

MEDIA COMPENDIUM

Remove '100%' claim from labels, FSSAI tells food companies

NO FALSE PROMISES. Last year, the Authority directed companies to remove any claim of '100 per cent fruit juice' from labels of reconstituted fruit juices.

Meenakshi Verma Ambwani
New Delhi

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has asked companies to remove the term "100 per cent" from labels, packaging and promotional material.

The Authority said the usage of this term could give consumers a "false sense of absolute purity or superiority".

In an advisory, the Authority said it has observed a growing trend of the use of "100 per cent" on food labels across various promotional platforms.

"This terminology is ambiguous, misleading in the current regulatory framework and is prone to misinterpretation," it stated.

It pointed out that under the Food Safety and Standards (Advertising and Claims) Regulations, 2018, the term "100 per cent" is not defined or referenced in any manner.

FALSE IMPRESSION

"The usage of the term '100 per cent' in isolation or conjunction with other descriptors is likely to convey a false sense of purity or superiority, potentially leading consumers to believe the competing products in the market do not comply with

The usage of the term "100 per cent" might convey a false sense of purity or superiority to the consumers, said FSSAI

the prescribed standards," FSSAI stated. "Therefore all food business operators are advised to discontinue the use of the term '100 per cent' on food product labels, packaging and promotional content," it added.

The Authority also said the advertising and claims regulations strictly prohibit any advertisements or competing manufacturers or competitors consumer perception in a misleading manner. FSSAI reiterated that the FBO must ensure their claims are truthful, non-ambiguous and help consumers comprehend the information provided clearly.

Last year, the Authority had directed companies to remove any claim of '100 per cent fruit juices' from the labels and advertisements of reconstituted fruit juices with an immediate effect. This directive has been legally challenged and before the court.

FSSAI ASKS PACKAGED FOOD COMPANIES NOT TO MAKE FALSE CLAIMS OF ABSOLUTE PURITY

A 100% NO Food Labels Come Unstuck

Regulator sees such claims as misleading for consumers, prone to misinterpretation

Teena Thacker & Ratna Bhushan

New Delhi: The government has directed scrutiny on packaged food companies, directing them to remove any claim of '100 per cent' from labels, packaging and promotional material. It has termed such claims as "misleading to consumers" and "ambiguous and prone to misinterpretation".

In a May advisory, the Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) said "the term '100 per cent' is not defined or referenced in any manner under the Food Safety Act".

The term '100 per cent' is "likely to convey

Wrapping Matters
FSSAI says '100%' can falsely suggest purity or superiority

More aims to prevent deceptive marketing, protect consumers

Companies must stop using pre-printed packaging with such claims

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb.

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb.

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb.

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb.

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb.

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb.

false sense of absolute purity or superiority, potentially leading consumers to believe that competing products in the market do not comply with prescribed standards," read the advisory, a copy of which was sent by ET.

Many brands currently sell products such as chocolates, tea, honey, biscuits, and protein powders, displaying claims such as "100% sugar free, with vitamins, etc," the advisory further said.

"Such guidelines are beneficial for consumers and would help to weed out misleading claims. However, implementation is key and brands should ensure that the 100% claim is not being used in a misleading manner," said a senior executive at a not be named consumer goods company.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is leading packaged snacks maker.

also directed companies to ensure all pre-printed packaging material, which claims 100% fruit juice, is packed in opaque, light-resistant material. One of the impacted brands, FSSAI is currently embroiled in a legal dispute on the issue. Last month, FSSAI said the Delhi High Court that the 100% fruit juice claim on its packaging is not permitted under existing food safety regulations, derailing food safety regulations.

The regulator had responded to a letter challenging the directive.

This February, FSSAI made certain amendments to its labelling regulations via a draft notification, with the aim of making consumers aware of the misleading nature of such claims.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Packaged Food Cos Told to Stop '100%' Claims

BRANDS & COMPANIES ► 12



THE ECONOMIC TIMES

FSSAI ASKS PACKAGED FOOD COMPANIES NOT TO MAKE FALSE CLAIMS OF ABSOLUTE PURITY

A 100% NO Food Labels Come Unstuck

Regulator sees such claims as misleading for consumers, prone to misinterpretation

Teena Thacker & Ratna Bhushan

New Delhi: The government has tightened scrutiny on packaged food companies, directing them to discontinue claims of 100% on food labels, packaging and promotional content. It has termed such claims as "misleading to consumers, and ambiguous and prone to misinterpretation".

In a May 28 advisory, the Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) said "the term 100% is not defined or referenced in any manner under the Food Safety Act".

The term 100% is "likely to convey

false sense of absolute purity or superiority potentially leading consumers to believe that competing products in the market do not comply with prescribed standards," read the advisory, a copy of which was seen by ET.

Many brands currently sell products such as chocolates, tea, honey biscuits, and protein powders, displaying claims such as "100% sugar free, with millets, oats," the advisory further said.

"Such guidelines are beneficial for consumers and would help to weed out misleading claims. However, implementation is key and brands that make genuine claims should not be penalised under the 100% guideline," said a senior executive at a leading packaged snacks maker.

The food regulator's directive is aimed at curbing misleading marketing practices and to ensure consumers get accurate information about food products. The FSSAI said its

regulations "strictly prohibit" any ads or claims that undermine other companies or influence consumer perception in a misleading manner. It further said as per regulations, claims should be "truthful, unambiguous and meaningful not misleading and help consumers to comprehend the information provided."

The food regulator had issued a notification mid-2024 directing companies to remove claims such as "100% fruit juices" from labels and ads. It

also directed companies to exhaust all pre-printed packaging material, which claim 100% fruit juices in packaged juices, by December-end.

One of the impacted brands, Dabur's Real juice brand, and FSSAI are currently embroiled in a legal dispute on the issue. Last month, FSSAI told the Delhi High Court that Dabur's '100% fruit juice' claim on its packaging is not permitted under existing food safety regulations, terming it "misleading to consumers". The regulator had responded to Dabur challenging the directive.

This February, FSSAI made certain amendments to its labelling regulations via a draft notification, with the aim of enabling consumers to make informed decisions about food products, especially those containing sugar, salt and saturated fat. Last year, the regulator had proposed that total salt, sugar, and saturated fat on labels should be displayed in bold letters and larger font sizes on packaged food products.

Wrapping Matters

FSSAI says '100%' can falsely suggest purity or superiority



Move aims to prevent deceptive marketing, protect consumers

Common claims like '100% sugar free' or '100% fruit juice' being targeted

Cos must stop using pre-printed packaging with such claims

Regulator made certain amendments to its labelling rules via a draft notification in Feb



Remove '100%' claim from labels, FSSAI tells food companies



NO FALSE PROMISES. Last year, the Authority directed companies to remove any claim of '100 per cent fruit juice' from labels of reconstituted fruit juices ANIL K.

