vinetur

Diageo ने भारत भर में अपने प्रमुख स्पिरिट्स ब्रांडों का फॉर्मूला बदलने पर सहमति जताई

यह कदम व्हिस्की और रम में अतिरिक्त फ्लेवरिंग पर नियामकों की आपत्ति के बाद आया है, जिसमें Royal Challenge भी शामिल है, जिसकी सालाना बिक्री 45 लाख केस है।

मंगलवार, 18 अगस्त 2026



Diageo ने भारत में अपने कुछ सबसे अधिक बिकने वाले स्पिरिट्स का फॉर्मूला बदलने पर सहमति जताई है, क्योंकि नियामकों ने व्हिस्की और रम के रूप में बेचे जाने वाले उत्पादों में अतिरिक्त फ्लेवरिंग के इस्तेमाल पर सवाल उठाया था। यह कदम देश भर में उत्पादन को प्रभावित करेगा और कंपनी के सबसे बड़े स्थानीय ब्रांडों में से एक तक पहुंचेगा।

Reuters के अनुसार, दो सरकारी सूत्रों का हवाला देते हुए, Diageo ने स्वीकार किया है कि वह भारत में बेचे जाने वाले कई उत्पादों में व्हिस्की में व्हिस्की का और रम में रम का स्वाद दोहराने वाले फ्लेवरिंग मिलाना बंद करेगी। यह फैसला इस महीने की शुरुआत में Food Safety and Standards Authority of India, यानी FSSAI, द्वारा लगाए गए प्रतिबंधों के बाद

आया है। यह विवाद लेबलिंग और संरचना नियमों को लेकर दुनिया के सबसे बड़े शराब बाजारों में से एक में छिड़ा है।

विवाद में जिन उत्पादों की पहचान की गई है, उनमें Antiquity Blue whisky, Royal Challenge whisky और McDowell's No. 1 Celebration Matured XXX Rum शामिल हैं। शुरुआती प्रतिबंध मध्य प्रदेश और महाराष्ट्र सहित कुछ राज्यों में उत्पादन पर लागू थे, लेकिन Reuters द्वारा उद्धृत सरकारी सूत्रों के अनुसार अब सहमत बदलाव पूरे भारत में इन ब्रांडों के निर्माण पर लागू होंगे।

इससे Diageo के भारतीय कारोबार के लिए यह फैसला महत्वपूर्ण हो जाता है। Royal Challenge कंपनी की देश में सबसे ज्यादा बिकने वाली व्हिस्कियों में से एक है। Diageo के अनुसार भारत में Royal Challenge की वार्षिक बिक्री 45 लाख नौ-लीटर केस से अधिक है, जो सालाना 4.05 करोड़ लीटर से ज्यादा के बराबर है। यह ब्रांड कंपनी के बताए गए मिड-प्रेस्टिज मूल्य खंड में आता है, जिससे यह फॉर्मूला बदलाव केवल राज्य-स्तरीय अनुपालन मुद्दे से कहीं अधिक व्यावसायिक महत्व का बन जाता है।

Economic Times ने रिपोर्ट किया कि यह फॉर्मूला बदलाव लगभग तीन महीनों में पूरा होने की उम्मीद है। उस संक्रमण अवधि के दौरान, प्रभावित उत्पादों में इस्तेमाल होने वाले फ्लेवरिंग को लेबल के सामने वाले हिस्से पर स्पष्ट रूप से घोषित करना होगा। यह अंतरिम कदम ब्रांडों को बाजार में बनाए रखने के लिए है, जबकि उत्पादन रेसिपी, लेबल और इन्वेंट्री को समायोजित किया जा रहा है।

यह मामला भारतीय नियामकों की ओर से शराब की लेबलिंग और निर्माण प्रथाओं पर व्यापक कार्रवाई के दौरान सामने आया। इस महीने की शुरुआत में, अधिकारियों ने Diageo और अन्य भारतीय शराब कंपनियों द्वारा बनाए गए कई स्पिरिट्स ब्रांडों के खिलाफ कार्रवाई की, उन पर गलत लेबलिंग और फ्लेवरिंग पदार्थों के अनुचित इस्तेमाल का आरोप लगाया। मुद्दा उन फ्लेवरिंग के जोड़ने को लेकर था, जिन्हें नियामकों के अनुसार इस तरह इस्तेमाल नहीं किया जाना चाहिए कि स्पिरिट की मूल संरचना और अतिरिक्त स्वाद प्रोफाइल के बीच का अंतर धुंधला हो जाए।

Royal Challenge के मामले में, उत्पाद के बैक लेबल पर कहा गया है कि इसमें डिमिनरलाइज्ड पानी, ग्रेन न्यूट्रल स्पिरिट और Scotch है, तथा इसमें अनुमत रंग और जोड़ी गई नेचर-आइडेंटिकल व्हिस्की फ्लेवरिंग पदार्थ शामिल हैं। भारत के खाद्य सुरक्षा ढांचे के तहत नियामकों ने इस प्रथा पर आपत्ति जताई, जिससे एक ऐसा विवाद शुरू हुआ जिसने अब कंपनी को फॉर्मूला बदलने पर सहमत होने तक पहुंचा दिया है।

