vinetur

बेल्जियम के ब्रुअर्स ने शराब को स्वयं स्वास्थ्य जोखिम बताने वाले प्रस्ताव को चुनौती दी

बेल्जियम द्वारा ऐसा मसौदा पेश किए जाने के बाद AB InBev ने भी आपत्तियों में शामिल होकर चेतावनी के फोकस को शराब के दुरुपयोग से हटाने का विरोध किया

शुक्रवार, 25 सितंबर 2026



बेल्जियम के ब्रुअर्स शराब विज्ञापनों में अनिवार्य स्वास्थ्य चेतावनी के प्रस्तावित बदलाव का विरोध कर रहे हैं। उनका कहना है कि नया शब्दांकन दुरुपयोग के विरुद्ध चेतावनी देने से आगे बढ़कर सभी मादक पेयों को अपने आप में हानिकारक बताएगा।

विवाद का केंद्र बेल्जियम में शराब विज्ञापनों में इस्तेमाल होने वाले मानक स्वास्थ्य संदेश को संशोधित करने की योजना है। मौजूदा व्यवस्था में चेतावनी में शराब के दुरुपयोग को स्वास्थ्य के लिए जोखिम बताया जाता है। प्रस्तावित शब्दांकन में दुरुपयोग पर जोर हटाकर सीधे शराब का उल्लेख किया जाएगा, जिस पर ब्रुअर्स और उद्योग की अन्य आवाज़ों ने आपत्ति जताई है।

ब्रुअर्स का तर्क है कि यह बदलाव मामूली संपादन नहीं है। उनके अनुसार, यह चेतावनी का अर्थ इस तरह बदल देता है कि पूरे क्षेत्र पर कलंक लग सकता है, जिसमें संयम से सेवन किए जाने वाले उत्पाद भी शामिल हैं। आपत्ति जताने वाली कंपनियों में AB InBev भी शामिल है, जो बेल्जियम में गहरी जड़ें रखने वाला वैश्विक ब्रूइंग समूह और देश के सबसे प्रमुख बीयर उत्पादकों में से एक है।

यह बहस बेल्जियम में एक संवेदनशील मुद्दे को छूती है, जहां ब्रूइंग एक बड़ा व्यवसाय होने के साथ-साथ राष्ट्रीय पहचान का भी हिस्सा है। बीयर की देश में मजबूत सांस्कृतिक मौजूदगी है, और इस क्षेत्र में बड़े बहुराष्ट्रीय समूहों के साथ-साथ छोटे उत्पादक भी शामिल हैं, जो बाज़ार हिस्सेदारी बचाने और ब्रांड की दृश्यता बनाए रखने के लिए विज्ञापन पर निर्भर करते हैं। इसलिए शराब प्रचार के लिए कानूनी या नियामक शर्तों में किसी भी बदलाव पर उत्पादकों, खुदरा विक्रेताओं और मीडिया कंपनियों की करीबी नजर रहने की संभावना है।

मुद्दा सार्वजनिक स्वास्थ्य नीति और व्यावसायिक अभिव्यक्ति के बीच संतुलन का है। शराब चेतावनियों के लिए सख्त भाषा के समर्थक आम तौर पर तर्क देते हैं कि पीने से जुड़े जोखिमों पर चिकित्सा साक्ष्य को देखते हुए अधिक स्पष्ट और व्यापक स्वास्थ्य संदेश उचित हैं। इसके विपरीत, ब्रुअर्स कहते हैं कि शब्दांकन मायने रखता है और हानिकारक सेवन के खिलाफ चेतावनी देने तथा सभी सेवन को खतरनाक बताने के बीच की रेखा के कानूनी, आर्थिक और प्रतिष्ठागत परिणाम होते हैं।

इसी अंतर के इर्द-गिर्द बेल्जियम उद्योग की प्रतिक्रिया केंद्रित है। क्षेत्र की कंपनियों का कहना है कि मौजूदा सूत्र अत्यधिक पीने को लक्षित करता है, जबकि प्रस्तावित संस्करण स्वास्थ्य जोखिम संदेश को सामान्य रूप से शराब पर लागू करेगा। उत्पादकों के लिए यह इस बात में एक महत्वपूर्ण बदलाव है कि राज्य सार्वजनिक संचार में उनके उत्पादों को कैसे पेश करता है।

यह बहस केवल शब्दों तक सीमित नहीं है। यदि बेल्जियम यह बदलाव अपनाता है, तो देश में विज्ञापन करने वाली बीयर, वाइन और स्पिरिट्स कंपनियों को नए मानक के अनुरूप अभियानों, विपणन सामग्री और आंतरिक अनुपालन प्रक्रियाओं को अपडेट करना पड़ सकता है। ऐसे क्षेत्र के लिए, जो अक्सर कई बाज़ारों में एक साथ विज्ञापन संभालता है, एक छोटा-सा अनिवार्य चेतावनी संदेश भी रचनात्मक योजना, कानूनी समीक्षा और मीडिया खरीद को प्रभावित कर सकता है। इसका असर खास तौर पर उन अंतरराष्ट्रीय समूहों पर पड़ सकता है जो बेल्जियन और सीमा-पार अभियान चलाते हैं, साथ ही सीमित अनुपालन बजट वाले छोटे ब्रांडों पर भी।