Meenakshi Verma Ambwani
New Delhi

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has asked food and beverage companies to remove the term "100 per cent" from labels, packaging and promotional material.

The Authority said the usage of this term could give consumers a "false sense of absolute purity or superiority".

In an advisory, the Authority said it has observed a growing trend of the use of "100 per cent" on food labels and across various promotional platforms.

"This terminology is ambiguous, misleading in the current regulatory framework and is prone to misinterpretation," it stated.

It pointed out that under the Food Safety and Standards (Advertising and Claims) Regulations, 2018, the term "100 per cent" is not defined or referenced in any manner.

FALSE IMPRESSION

"The usage of the term "100 per cent" in isolation or conjunction with other descriptors is likely to convey a false sense of purity or superiority, potentially leading consumers to believe the competing products in the market do not comply with

The usage of the term "100 per cent" might convey a false sense of purity or superiority to the consumers, said FSSAI

the prescribed standards," FSSAI stated. "Therefore all food business operators are advised to discontinue the usage of the term "100 per cent" on food product labels, packaging and promotional content," it added.

The Authority also said the advertising and claims regulations strictly prohibit any advertisements or claims that undermines competing manufacturers or influences consumer perception in a misleading manner. FSSAI reiterated that the FBO must ensure their claims are truthful, unambiguous and help consumers comprehend the information provided clearly.

Last year, the Authority had directed companies to remove any claim of '100 per cent fruit juices' from the labels and advertisements of reconstituted fruit juices with an immediate effect.

This directive has been legally challenged and before the court.



THE ECONOMIC TIMES



Packaged Food Cos Told to Stop '100%' Claims

BRANDS & COMPANIES ►► 12

A 100% no food labels sent packing: FSSAI asks food companies not to make false claims of absolute purity

By Teena Thacker & Ratna Bhushan, ET Bureau • Last Updated: May 29, 2025, 11:52:00 PM IST



Representational

New Delhi: The government has tightened scrutiny on packaged food companies, directing them to discontinue claims of 100% on food labels, packaging and promotional content. It has termed such claims as "misleading to consumers, and ambiguous and prone to misinterpretation".

Business Standard

FSSAI bans use of '100%' on food labels, says term misleads consumers

The Authority emphasised that such terminology is not only undefined under current regulations but also misleading and likely to create a false impression among consumers



Press Trust of India **New Delhi**

2 min read Last Updated : May 31 2025 | 12:38 AM IST

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued a strong advisory against the use of the term "100%" in food labelling, citing concerns over its potential to mislead consumers.

The apex food regulator, in a statement, said it has asked all Food Business Operators (FBOs) to refrain from using the term on food labels, packaging, and promotional content, owing to its ambiguity and potential for misinterpretation within the existing regulatory provisions.

In the advisory issued on Thursday, FSSAI highlighted a noticeable surge in the use of the term "100%" across food product labels and promotional platforms.

The Authority emphasised that such terminology is not only undefined under current regulations but also misleading and likely to create a false impression among consumers.

As per the Food Safety and Standards (Advertising and Claims) Regulations, 2018, the term "100%" is not defined or referenced in any manner under the FSS Act, 2006, or the Rules and Regulations made thereunder.

Furthermore, the Sub-regulation 10(7) of the aforementioned regulations strictly prohibits any advertisement or claim that undermines other manufacturers or influences consumer perception in a misleading manner.

As per Sub-regulation 4(1), it shall be ensured that the claims must be truthful, unambiguous, meaningful, not misleading and help consumers to comprehend the information provided.

The use of the term "100%" whether in isolation or combined with other descriptors is likely to create a false impression of absolute purity or superiority, FSSAI said and added this could mislead consumers into believing that other comparable products in the market are inferior or non-compliant with regulatory standards.

In view of these concerns, all FBOs have been advised to not use the term "100%" on food product labels, packaging, and any form of promotional content. FSSAI said it remains committed to ensuring transparency and fairness in food labelling to protect consumer interests and promote informed choices.

(Only the headline and picture of this report may have been reworked by the Business Standard staff; the rest of the content is auto-generated from a syndicated feed.)



खाद्य उत्पादों पर ना लगाएं 100 प्रतिशत का लेबल, FSSAI ने दिखाई सख्ती; कहा - 'ये नियमों के खिलाफ'

FSSAI Advisory एफएसएसएआई ने खाद्य उत्पादों के लेबल पर 100 प्रतिशत शब्द के उपयोग पर सख्त परामर्श जारी किया है क्योंकि इससे उपभोक्ताओं के गुमराह होने की आशंका है। नियामक ने खाद्य व्यवसाय संचालकों को इस शब्द का उपयोग करने से बचने के लिए कहा है क्योंकि यह अस्पष्ट है और गलत व्याख्या की आशंका पैदा करता है।

BY AGENCY EDITED BY: ABHINAV TRIPATHI UPDATED: SAT, 31 MAY 2025 02:00 AM (IST)



पीटीआई, नई दिल्ली। भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण ने (एफएसएसएआई) खाद्य उत्पादों के लेबल पर 100 प्रतिशत शब्द के इस्तेमाल को लेकर सख्त परामर्श जारी करते हुए कहा है कि इससे उपभोक्ताओं के गुमराह होने की आशंका होती है।

खाद्य नियामक ने कहा कि उसने सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों को खाद्य लेबल, पैकेजिंग और प्रचार सामग्री पर 100 प्रतिशत शब्द के इस्तेमाल से परहेज करने को कहा है। इसकी वजह यह है कि यह शब्द अस्पष्ट है और इससे मौजूदा नियामकीय प्रविधानों के तहत गलत व्याख्या की आशंका है।

उत्पादों पर 100 प्रतिशत लिखना भ्रामक

एफएसएसएआई ने गुरुवार को जारी परामर्श में खाद्य उत्पादों के लेबल और प्रचार मंचों पर 100 प्रतिशत शब्द के इस्तेमाल में धड़ल्ले से हो रही बढ़ोतरी को उजागर किया। प्राधिकरण ने इस बात पर जोर दिया कि ऐसी शब्दावली न केवल मौजूदा नियमों के तहत अपरिभाषित है, बल्कि भ्रामक भी है। यह उपभोक्ताओं के बीच गलत धारणा पैदा कर सकती है।

एफएसएसएआई ने दिया नियमों का हवाला

खाद्य सुरक्षा एवं मानक (विज्ञापन एवं दावे) नियम, 2018 के मुताबिक, 100 प्रतिशत शब्द को एफएसएस अधिनियम, 2006 या उसके अंतर्गत बनाए गए नियमों के तहत किसी भी तरीके से परिभाषित नहीं किया गया है। इसके अलावा, उप-नियम 10(7) में किसी भी ऐसे विज्ञापन या दावे को सख्ती से प्रतिबंधित किया गया है जो अन्य निर्माताओं को कमतर आंकता है या भ्रामक तरीके से उपभोक्ता की धारणा को प्रभावित करता है।