भारत Diageo के लिए एक महत्वपूर्ण बाजार है, जिसे कंपनी ने अपने "consumer market of the decade" के रूप में वर्णित किया है। इसकी स्थानीय इकाई United Spirits इस रणनीति का केंद्र है, और इसका पोर्टफोलियो राज्यों और वितरण चैनलों के व्यापक नेटवर्क में मास-मार्केट, प्रेस्टिज और प्रीमियम उपभोक्ताओं तक पहुंचता है। इसलिए भारत में किसी एक उत्पाद से जुड़ा नियामकीय विवाद सामान्य लेबलिंग मामले से कहीं अधिक महत्व रखता है, खासकर जब वह राष्ट्रीय स्तर के ब्रांडों से जुड़ा हो।

बदलाव का देशव्यापी दायरा इस समझौते का सबसे महत्वपूर्ण पहलू है। जहां अधिकारियों ने बिक्री या निर्माण पर प्रतिबंध कुछ राज्यों तक सीमित किया था, वहां उत्पादन बदलने के बजाय Diageo को भारत में जहां भी ये ब्रांड बनते हैं, उनके लिए रेसिपी और पैकेजिंग दोनों बदलनी होंगी। इससे संयंत्र संचालन, आपूर्ति योजना और राज्य-दर-राज्य इन्वेंट्री प्रबंधन में बदलाव की जरूरत पड़ सकती है, हालांकि संक्रमण की लागत का कोई आधिकारिक अनुमान सार्वजनिक नहीं किया गया है।

जब यह समाचार एजेंसी ने निर्णय की पहली रिपोर्ट दी, तब न तो Diageo की भारत इकाई और न ही FSSAI ने टिप्पणी के लिए Reuters के अनुरोधों का तुरंत जवाब दिया। FSSAI ने अभी तक पहले लगाए गए प्रतिबंधों को हटाने का कोई औपचारिक आदेश भी जारी नहीं किया है, जिससे समय और कार्यान्वयन को लेकर कुछ अनिश्चितता बनी हुई है, जबकि कंपनी कथित समझौते के अनुसार आगे बढ़ रही है।

इस प्रकाशित अंतिम समाधान के अभाव का उद्योग के लिए महत्व है, क्योंकि इसका मतलब है कि अनुपालन की व्यावहारिक शर्तें अब भी नियामकों के आगे के निर्देशों पर निर्भर हो सकती हैं। Diageo के लिए मुख्य सवाल यह है कि वह सिद्धांततः सहमति से संशोधित फॉर्मूला पर उत्पादन तक बिना आपूर्ति में बड़े व्यवधान के कितनी जल्दी पहुंच सकता है, खासकर ऐसे बाजार में जहां बड़े ब्रांड लगातार रीस्टॉकिंग पर निर्भर करते हैं।

यह मामला ऐसे समय में भी सामने आया है जब Diageo भारत में व्यापक नियामकीय जांच के दायरे में है। Reuters ने पिछले सप्ताह रिपोर्ट किया था कि निरीक्षकों ने Diageo की शराब की लगभग 18,000 पेटियों को जब्त किया था, यह आरोप लगाते हुए कि उन पर यह दर्शाने वाले निशान नहीं थे कि वे सुरक्षित पुनर्नवीनीकृत प्लास्टिक का उपयोग करके बनाई गई थीं। यह मुद्दा फ्लेवरिंग विवाद से अलग है, लेकिन दोनों ने देश में कंपनी की अनुपालन प्रथाओं पर जांच और कड़ी कर दी है।

भारतीय स्पिरिट्स बाजार के लिए इस मामले के Diageo से आगे भी निहितार्थ हो सकते हैं। व्हिस्की और रम में अतिरिक्त फ्लेवरिंग पर नियामकों की आपत्ति अन्य उत्पादकों को भी अपने उत्पाद सूत्र, लेबल और दावों की समीक्षा करने के लिए प्रेरित कर सकती है, ताकि ऐसी कार्रवाई से बचा जा सके। खाद्य और पेय संरचना पर भारत के नियमों की व्याख्या और प्रवर्तन में भिन्नता हो सकती है, और इस क्षेत्र के सबसे बड़े खिलाड़ियों में से एक से जुड़ा हाई-प्रोफाइल मामला अक्सर बाकी बाजार के लिए संकेत बन जाता है।

जो अभी भी स्पष्ट नहीं है, वह संक्रमण के दौरान होने वाला कारोबारी प्रभाव है। फॉर्मूला बदलने की लागत का कोई सार्वजनिक अनुमान नहीं है, प्रतिबंधों के कारण संभवतः देरी से या रोकी गई स्टॉक की कोई आधिकारिक संख्या नहीं है, और प्रभावित ब्रांडों की बिक्री पर असर का भी कोई खुलासा नहीं किया गया है। यह भी ज्ञात नहीं है कि संशोधित उत्पादों के सामान्य परिसंचरण में लौटने से पहले वितरकों या राज्य आबकारी अधिकारियों को कोई अतिरिक्त मंजूरी चाहिए होगी या नहीं।

फिर भी, यह समझौता कुछ राज्यों में चल रहे नियामकीय विवाद से भारत में Diageo के कुछ सबसे चर्चित लेबलों के लिए एक राष्ट्रीय उत्पाद परिवर्तन की ओर संकेत करता है। जिस कंपनी की देश में स्थानीय व्हिस्की की सालाना बिक्री लाखों केस में होती है, उसके लिए यह एक तकनीकी अनुपालन मुद्दे को निर्माण, लेबलिंग और शेल्फ उपस्थिति से जुड़े परिचालन बदलाव में बदल देता है—और वह भी उसके सबसे महत्वपूर्ण विकास बाजारों में से एक में।