

ग्लोबल स्टैंडर्ड वॉर्निंग लेबल से भारत के पैकेज्ड फूड एक्सपोर्ट को मिलेगा बढ़ावा

- फूड प्रोसेसिंग उद्योग 200 बिलियन डॉलर से बढ़ कर 500 बिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान

कोलकाता. अल्ट्रा-प्रोसेस्ड पैकेज्ड फूड का इस्तेमाल अप्रत्याशित रूप से बढ़ता जा रहा है, इसलिए भारत में विज्ञान आधारित फ्रंट ऑफ पैक लेबलिंग (एफओपीएल) को प्राथमिकता दी जा रही है. इस विषय में आयोजित एक कार्यक्रम में, उद्योग के मुख्य प्रतिनिधियों और फूड निर्माताओं ने बताया कि विश्व की सर्वश्रेष्ठ विधि एफओपीएल से पैकेज्ड फूड उत्पादों, खासकर जो फूड एमएसएमइ यूनिटों द्वारा बनाया जाता है, उसे दुनिया के बाजारों में एक्सपोर्ट किये जाने को काफी बढ़ावा मिलेगा. भारत में अल्ट्रा-प्रोसेस्ड फूड व बेवरेज के लिए वृद्धि को दर सर्वाधिक है. यह फूड सामग्री अल्ट्रा-प्रोसेस्ड होने के

अलावा इसमें काफी ज्यादा मात्रा में एडेड शुगर, सॉल्ट व एडिटिव्स होते हैं. 2006 से 2019 के बीच यूरोमॉनिटर सेल्स डेटा के मुताबिक पैकेज्ड जंक फूड एवं सॉफ्ट ड्रिंक्स का रिटेल मूल्य भारत में 13 वर्षों में 42 गुना बढ़ गया है. फूड प्रोसेसिंग उद्योग, जिसे भारत सरकार रोजगार निर्माण के लिए मुख्य सेक्टर मानती है, मौजूदा समय में 200 बिलियन डॉलर का है, जो बढ़कर 500 बिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है. भारत के 32 प्रतिशत फूड बाजार में 'प्रोसेसिंग उद्योग' का वर्चस्व है, इसलिए स्वादिष्ट व लोकप्रिय देसी स्नेक्स और कन्फेक्शनरी बनाने वाला विशाल एमएसएमइ सेक्टर इस वृद्धि में महत्वपूर्ण भूमिका निभायेगा.

भारतीय फूड को अंतर्राष्ट्रीय बाजार में धिकने वाले फूड के समतुल्य बनाने के

लिए विश्व की सर्वश्रेष्ठ विधि, एफओपीएल को अपनाये जाने की जरूरत के बारे में एसोसियेयू पी के उपाध्यक्ष मनीष अग्रवाल ने कहा : भारतीय फूड एमएसएमइ के लिए एक बड़ा लक्ष्य वैश्विक एक्सपोर्ट के अनुरूप पारंपरिक फूड के सेहतमंद रूपों को अपनाना है, जिससे एक्सपोर्ट को बढ़ावा मिल सके. फूड लेबलिंग के वैश्विक स्तरों के साथ सामंजस्य बिठाकर और नमक, चीनी व फैट की मात्रा निर्धारित करके भारत को इस अपार क्षमता का काफी लाभ मिल सकता है, जिससे भारत के पारंपरिक स्नेक के लिए एक बहुत विशाल बाजार के द्वार खुल जायेंगे.

इसके लिए उद्योग की सहमति को पृष्टि करते हुए कौशिक नाग, कंपनी सैक्रटरी, प्राण बेवरेजेस इंडिया लिमिटेड,

पश्चिम बंगाल ने कहा कि हम एक मजबूत एफओपीएल के विचार का स्वागत करते हैं, जो ग्राहकों को सेहतमंद फूड को आसानी से समझने और पहचानने में मदद करेगा.

अध्ययनों ने दिखा दिया है कि फूड को सेहतमंद बनाने के लिए रिफॉर्मूलेशन करने से दीर्घकाल में जाकर लाभ बढ़ जाता है. यदि हम अपने फूड एवं बेवरेज को सेहतमंद बनायेंगे, तो इससे घरेलू बाजार में भी उपभोक्ताओं की पसंद में परिवर्तन आयेगा. इस मौके पर असीम सान्याल, सीओओ, कॅम्प्यूस् वॉइस एंड सेंट्रल एडवाइजरी कमेटी, एफएसएसएआई के तकालीन सदस्य व विनोद व्यास, प्रबंध निदेशक, राजकोट डिस्ट्रिक्ट कोऑपरेटिव मिल्क प्रोड्यूसर यूनियन ने भी अपने विचार रखे.