उप-नियम 4(1) के तहत यह सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि दावे सत्य, स्पष्ट, सार्थक, भ्रामक न हों और उपभोक्ताओं को दी गई जानकारी को समझने में मदद करें। इन चिंताओं को देखते हुए खाद्य व्यवसाय से जुड़ी सभी कंपनियों को खाद्य उत्पाद लेबल, पैकेजिंग और किसी भी तरह की प्रचार सामग्री पर 100 प्रतिशत शब्द का उपयोग नहीं करने की सलाह दी गई है।

एफएसएसएआई ने कहा कि वह उपभोक्ता हितों की रक्षा और सूचनाआधारित विकल्पों - को बढ़ावा देने के लिए खाद्य लेबलिंग में पारदर्शिता और निष्पक्षता सुनिश्चित करने को प्रतिबद्ध है।

दिप्रिंट

एफएसएसएआई ने खाद्य लेबल पर '100 प्रतिशत' शब्द का इस्तेमाल रोकने को कहा

भाषा

30 May, 2025 07:48 pm IST

नयी दिल्ली, 30 मई भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (भाषा) 'ने खाद्य उत्पादों के लेबल पर (एफएसएसएआई)100 प्रतिशतशब्द के ' इस्तेमाल को लेकरसख्त परामर्श जारी करते हुए कहा है कि इससे उपभोक्ताओं के गुमराह होने की आशंका होती है।

शीर्ष खाद्य नियामक ने एक बयान में कहा कि उसने सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों (एफबीओ) को खाद्य लेबल, पैकेजिंग और प्रचार सामग्री पर '100 प्रतिशत' शब्द के इस्तेमाल से परहेज करने को कहा है।

इसकी वजह यह है कि यह शब्दावली अस्पष्ट है और इससे मौजूदा नियामकीय प्रावधानों के भीतर गलत व्याख्या की आशंका बनी रहती है।

एफएसएसएआई ने बृहस्पतिवार को जारी सलाह में खाद्य उत्पादों के लेबल और प्रचार मंचों पर '100 प्रतिशत' शब्द के इस्तेमाल में धड़ल्ले से हो रही बढ़ोतरी को उजागर किया।

प्राधिकरण ने इस बात पर जोर दिया कि ऐसी शब्दावली न केवल मौजूदा नियमों के तहत अपरिभाषित है, बल्कि भ्रामक भी है और उपभोक्ताओं के बीच गलत धारणा पैदा कर सकती है।

खाद्य सुरक्षा एवं मानक (विज्ञापन एवं दावे) विनियम, 2018 के मुताबिक, '100 प्रतिशत' शब्द को एफएसएस अधिनियम, 2006 या उसके अंतर्गत बनाए गए नियमों एवं विनियमों के तहत किसी भी तरीके से परिभाषित या संदर्भित नहीं किया गया है।

इसके अलावा, इन विनियमों के उप-विनियमन 10(7) में किसी भी ऐसे विज्ञापन या दावे को सख्ती से प्रतिबंधित किया गया है जो अन्य विनिर्माताओं को कमतर आंकता है या भ्रामक तरीके से उपभोक्ता की धारणा को प्रभावित करता है।

उप-विनियम 4(1) के तहत यह सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि दावे सत्य, स्पष्ट, सार्थक, भ्रामक न हों और उपभोक्ताओं को दी गई जानकारी को समझने में मदद करें।

इन चिंताओं को देखते हुए खाद्य व्यवसाय से जुड़ी सभी कंपनियों को खाद्य उत्पाद लेबल, पैकेजिंग और किसी भी तरह की प्रचार सामग्री पर '100 प्रतिशत' शब्द का उपयोग न करने की सलाह दी गई है।

एफएसएसएआई ने कहा कि वह उपभोक्ता हितों की रक्षा और सूचना-आधारित विकल्पों को बढ़ावा देने के लिए खाद्य लेबलिंग में पारदर्शिता और निष्पक्षता सुनिश्चित करने को प्रतिबद्ध है।

फूड प्रोडक्ट की लेबलिंग में '100%' शब्द का इस्तेमाल नहीं करना चाहिए... FSSAI ने जारी की एडवाइजरी

FSSAI का मानना है कि फूड लेबल पर '100%' टर्म का इस्तेमाल करके उपभोक्ताओं को गुमराह किया जा सकता है कि वो फूड प्रोडक्ट 'Absolutely Pure' है या दूसरे फूड प्रोडक्ट्स से ज्यादा सुपीरियर है.

Reported by: हिमांशु शेखर मिश्रा Edited by: चंदन वत्स देश मई 31, 2025 00:16 am IST ①

नई दिल्ली: फूड रेगुलेटर FSSAI ने फूड बिजनेस ऑपरेटर यानी FBOs को एक सख्त एडवाइजरी जारी किया है एडवाइजरी में कहा गया है कि FBOs को किसी भी फूड प्रोडक्ट की लेबलिंग में '100%' शब्द का इस्तेमाल नहीं करना चाहिए. FBOs को निर्देश दिया गया है कि वह फूड लेबल्स के साथ-साथ पैकेजिंग और प्रमोशन कंटेंट में भी '100%' शब्द का इस्तेमाल न करें.

पिछले कुछ दिनों में '100%' शब्द का इस्तेमाल फूड labels और E-Commerce sites पर प्रमोशन प्लेटफार्म पर बढ़ता जा रहा है. '100%' Term को Food Safety and Standards (Advertising and Claims) Regulations 2018 में डिफाइन नहीं किया गया है. FSS Act 2006 में भी इसे डिफाइन नहीं किया गया है.



FSSAI का मानना है कि फूड लेबल पर '100%' टर्म का इस्तेमाल करके उपभोक्ताओं को गुमराह किया जा सकता है कि वो फूड प्रोडक्ट 'Absolutely Pure' है या दूसरे फूड प्रोडक्ट्स से ज्यादा सुपीरियर है.

इस निर्देश से उपभोक्ताओं के हितों को सुरक्षित रखना संभव हो सकेगा और लेबलिंग की प्रक्रिया में प्रदर्शित आएगी.

Nutrition Activist Dr. Arun Gupta ने एनडीटीवी से कहा कि FSSAI को इन नए निर्देशों को सख्ती से लागू करना होगा. यह बहुत जरूरी होगा कि मौजूदा रेगुलेशंस और कानून में संशोधन किया जाए, जिससे कि फूड प्रोडक्ट्स बनाने वाली कंपनियों की जवाबदेही तय की जाए और इन रेगुलेशंस के उल्लंघन पर उनके खिलाफ कड़ी कार्रवाई का प्रावधान हो.



