक था, जबकि परिपक्व रम स्पिरिट मिश्रण का 5% से भी कम था। भारत के मादक पेय नियमों के तहत, आयु-सम्बंधी दावे मिश्रण में मौजूद सबसे युवा स्पिरिट को प्रतिबिंबित करने चाहिए।

इस कदम के तत्काल प्रभाव Diageo की भारतीय इकाई United Spirits, साथ ही Inbrew और अन्य घरेलू निर्माताओं पर पड़ते हैं, जिनके ब्रांड बाजार के कम कीमत वाले खंडों पर हावी हैं। ये ऐसे उत्पाद हैं जो आयातित स्पिरिट्स से काफी कम कीमत पर बिकते हैं और भारतीय राज्यों में व्यापक रूप से उपभोग किए जाते हैं, जहां शराब विनियमन मुख्यत: स्थानीय होने के कारण कीमतों में भारी अंतर होता है।

Reuters ने रिपोर्ट किया कि United Spirits ने स्टॉक एक्सचेंज फाइलिंग में कहा कि वह अपने रम उत्पाद से जुड़ी चिंताओं पर FSSAI के साथ बातचीत कर रही है और इस मामले को उद्योग-व्यापी मुद्दा बताया। कंपनी ने कहा कि संबंधित लेबल मौजूदा कानूनों और नियमों का पालन करते हैं। Reuters ने यह भी रिपोर्ट किया कि Diageo ने अपनी रम ब्रांड से संबंधित आदेश के एक हिस्से को अदालत में चुनौती दी थी और संभवत: व्हिस्की उत्पादों को प्रभावित करने वाले निर्देशों का भी विरोध करेगी।

Reuters की उस रिपोर्ट के अनुसार, Inbrew और Mohan Rocky Springwater ने टिप्पणी के अनुरोधों का जवाब नहीं दिया। Reuters द्वारा उद्धृत उद्योग अधिकारियों ने कहा कि कंपनियां आदेश को लेकर चिंतित थीं और उनका मानना था

कि फ्लेवरिंग का उनका उपयोग भारतीय नियमों के अनुरूप था।

एक अनसुलझा प्रश्न यह है कि यह प्रतिबंध भौगोलिक और परिचालन रूप से कितनी दूर तक लागू होता है। FSSAI ने विशिष्ट फैक्ट्रियों और इकाइयों की पहचान की, लेकिन प्रभावित बिक्री मात्रा, राजस्व जोखिम या प्रत्येक ब्रांड के लिए राष्ट्रीय दायरे का पूरा विवरण प्रकाशित नहीं किया। इससे यह सवाल खुला रहता है कि क्या अन्य सुविधाओं में बने समान लेबल अलग जांच का सामना करेंगे या तब तक बिक्री पर बने रहेंगे जब तक उनका अलग-अलग परीक्षण कर उल्लेख नहीं किया जाता।

नियामक ने यह जरूर कहा कि दो निर्माताओं को प्रतिबंध आदेशों के खिलाफ अपील करने के बाद सशर्त निरसन मिला। पहले से हाथ में मौजूद मौजूदा स्टॉक के लिए, वे कंपनियां तब तक बिक्री जारी रख सकती हैं जब तक वे फ्रंट लेबल पर उत्पाद की वास्तविक प्रकृति का खुलासा करती हैं। भविष्य के उत्पादन के लिए, FSSAI ने उन्हें रम फ्लेवर या व्हिस्की फ्लेवर जैसे समान फ्लेवर न जोड़ने का निर्देश दिया। प्राधिकरण ने उन दो निर्माताओं की पहचान नहीं की।

यह सशर्त राहत कुछ उत्पादकों को पूरे स्टॉक के तत्काल विनाश या वापसी से बचने का रास्ता दे सकती है, लेकिन यह आगे संभावित लागतों की ओर भी इशारा करती है। कंपनियों को रेसिपी में बदलाव, लेबल का पुन :डिज़ाइन, संयंत्र और राज्य के अनुसार इन्वेंटरी का पृथक्करण, और उन खुदरा विक्रेताओं से लौटाई गई वस्तुओं का प्रबंधन करना पड़ सकता है, जहां उत्पाद अब अपनी मौजूदा विवरण के तहत नहीं बेचे जा सकते।

यह मामला इसलिए महत्वपूर्ण है क्योंकि इसमें शामिल कई ब्रांड भारत के मुख्यधारा स्पिरिट्स व्यापार में गहराई से स्थापित हैं। Old Monk भारत के सबसे पुराने रम नामों में से एक है। Royal Challenge और Antiquity Blue, United Spirits की प्रमुख व्हिस्कियों में शामिल हैं। Bagpiper लंबे समय से वैल्यू सेगमेंट में जाना-पहचाना नाम रहा है। इन लेबलों में किसी भी तरह की बाधा थोक विक्रेताओं, राज्य वितरण प्रणालियों और पड़ोस की शराब दुकानों तक असर पहुंचा सकती है, जो तेजी से बिकने वाले स्थानीय ब्रांडों पर निर्भर हैं।

FSSAI ने यह स्पष्ट करने की कोशिश की कि वह पूरे उद्योग पर समान प्रथाओं का आरोप नहीं लगा रहा है। उसने कहा कि कई निर्माता मानकीकृत मादक पेयों के मानकों का पूरी तरह पालन करते हैं और केवल कुछ निर्माता ही ऐसे उत्पाद बना रहे हैं जो मुख्यत: न्यूट्रल अल्कोहल से तैयार किए जाते हैं, जिसके बाद श्रेणी-परिभाषित गुणों को दोहराने के लिए समान या कृत्रिम फ्लेवर जोड़े जाते हैं।

यह प्रवर्तन भारत के खाद्य और पेय क्षेत्र में कड़ी निगरानी के व्यापक रुझान से भी मेल खाता है। Reuters ने नोट किया कि हाल ही में नियामकों ने “energy drinks” के रूप में विपणन किए जाने वाले उच्च-कैफीन पेयों के खिलाफ कार्रवाई की, जो लेबलिंग की सटीकता और उत्पाद वर्गीकरण पर व्यापक सख्ती का संकेत है।

उपभोक्ताओं के लिए, यह विवाद प्रामाणिकता के एक बुनियादी प्रश्न पर केंद्रित है : क्या रम या व्हिस्की के रूप में बेची जाने वाली बोतल अपना विशिष्ट स्वाद उन अवयवों और उत्पादन विधियों से प्राप्त करती है जो पारंपरिक रूप से उन श्रेणियों से जुड़ी हैं, या क्या वे गुण अतिरिक्त फ्लेवरिंग के जरिए दोबारा बनाए गए हैं जबकि पैकेजिंग पेय को एक मानक स्पिरिट के रूप में प्रस्तुत करती है। उत्पादकों के लिए, यह कानूनी और व्यावसायिक प्रश्न उठाता है कि भारतीय नियमन व्यवहार में अपने कुछ सबसे अधिक बिकने वाले स्थानीय शराब ब्रांडों के लिए यह सीमा कहां खींचता है।