इस प्रस्ताव पर इसलिए भी नजर रखी जा रही है क्योंकि विज्ञापन नियम व्यापक नीतिगत संकेत बन सकते हैं। किसी एक बाज़ार में सख्त चेतावनी अन्य देशों में इस व्यापक चर्चा को बढ़ा सकती है कि क्या शराब संबंधी संदेशों को दुरुपयोग-केंद्रित भाषा से हटाकर ऐसी भाषा की ओर जाना चाहिए जो शराब को अंतर्निहित स्वास्थ्य जोखिम के रूप में देखे। यही एक कारण है कि बेल्जियम का ब्रूइंग उद्योग इतनी कड़ी प्रतिक्रिया दे रहा है।

AB InBev की भागीदारी से इस विवाद की दृश्यता और बढ़ गई है। यह ब्रुअर न सिर्फ दुनिया की सबसे बड़ी बीयर कंपनियों में से एक है, बल्कि बेल्जियम में एक बड़ा कॉर्पोरेट उपस्थिति भी रखती है। जब इस स्तर की कोई कंपनी सार्वजनिक रूप से किसी नियामकीय बदलाव का विरोध करती है, तो नीति और व्यापारिक हलकों में इस मुद्दे का वजन बढ़ जाता है। यह भी दिखाता है कि किसी राष्ट्रीय नियम के बड़े वैश्विक विज्ञापनदाताओं पर, जिनके पास बीयर ब्रांडों का विस्तृत पोर्टफोलियो है, क्या प्रभाव पड़ सकते हैं।

नियामकों और सार्वजनिक स्वास्थ्य समर्थकों के लिए यह मामला सवालों का एक अलग समूह उठाता है। एक सवाल यह है कि क्या मौजूदा चेतावनियाँ शराब से जुड़े ज्ञात स्वास्थ्य प्रभावों को दर्शाने के लिए पर्याप्त कड़ी हैं। दूसरा सवाल यह है कि क्या सार्वजनिक संदेशों में अत्यधिक सेवन और सामान्य सेवन के बीच अधिक स्पष्ट अंतर किया जाना चाहिए। कई देशों में ये प्रश्न तब अधिक प्रमुख हो गए हैं जब सरकारें रोकथाम और दीर्घकालिक स्वास्थ्य-देखभाल लागतों के दृष्टिकोण से शराब नीति की समीक्षा कर रही हैं।

हालांकि पेय उद्योग के लिए तात्कालिक चिंता व्यावहारिक के साथ-साथ प्रतीकात्मक भी है। विज्ञापन नियम केवल संदेश के स्थान तक सीमित नहीं होते। वे तय करते हैं कि उत्पादों को कैसे प्रस्तुत किया जाए, ब्रांड उपभोक्ताओं से कैसे बात करें और मार्केटिंग टीमें अनुमोदन प्रक्रियाओं का प्रबंधन कैसे करें। बेल्जियम में संशोधित चेतावनी मौजूदा अभियानों की नए सिरे से समीक्षा और स्थानीय कानूनी टीमों, विज्ञापनदाताओं तथा मीडिया आउटलेट्स के बीच नई समन्वय प्रक्रिया की मांग कर सकती है।

इसलिए बेल्जियम का यह विवाद किसी विज्ञापन के नीचे लिखे कुछ शब्दों से कहीं अधिक है। इसने इस पर एक व्यापक बहस खोल दी है कि सरकारों को शराब-संबंधी जोखिम का वर्णन कैसे करना चाहिए, अनिवार्य व्यावसायिक नोटिसों में सार्वजनिक स्वास्थ्य संदेश कितनी दूर तक जाना चाहिए, और निर्माता नियम और कलंक के बीच रेखा कहाँ खींची जाए, ऐसा कहाँ मानते हैं।

बेल्जियम के ब्रुअर्स ने स्पष्ट कर दिया है कि उनकी नजर में प्रस्तावित शब्दांकन उस रेखा को पार करता है। यदि सरकार का प्रस्ताव आगे बढ़ता है, तो उद्योग पर दबाव बना रहना तय है, क्योंकि वह पहले से ही शराब प्रचार पर कड़ी निगरानी और स्वास्थ्य चेतावनियों, जिम्मेदारी संदेशों तथा बीयर और अन्य मादक पेयों के विज्ञापन की सीमाओं पर व्यापक यूरोपीय बहस का सामना कर रहा है।