100% का झूठा दावा बंद! FSSAI का बड़ा फरमान.... खाने के लेबल से हटाएं ये शब्द, नहीं तो होगी कार्रवाई

FSSAI ने अपनी एडवाइजरी में विनियम 10(7) का हवाला दिया, जो कहता है कि कोई भी विज्ञापन या दावा दूसरी कंपनियों को नीचा दिखाने या ग्राहकों को गुमराह करने वाला नहीं होना चाहिए.



क्या आपने कभी दुकान में कोई खाने का सामान खरीदा और उस पर लिखा "100% शुद्ध" या "100% नेचुरल" पढ़कर उसे बिना सोचे कार्ट में डाल दिया? सावधान! अब ऐसा करना आपको भारी पड़ सकता है, क्योंकि भारतीय खाद्य सुरक्षा और मानक प्राधिकरण (FSSAI) ने एक सनसनीखेज आदेश जारी कर सभी खाद्य व्यवसायियों (FBOs) को तुरंत "100%" शब्द को अपने प्रोडक्ट्स के लेबल, पैकेजिंग, और विज्ञापनों से हटाने का फरमान सुना दिया है! FSSAI का कहना है कि यह शब्द "भ्रामक" है और ग्राहकों को गुमराह करता है.

"100%" शब्द क्यों बना मुसीबत?

28 मई 2025 को जारी एक एडवाइजरी में FSSAI ने साफ कहा कि "100%" शब्द का इस्तेमाल खाद्य उत्पादों पर करना गैरकानूनी और भ्रामक है. खाद्य सुरक्षा और मानक अधिनियम, 2006 या इसके तहत बने खाद्य सुरक्षा और मानक (विज्ञापन और दावे) विनियम, 2018 में इस शब्द का कहीं कोई जिक्र नहीं है. FSSAI के मुताबिक, यह शब्द न तो परिभाषित है और न ही इसका कोई आधार है. चाहे "100% शुद्ध" हो, "100% नेचुरल" हो, या "100% ऑर्गेनिक"- यह शब्द ग्राहकों में गलत धारणा पैदा करता है कि बाकी प्रोडक्ट्स खराब या असुरक्षित हैं.

क्या कहता है FSSAI का नियम?

FSSAI ने अपनी एडवाइजरी में विनियम 10(7) का हवाला दिया, जो कहता है कि कोई भी विज्ञापन या दावा दूसरी कंपनियों को नीचा दिखाने या ग्राहकों को गुमराह करने वाला नहीं होना चाहिए. साथ ही, विनियम 4(1) के तहत हर दावे को सच्चा, स्पष्ट, अर्थपूर्ण, और गैर-भ्रामक होना जरूरी है. FSSAI का कहना है कि "100%" शब्द पूर्ण शुद्धता या श्रेष्ठता का गलत इंप्रेशन देता है, जिससे ग्राहक यह मान लेते हैं कि बाकी प्रोडक्ट्स खाद्य सुरक्षा मानकों पर खरे नहीं उतरते.

भ्रामक लेबलिंग पर शिकंजा, FSSAI ने '100%' के इस्तेमाल पर लगाया बैन

Food Labelling: सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों (FBO) को जारी सलाह में कहा गया है कि वे अपने खाने के पैकेट, लेबल और विज्ञापन में '100%' जैसे शब्दों का इस्तेमाल न करें क्योंकि ये पूरी तरह से अस्पष्ट हैं।



Food Labelling: भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (FSSAI) ने पैकेज्ड खाद्य पदार्थों की कंपनियों को सलाह दी है कि वे अपने खाने के पैकेट या लेबल पर '100%' टर्म का इस्तेमाल न करें. अधिकारियों ने चिंता जताई है कि इससे उपभोक्ता गुमराह हो सकते हैं. सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों (FBO) को जारी सलाह में कहा गया है कि वे अपने "खाने के पैकेट, लेबल और विज्ञापन में '100%' जैसे शब्दों का इस्तेमाल न करें क्योंकि ये पूरी तरह से अस्पष्ट हैं", इसलिए नियमों के हिसाब से ऐसा करने से बचना चाहिए. देश के शीर्ष खाद्य नियामक ने कहा कि अब बहुत सारी कंपनियां अपने खाने के पैकेट और विज्ञापनों में '100%' शब्दों का बहुत ज्यादा इस्तेमाल कर रही हैं.

100% को परिभाषित नहीं किया गया

एफएसएसएआई (FSSAI) ने कहा, इस तरह की शब्दावली को लेकर नियमों में कोई साफ परिभाषा नहीं है। ये शब्द लोगों को गुमराह कर सकते हैं और गलत सोच पैदा कर सकते हैं कि यह चीज पूरी तरह सही या शुद्ध है, जो जरूरी नहीं होता। इसलिए ये शब्द गलतफहमी पैदा करते हैं।" खाद्य सुरक्षा के नियम (2018) के अनुसार, एफएसएस एक्ट, 2006 या उससे जुड़े नियमों में "100%" को परिभाषित नहीं किया गया है।

FSSAI ने कहा कि नियमों के तहत कोई भी कंपनी अपने विज्ञापन या दावे में दूसरी कंपनियों को बुरा दिखाने वाली बातें नहीं कर सकती, और ऐसा कुछ नहीं कह सकती जिससे उपभोक्ता भ्रमित हो जाएं। जो भी दावा या जानकारी दी जाती है, वह सच होनी चाहिए, साफ और आसान समझ में आने वाली होनी चाहिए, ताकि ग्राहक सही जानकारी समझ सकें और कोई गुमराह न हो।

लोगों में गलत धारणा पैदा कर सकता है "100%" शब्दों का इस्तेमाल

"100%" शब्दों का इस्तेमाल, चाहे अकेले किया जाए या किसी और शब्द के साथ मिलाकर, लोगों में गलत धारणा पैदा कर सकता है कि वह चीज पूरी तरह से शुद्ध या सबसे अच्छी है, जो सही नहीं होता। एफएसएसएआई ने कहा कि ऐसा शब्द इस्तेमाल करने से लोग सोच सकते हैं कि बाजार में बाकी के खाने वाले सामान अच्छे नहीं हैं या वे नियमों का पालन नहीं करते, जिससे ग्राहकों को गलत जानकारी मिलती है।

खाद्य नियामक निकाय ने जून 2024 में एक अधिसूचना जारी की थी कि फलों के रस बनाने वाली कंपनियां अपने पैकेट और विज्ञापन से '100% फल का रस' जैसे दावे हटा दें। इससे पहले, एफएसएसएआई (FSSAI) ने अप्रैल में दिल्ली हाई कोर्ट को बताया कि बड़ी कंपनी डाबर (Dabur) का यह कहना कि उनके फलों के पेय पदार्थ '100%' फलों से बने हैं, नियमों के खिलाफ है। आमक करने वाला यह उपभोक्ता को .
.टर्म है



अब नहीं चलेगी धोखाधड़ी, पैकेज्ड फूड पर सब कुछ बताना होगा सच-सच

सरकार ने पैकेज्ड फूड कंपनियों पर कड़ी निगरानी रखी है और उन्हें फूड लेबल, पैकेजिंग और प्रमोशनल मैटेरियल पर **100%** का दावा बंद करने का निर्देश दिया है रियल जूस ब्रांड और इस समय डाबर का **.FSSAI** कानूनी विवाद में भी उलझे हुए हैं.



