vinetur

Diageo accetta di riformulare i suoi principali distillati in tutta l’India

La mossa segue la contestazione dei regolatori sugli aromi aggiunti in whisky e rum, incluso Royal Challenge, che vende 4,5 milioni di casse l’anno.

martedì 18 agosto 2026



Diageo ha accettato di riformulare alcuni dei suoi distillati più venduti in India dopo che i regolatori hanno contestato l'uso di aromi aggiunti nei prodotti venduti come whisky e rum, una mossa che interesserà la produzione in tutto il Paese e coinvolgerà uno dei principali marchi locali della società.

Secondo Reuters, citando due fonti governative, Diageo ha accettato di smettere di aggiungere aromi che riproducono il gusto del whisky nel whisky o del rum nel rum in diversi prodotti commercializzati in India. La decisione segue le restrizioni imposte all'inizio di questo mese dalla Food Safety and Standards Authority of India, o FSSAI, in una disputa sulle norme di etichettatura e composizione in uno dei maggiori mercati alcolici del mondo.

I prodotti indicati nella disputa includono Antiquity Blue whisky, Royal Challenge whisky e McDowell's No. 1 Celebration Matured XXX Rum. Le restrizioni iniziali si applicavano alla produzione in specifici Stati, tra cui Madhya Pradesh e Maharashtra, ma le modifiche concordate varranno ora per la produzione di quei marchi in tutta l'India, secondo le fonti governative citate da Reuters.

Questo rende la decisione significativa per l'attività di Diageo in India. Royal Challenge è uno dei whisky più venduti della società nel Paese. Diageo afferma che le vendite annue di Royal Challenge in India superano 4,5 milioni di casse da nove litri, equivalenti a oltre 40,5 milioni di litri l'anno. Il marchio si colloca in quella che la società ha descritto come la fascia di prezzo mid-prestige, dando alla riformulazione un peso commerciale più ampio di una semplice questione di conformità a livello statale.

The Economic Times ha riportato che la riformulazione dovrebbe essere completata in circa tre mesi. Durante quel periodo di transizione, gli aromi utilizzati nei prodotti interessati dovranno essere chiaramente indicati sul fronte dell'etichetta. Questa misura temporanea serve a mantenere i marchi sul mercato mentre vengono adeguate ricette di produzione, etichette e scorte.

Il caso è emerso nel quadro di una più ampia stretta dei regolatori indiani sulle pratiche di etichettatura e produzione delle bevande alcoliche. All'inizio di questo mese, le autorità sono intervenute contro diversi marchi di spirits realizzati da Diageo e da altre società indiane del settore, sostenendo che vi fossero errori di etichettatura e l'uso

improprio di sostanze aromatizzanti. La questione ruotava attorno all'aggiunta di aromi che, secondo i regolatori, non dovrebbero essere impiegati in modo da confondere la distinzione tra la composizione di base di un distillato e un profilo aromatico aggiunto.

Nel caso di Royal Challenge, l'etichetta posteriore del prodotto indicava che contiene acqua demineralizzata, alcol neutro di cereali e Scotch, e che include coloranti consentiti e sostanze aromatizzanti al whisky identiche alla natura, aggiunte. I regolatori hanno contestato questa pratica nell'ambito del quadro indiano sulla sicurezza alimentare, facendo scattare una disputa che ora ha portato la società ad accettare di cambiare la formulazione.

L'India è un mercato cruciale per Diageo, che ha definito il Paese il proprio «mercato dei consumatori del decennio». La sua controllata locale, United Spirits, è centrale in questa strategia, con un portafoglio che raggiunge consumatori del mercato di massa, del segmento prestige e premium attraverso una vasta rete di Stati e canali di distribuzione. Una disputa normativa a livello di singolo prodotto in India ha quindi un peso maggiore di una normale questione di etichettatura, soprattutto quando coinvolge marchi di portata nazionale.

L'estensione a livello nazionale del cambiamento è uno degli aspetti più importanti dell'accordo. Invece di modificare soltanto la produzione negli Stati in cui le autorità avevano limitato vendite o produzione, Diageo dovrà cambiare ricette e confezioni degli stessi marchi ovunque vengano prodotti in India. Ciò potrebbe richiedere modifiche alle operazioni di stabilimento, alla pianificazione degli approvvigionamenti e alla gestione delle scorte Stato per Stato, anche se non è stata resa pubblica alcuna stima ufficiale dei costi della transizione.

Né la divisione indiana di Diageo né la FSSAI hanno risposto immediatamente alle richieste di commento di Reuters quando l'agenzia ha diffuso per prima la notizia della decisione. La FSSAI non ha inoltre ancora pubblicato un ordine formale che revoca le restrizioni precedenti, un aspetto che lascia ancora alcune incertezze sui tempi e sull'attuazione, anche se l'azienda procede con l'accordo riportato.

L’assenza di una risoluzione finale pubblicata conta per il settore perché significa che i termini pratici della conformità potrebbero ancora dipendere da istruzioni successive dei regolatori. Per Diageo, la questione principale è quanto rapidamente possa passare dall’accordo di principio alla produzione con formule riviste senza interrompere in modo significativo le forniture in un mercato in cui i grandi marchi dipendono da un rifornimento costante.

L’episodio arriva anche mentre Diageo affronta una più ampia attenzione regolatoria in India. Reuters ha riferito la scorsa settimana che gli ispettori avevano sequestrato circa 18.000 casse di bottiglie di liquori Diageo per l’accusa che mancassero le indicazioni che attestavano che erano state prodotte usando plastica riciclata sicura. La questione è separata dalla disputa sugli aromi, ma insieme hanno aumentato il controllo sulle pratiche di conformità dell’azienda nel Paese.

Per il mercato indiano dei distillati, il caso potrebbe avere implicazioni oltre Diageo. La contestazione da parte dei regolatori sugli aromi aggiunti in whisky e rum potrebbe spingere altri produttori a rivedere formule, etichette e dichiarazioni di prodotto per evitare misure analoghe. Le norme indiane sulla composizione di alimenti e bevande possono variare nell’interpretazione e nell’applicazione, e un caso di alto profilo che coinvolge uno dei maggiori operatori del settore spesso diventa un segnale per il resto del mercato.

Resta poco chiaro l’impatto commerciale durante la transizione. Non c’è stata alcuna stima pubblica dei costi di riformulazione, nessuna cifra ufficiale sulle scorte che potrebbero essere state ritardate o trattenute dalle restrizioni e nessuna indicazione dell’eventuale effetto sulle vendite dei marchi interessati. Non è inoltre noto se distributori o autorità statali delle accise richiederanno ulteriori autorizzazioni prima che i prodotti rivisti tornino in circolazione normale.

Resta comunque il fatto che l’accordo segna il passaggio da una disputa regolatoria in pochi Stati a una modifica nazionale del prodotto per alcune delle etichette più note di Diageo in India. Per una società che vende ogni anno nel Paese milioni di casse di whisky locale, ciò trasforma una questione tecnica di conformità in un cambiamento operativo con conseguenze per la produzione, l’etichettatura e la presenza sugli scaffali in uno dei suoi mercati di crescita più importanti.