पैक्ड फूड खाना हर किसी को पसंद होता है लेकिन अब सरकार ने पैकेज्ड फूड . कंपनियों पर कड़ी निगरानी रखी है और उन्हें फूड लेबल, पैकेजिंग और प्रमोशनल मैटेरियल पर 100% का दावा बंद करने का निर्देश दिया है इसने ऐसे दावों को . “उपभोक्ताओं को गुमराह करने वाला, अस्पष्ट और गलत डिफाइन करने का शिकार बताया है.

28 मई को जारी काउंसलिंग में Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) ने कहा कि “फूड सेफ्टी अधिनियम के तहत 100% शब्द को किसी भी

तरह से परिभाषित या संदर्भित नहीं किया गया है. अभी के समय में कई ब्रांड चॉकलेट, चाय, शहद, बिस्कुट और प्रोटीन पाउडर जैसे प्रोडक्ट बेचते हैं, जिन पर “100% चीनी मुक्त, बाजरा, जई के साथ” जैसे दावे करता है.

सख्ती से रोक लगाते हैं

FSSAI ने कहा कि उसके नियम ऐसे किसी भी विज्ञापन या दावे पर “सख्ती से रोक लगाते हैं” जो अन्य कंपनियों को कम में आंकते हैं या भ्रामक तरीके से उपभोक्ता की धारणा को प्रभावित करते हैं. इसने आगे कहा कि नियमों के अनुसार, दावे “सत्य, स्पष्ट और सार्थक होने चाहिए, भ्रामक नहीं होने चाहिए और उपभोक्ताओं को दी गई जानकारी को समझने में मदद करनी चाहिए.

दावों को हटाने का निर्देश दिया गया

खाद्य नियामक ने 2024 के मध्य में एक अधिसूचना जारी की थी, जिसमें कंपनियों को लेबल और विज्ञापनों से “100% फलों के रस” जैसे दावों को हटाने का निर्देश दिया गया था. इसने कंपनियों को दिसंबर के अंत तक सभी पूर्व-मुद्रित पैकेजिंग सामग्री को खत्म करने का भी निर्देश दिया, जो पैकेज्ड जूस में 100% फलों के रस का दावा करते हैं.

कानूनी विवाद में उलझे हुए हैं

कई ब्रांडों में से एक, डाबर का रियल जूस ब्रांड और FSSAI अभी के समय में इस मुद्दे पर कानूनी विवाद में उलझे हुए हैं. पिछले महीने, FSSAI ने दिल्ली उच्च न्यायालय को बताया कि डाबर के पैकेजिंग पर ‘100% फलों के रस’ का दावा मौजूदा खाद्य सुरक्षा नियमों के तहत अनुमति नहीं है, इसे “उपभोक्ताओं को गुमराह करने वाला” बताया. नियामक ने निर्देश को चुनौती देने वाली डाबर को जवाब दिया था.

भ्रामक दावों पर सरकार ने कसा शिकंजा, 100% के इस्तेमाल पर FSSAI ने लगाया प्रतिबंध

FSSAI Advisory: खाद्य नियामक निकाय ने जून 2024 में एक अधिसूचना जारी की थी कि फलों के रस बनाने वाली कंपनियां अपने पैकेट और विज्ञापन से '100 प्रतिशत फल का रस' जैसे दावे हटा दें.

Written By **Sudeep Kumar** | Last Updated: May 30, 2025, 11:28 PM IST



The Food Safety and Standards Authority of India: भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (FSSAI) ने पैकेज्ड खाद्य पदार्थों की कंपनियों को सलाह दी है कि वे अपने खाने के पैकेट या लेबल पर '100 प्रतिशत' टर्म का इस्तेमाल न करें. अधिकारियों ने चिंता जताई है कि इससे उपभोक्ता गुमराह हो सकते हैं. सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों (एफबीओ) को जारी सलाह में कहा गया है कि वे अपने "खाने के पैकेट, लेबल और विज्ञापन में '100 प्रतिशत' जैसे शब्दों

का इस्तेमाल न करें क्योंकि ये पूरी तरह से अस्पष्ट हैं", इसलिए नियमों के हिसाब से ऐसा करने से बचना चाहिए.

देश के शीर्ष खाद्य नियामक ने कहा कि अब बहुत सारी कंपनियां अपने खाने के पैकेट और विज्ञापनों में '100 प्रतिशत' शब्दों का बहुत ज्यादा इस्तेमाल कर रही हैं. FSSAI ने कहा, "इस तरह की शब्दावली को लेकर नियमों में कोई साफ परिभाषा नहीं है. ये शब्द लोगों को गुमराह कर सकते हैं और गलत सोच पैदा कर सकते हैं कि यह चीज पूरी तरह सही या शुद्ध है, जो जरूरी नहीं होता. इसलिए ये शब्द गलतफहमी पैदा करते हैं."

खाद्य सुरक्षा के नियम (2018) के अनुसार, एफएसएस एक्ट, 2006 या उससे जुड़े नियमों में "100 प्रतिशत" को परिभाषित नहीं किया गया है. FSSAI ने कहा कि नियमों के तहत कोई भी कंपनी अपने विज्ञापन या दावे में दूसरी कंपनियों को बुरा दिखाने वाली बातें नहीं कर सकती, और ऐसा कुछ नहीं कह सकती जिससे उपभोक्ता भ्रमित हो जाएं. जो भी दावा या जानकारी दी जाती है, वह सच होनी चाहिए, साफ और आसान समझ में आने वाली होनी चाहिए, ताकि ग्राहक सही जानकारी समझ सकें और कोई गुमराह न हो.

"100 प्रतिशत" शब्दों का इस्तेमाल, चाहे अकेले किया जाए या किसी और शब्द के साथ मिलाकर, लोगों में गलत धारणा पैदा कर सकता है कि वह चीज पूरी तरह से शुद्ध या सबसे अच्छी है, जो सही नहीं होता. एफएसएसएआई ने कहा कि ऐसा शब्द इस्तेमाल करने से लोग सोच सकते हैं कि बाजार में बाकी के खाने वाले सामान अच्छे नहीं हैं या वे नियमों का पालन नहीं करते, जिससे ग्राहकों को गलत जानकारी मिलती है.

उपभोक्ता को भ्रामक करने वाला टर्म

खाद्य नियामक निकाय ने जून 2024 में एक अधिसूचना जारी की थी कि फलों के रस बनाने वाली कंपनियां अपने पैकेट और विज्ञापन से '100 प्रतिशत फल का रस' जैसे दावे हटा दें. इससे पहले, एफएसएसएआई ने अप्रैल में दिल्ली हाई कोर्ट को बताया कि बड़ी कंपनी डाबर का यह कहना कि उनके फलों के पेय पदार्थ '100 प्रतिशत' फलों से बने हैं, नियमों के खिलाफ है. यह उपभोक्ता को भ्रामक करने वाला टर्म है.

| खाद्य पदार्थों के लेबलिंग और प्रचार में '100 प्रतिशत' के दावे का उपयोग न करें एफबीओ: एफएसएसएआई

30 May 2025 20:27:31



नई दिल्ली, 30 मई (हि.स.)। भारतीय खाद्य सुरक्षा और मानक प्राधिकरण (एफएसएसएआई) ने खाद्य पदार्थों की लेबलिंग में 100 प्रतिशत शब्द के उपयोग के खिलाफ सख्त निर्देश जारी किया है। निर्देश के मुताबिक 100 प्रतिशत शब्द के उपयोग को उपभोक्ताओं के लिए गुमराह करने वाला बताया है। शीर्ष खाद्य नियामक ने सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों (एफबीओ) से मौजूदा नियामक प्रावधानों के तहत इसकी अस्पष्टता और गलत व्याख्या की आशंका के कारण खाद्य लेबल, पैकेजिंग और प्रचार सामग्री पर इस शब्द का उपयोग करने से परहेज करने को कहा है।

गुरुवार को जारी सलाह में, एफएसएसएआई ने खाद्य उत्पाद लेबल और प्रचार प्लेटफार्मों पर 100 प्रतिशत शब्द के उपयोग में उल्लेखनीय बढ़ोतरी पर प्रकाश डाला। प्राधिकरण ने इस बात पर जोर दिया कि इस तरह की शब्दावली न केवल वर्तमान नियमों के तहत अपरिभाषित है, बल्कि भ्रामक भी है और उपभोक्ताओं के बीच एक गलत धारणा पैदा करने की आशंका है।

खाद्य सुरक्षा और मानक (विज्ञापन और दावे) विनियम, 2018 के अनुसार, 100 प्रतिशत शब्द को एफएसएस अधिनियम, 2006, या उसके तहत बनाए गए नियमों और विनियमों में किसी भी तरह से परिभाषित या संदर्भित नहीं किया गया है।

इसके अलावा, उपरोक्त विनियमों का उप-विनियम 10(7) किसी भी विज्ञापन या दावे को स्पष्ट रूप से प्रतिबंधित करता है जो प्रतिस्पर्धी उत्पादों को बदनाम करता है या उपभोक्ताओं को गुमराह करता है।

उप-विनियम 4(1) यह अनिवार्य करता है कि सभी दावे सत्य, अस्पष्ट सार्थक और भ्रामक नहीं होने चाहिए, यह सुनिश्चित करते हुए कि उपभोक्ता जानकारी को सही ढंग से समझ और व्याख्या कर सकें।

100 प्रतिशत शब्द का उपयोग - चाहे अकेले या अन्य विवरणों के साथ संयुक्त रूप से - पूर्ण शुद्धता या श्रेष्ठता का एक गलत प्रभाव पैदा करने की संभावना है। यह उपभोक्ताओं को यह विश्वास करने के लिए गुमराह कर सकता है कि बाजार में अन्य तुलनीय उत्पाद नियामक मानकों के अनुरूप निम्न या गैर-अनुपालक हैं।

Don't use '100%' on food labels: FSSAI

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued an advisory against the use of the term "100 per cent" in food labelling, citing concerns over its potential to mislead consumers. It said it had asked all food...



The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued an advisory against the use of the term "100 per cent" in food labelling, citing concerns over its potential to mislead consumers. It said it had asked all food business operators to refrain from using the term on food labels. New Delhi, Updated At : 06:39 AM May 31, 2025 IST



ಆಹಾರ ಲೇಬಲ್‌ನಲ್ಲಿ 'ಶೇ. 100ರಷ್ಟು' ಪದ ಬಳಕೆ ತಡೆಯಲು ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಎಐ ಸೂಚನೆ

- . May 31, 2025
- 30 Views
- ಹೈದರಾಬಾದ್: ಆಹಾರದ ಲೇಬಲ್, ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಹಾಗೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ "ಶೇ. 100ರಷ್ಟು" ಎಂಬ ಪದ ಬಳಸಬಾರದು. ಈ ರೀತಿಯ ಪದ ಗ್ರಾಹಕರ ದಾರಿ ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಹಾಗೂ ಗುಣಮಟ್ಟ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ (ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಎಐ) ಆಹಾರ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕಂಪೆನಿಗಳಿಗೆ ಗುರುವಾರ ಸಲಹೆ ನೀಡಿದೆ.
- ಶೇ. 100ರಷ್ಟು ಎಂಬ ಪದ 2006ರ ಆಹಾರ ಭದ್ರತೆ ಹಾಗೂ ಗುಣಮಟ್ಟ (ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್) ಕಾಯ್ದೆ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಮೇ 28ರ ದಿನಾಂಕದ ಸಲಹೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ತಿಳಿಸಿದೆ. ಲೇಬಲ್ ಹಾಗೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಪದವನ್ನು ಬಳಸುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಅದು ಹೇಳಿದೆ.
- "ಶೇ. 100ರಷ್ಟು" ಪದವನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ಇತರ ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಬಳಸಿದರೆ, ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಶುದ್ಧ ಅಥವಾ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಗುಣಮಟ್ಟದ್ದು ಎಂಬ ಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಆ ಮೂಲಕ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿ ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಇತರ ವಸ್ತುಗಳು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮಾನದಂಡಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಭಾವನೆ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಮೂಡಬಹುದು ಎಂದು ಸಲಹೆ ತಿಳಿಸಿದೆ.

- ಪ್ರಾಧಿಕಾರದ ಈ ನಡೆಯನ್ನು ಲೇಬಲ್ ಹಾಗೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ದಾರಿತಪ್ಪಿಸುವ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ನಿಗ್ರಹಿಸುವಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಹೆಜ್ಜೆ ಎಂದು ಪರಿವೀಕ್ಷಕರು ಪರಿಗಣಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆಹಾರದ ಲೇಬಲ್‌ಗಳ ಮೇಲೆ 'ಶೇ. 100ರಷ್ಟು' ಪದ ಬಳಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ ದಿಲ್ಲಿ ಉಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಮುಂದೆ ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಎಐ ತನ್ನ ಹಿಂದಿನ ನಿಲುವಿನ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಸಲಹೆ ಹೊರಬಿದ್ದಿದೆ.
- "ಶೇ. 100ರಷ್ಟು ಹಣ್ಣಿನ ರಸ" ಎಂಬ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಯನ್ನು ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಐ ನಿಷೇಧಿಸಿರುವುದನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಿಸಿ ಡಾಬರ್ ಕಂಪೆನಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ದಿಲ್ಲಿ ಉಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯ ವಿಚಾರಣೆ ನಡೆಸಿತ್ತು.

No 100% Claim On Food Labels: FSSAI Has Issued

Pratidin Tv Bureau 3May 31, 2025



FSSAI bans use of '100%' on food labels: saying it may mislead consumers.

No 100% Claim On Food Labels: FSSAI Has Issued: Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued a strict advisory against the use of the word 100 per cent on food product labels, saying it may mislead consumers. The food regulator said it has asked all food business operators to refrain from using the term 100 per cent on food labels, packaging and promotional material as the term is ambiguous and prone to misinterpretation under existing regulatory provisions.

Writing 100% on products is misleading

In a consultation issued on Thursday, FSSAI highlighted the rampant use of the term 100 per cent on labels and promotional platforms of food products. The authority stressed that such terminology is not only undefined under

existing regulations but is also misleading. It can create a misconception among consumers.

FSSAI cited the rules

According to the Food Safety and Standards (Advertisement and Claims) Rules, 2018, the term 100 per cent is not defined in any manner under the FSS Act, 2006 or the rules made thereunder. Further, sub-rule 10(7) strictly prohibits any advertisement or claim that undermines other manufacturers or has a misleading impact on consumer perception. No 100% Claim On Food Labels: FSSAI Has Issued A Strict Advisory

Under sub-rule 4(1), it must be ensured that the claims are true, clear, meaningful, not misleading and help consumers understand the information provided. In view of these concerns, all companies engaged in the food business have been advised not to use the term 100 percent on food product labels, packaging and any kind of promotional material. FSSAI said it is committed to ensuring transparency and fairness in food labelling to protect consumer interests and promote informed choices.

News Potli

भारत के गांव और किसान की आवाज

क्या आप भी बाजार से ‘100% शुद्ध’ लेबल वाली चीजें खरीदते हैं? जानिए इसपर **FSSAI** का क्या कहना है?



क्या आप भी बाजार से कोई चीज लेने से पहले ये चेक करते हैं कि उसपर ‘100% शुद्ध है’ ये लिखा है या नहीं? ये बिल्कुल आम बात है हम सब यही चेक करते हैं और जिसपर लिखा होता है वो चीज फटाफट खरीद लेते हैं. लेकिन क्या आपको ये पता है कि ये बात सिर्फ लिखी होती है ‘100% शुद्ध’ होती नहीं है. जी हाँ, ये हम नहीं देश के शीर्ष खाद्य नियामक **FSSAI** का कहना है. और अब **FSSAI** ने खाद्य व्यवसाय संचालकों को ये ना लिखने के निर्देश दिए हैं. उसका कहना है कि इससे ग्राहक भ्रमित होते हैं.

भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (**FSSAI**) ने सभी खाद्य व्यवसाय संचालकों (**FBO**) के लिए इसे लेकर सलाह जारी की है.

सलाह में कहा गया है कि सभी **FBO** अपने “खाने के पैकेट, लेबल और विज्ञापन में ‘100%’ जैसे शब्दों

का इस्तेमाल न करें क्योंकि ये पूरी तरह से अस्पष्ट है. इससे उपभोक्ता गुमराह हो सकते हैं. उसका कहना है कि अब बहुत सारी कंपनियां अपने खाने के पैकेट और विज्ञापनों में ‘100%’ शब्दों का बहुत ज्यादा इस्तेमाल कर रही हैं. FSSAI ने कहा, इस तरह की शब्दावली को लेकर नियमों में कोई साफ परिभाषा नहीं है. खाद्य सुरक्षा के नियम (2018) के अनुसार, एफएसएस एक्ट, 2006 या उससे जुड़े नियमों में ”100%” को परिभाषित नहीं किया गया है.

विज्ञापन आसान भाषा में हो

FSSAI ने कहा कि नियमों के तहत कोई भी कंपनी अपने विज्ञापन या दावे में दूसरी कंपनियों को बुरा दिखाने वाली बातें नहीं कर सकती, और ऐसा कुछ नहीं कह सकती जिससे उपभोक्ता भ्रमित हो जाएं. जो भी दावा या जानकारी दी जाती है, वह सच होनी चाहिए, साफ और आसान समझ में आने वाली होनी चाहिए, ताकि ग्राहक सही जानकारी समझ सकें.

ग्राहकों को भ्रमित ना करें

FSSAI ने कहा “100%” शब्दों का इस्तेमाल, चाहे अकेले किया जाए या किसी और शब्द के साथ मिलाकर, लोगों में गलत धारणा पैदा कर सकता है कि वह चीज पूरी तरह से शुद्ध या सबसे अच्छी है, जो सही नहीं होता. जारी सलाह में कहा कि ऐसा शब्द इस्तेमाल करने से लोग सोच सकते हैं कि बाजार में बाकी के खाने वाले सामान अच्छे नहीं हैं या वे नियमों का पालन नहीं करते, जिससे ग्राहकों को गलत जानकारी मिलती है.

Food firms must not use '100%' claim in labelling and promotions: FSSAI



The Hans India

Hans News Service | 31 May 2025 9:25 AM IST



HIGHLIGHTS

New Delhi: The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued a strong advisory to food companies against the use of the term "100..."

New Delhi: The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued a strong advisory to food companies against the use of the term "100 per cent" in food labelling, citing concerns over its potential to mislead consumers.

"Refrain from using the term on food labels, packaging, and promotional content, owing to its ambiguity and potential for misinterpretation within the existing regulatory provisions," read the advisor to all Food Business Operators (FBOs). In the advisory issued, the apex food regulator highlighted a noticeable surge in the use of the term "100 across" across food product labels and promotional platforms.

FSSAI bans use of '100%' claim on food labels, ads

By Akash Pandey

May 31, 2025



What's the story

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued a warning to food manufacturers against using the term '100%' on product labels and in advertisements.

The move comes amid concerns that such usage could mislead consumers.

The advisory was issued on Friday, asking all food business operators to refrain from using this term across food labels, packaging, and promotional content.

Consumer impact

FSSAI highlights potential consumer deception

FSSAI's advisory comes in light of the increasing trend of using '100%' on food product labels and promotional platforms.

The authority has flagged this as a problem, saying it could mislead consumers into thinking that other similar products in the market are inferior or non-compliant with regulatory standards.

This is because the term gives an impression of absolute purity or superiority, potentially influencing consumer perception in a misleading way.
You're

33%

through

Regulatory clarification

Regulatory stance on '100%' clarified

FSSAI has clarified that there is no provision under the Food Safety and Standards (Advertising and Claims) Regulations, 2018, or the FSS Act, 2006, that defines or permits the use of '100%' in a regulatory context.

The authority has also emphasized that such terminology is not only undefined under current regulations but also misleading and likely to create a false impression among consumers.

You're

66%

through

Information

Commitment to transparency and accountability

FSSAI has reiterated its commitment to promoting transparency and accountability in food labeling. The authority wants to protect consumer interests and ensure informed choices. The advisory is part of FSSAI's ongoing efforts to uphold integrity in food marketing and shield consumers from potentially misleading claims.



DrugsControl Media Services
DrugsControl.org

FSSAI Advises Against Use Of "100%" On Food Labels And Ads (31-05-2025)

New Delhi, 31 May 2025: The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued an advisory asking food businesses to stop using the term "100 per cent" in labels, packaging, and promotional material, citing its potential to mislead consumers.

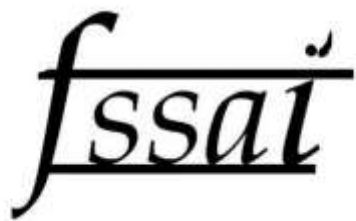




The Sentinel
of this land, for its people

Food companies must not use '100pc' claim in labelling and promotions: FSSAI

FSSAI warns food firms against using "100 per cent" on labels, citing risk of misleading consumers with unverified or exaggerated claims.



Food Safety and Standards
Authority of India

New Delhi: The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has issued a strong advisory to food companies against the use of the term "100 per cent" in food labelling, citing concerns over its potential to mislead consumers.

"Refrain from using the term on food [labels](#), packaging, and promotional content, owing to its ambiguity and potential for misinterpretation within the existing regulatory provisions," read the advisor to all Food Business Operators (FBOs).

In the advisory issued, the apex food regulator highlighted a noticeable surge in the use of the term "100 across" across food product [labels](#) and promotional platforms.

“Such terminology is not only undefined under current regulations but also misleading and likely to create a false impression among consumers,” the FSSAI said. As per the [Food Safety and Standards](#) (Advertising and Claims) Regulations, 2018, the term “100 per cent” is not defined or referenced in any manner under the FSS Act, 2006, or the Rules and Regulations made thereunder.

Furthermore, Sub-regulation 10(7) of the aforementioned regulations strictly prohibits any advertisement or claim that undermines other manufacturers or misleadingly influences consumer perception. As per Sub-regulation 4(1) it shall be ensured that the Claims must be truthful, unambiguous, meaningful, not misleading and help consumers to comprehend the information provided, [FSSAI](#) said. The use of the term “100 per cent”-whether in isolation or combined with other descriptors is likely to create a false impression of absolute purity or superiority.

“This could mislead consumers into believing that other comparable products in the market are inferior or non-compliant with regulatory standards,” the food regulatory body said.

The food regulator, had, in June 2024 issued a notification directing FBOs to remove claims such as “100 per cent fruit juices” from the label and advertisement of fruit juices. Earlier in April, the FSSAI informed the Delhi High Court that the claim made by FMCG giant Dabur that its range of fruit beverages is made “100 per cent” from fruits violates rules and regulations and is also misleading for the consumers. The writ petition challenged Dabur against the “100 per cent” claim stating that the juices contain water and fruit concentrates. In addition, the term “100 per cent” is also not recognised for food products. (IANS)



FSSAI issued strong advisory for Food Business companies not to use '100%' in food labelling

FSSAI advises against using the term '100%' in food labeling to protect consumers from misleading information.



By ANI On May 30, 2025



New Delhi: The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) on Friday issued a strong advisory to not use the term “100%” in food labelling as the authority believes that it is misleading to consumers.

“The apex food regulator has asked all Food Business Operators (FBOs) to refrain from using the term on food labels, packaging, and promotional content, owing to its ambiguity and potential for misinterpretation within the existing regulatory provisions,” FSSAI said in a statement.

FSSAI also issued an advisory on Thursday, highlighting the “noticeable surge in the usage of the term ‘100%’ across food product labels and promotional platforms.”

According to the Food Safety and Standards (Advertising and Claims) Regulations, 2018, the term ‘100%’ is not defined or referenced in any manner under the FSS Act, 2006, or the Rules and Regulations made thereunder.

Sub-regulation 10(7) of the aforementioned regulations strictly prohibits any advertisement or claim that undermines other manufacturers or misleadingly influences consumer perception.

Furthermore, the statement also says that, “as per Sub-regulation 4(1) it shall be ensured that the Claims must be truthful, unambiguous, meaningful, not misleading and help consumers to comprehend the information provided.”

Therefore, FSSAI says the use of the term “100%”, irrespective of its usage in isolation or combined with other descriptors, is likely to create a false impression of absolute purity or superiority and may create an impression and the authority believes that this could mislead consumers into believing that other comparable products in the market are inferior or non-compliant with regulatory standards.

In light of the above-mentioned concern, FSSAI advises Food Business Operators not to use the term “100%” on food product labels, packaging, or in any form of promotional content.



FSSAI: ಆಹಾರ ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ 100% ಬಳಸದಂತೆ FSSAI ಸೂಚನೆ!

BY ಕಾವ್ಯ ವಾಣಿ ON MAY 31, 2025



FSSAI: ಆಹಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಪೊಟ್ಟಣಗಳ ಮೇಲೆ ಲೇಬಲ್ ಅಂಟಿಸುವಾಗ, ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ “100%” ಎಂದು ಬಳಸದಂತೆ ಆಹಾರ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗೆ ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಮಾನದಂಡಗಳ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ (FSSAI) ಸೂಚನೆ ನೀಡಿದೆ.

ಇಂತಹ ಪದ ಬಳಕೆಯು ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಗೊಂದಲ ಮೂಡಿಸುವ ಜೊತೆಗೆ, ಆಹಾರ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿಯಂತ್ರಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುವ ಅವಕಾಶಗಳ ತಪ್ಪು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು ಎಂದೂ ಹೇಳಿದೆ.

ಹಣ್ಣಿನ ರಸಗಳನ್ನು “100% ಹಣ್ಣಿನ ರಸ” ಎಂದು ವಿವರಿಸುವುದು ಕಾನೂನುಬದ್ಧವಾಗಿ
ಅನುಮತಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ದಾರಿತಪ್ಪಿಸುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ ಎಂದು ದೆಹಲಿ
ಹೈಕೋರ್ಟ್ ಮುಂದೆ FSSAI ಈ ಹಿಂದೆ ನೀಡಿದ್ದ ನಿಲುವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ.



भारतीय खाद्य सुरक्षा और मानक प्राधिकरण
Food Safety and Standards Authority of India



सत्यमेव जयते

स्वास्थ्य और परिवार
कल्याण मंत्रालय
Ministry of Health and
Family Welfare
GOVERNMENT OF INDIA

एफडीए भवन, कोटला रोड, नई दिल्ली - 110002
FDA BHAWAN, KOTLA ROAD, NEW DELHI - 110002

Connect with FSSAI



FSSAI



@fssaiindia



www.fssai.gov.in



FSSAI