



# भौगोलिक निर्देशक आणि विकेंद्रीकरण: फेणीचे उदाहरण

द्विजेन रांगणेकर



THE UNIVERSITY OF  
**WARWICK**

# प्रकल्प पथक

## संशोधन सल्लागार

फा. रोमाल्ड डिसोझा

संस्थापक संचालक, गोवा व्यवस्थापन संस्था, भारत

## ऑक्टोवियो एस्पिनोसा

संचालक, लेजिस्लेटिव्ह अँड लीगल अँडव्हाईस विभाग, जागतिक बौद्धिक संपदा संस्था, स्विट्झर्लंड

## जॉर्ज लार्सन गुएरा

कमिशन नॅशनल पॅरा एल कोनोसिमिएन्तो वाय युसो डि ला बायोडायव्हर्सिदाद (कानाबायो), मेक्सिको

## टी. सी. जेम्स

संचालक, औद्योगिक, धोरण व प्रोत्साहन विभाग, भारत सरकार

## एस. के. सोअम

वरिष्ठ वैज्ञानिक, राष्ट्रीय कृषी संशोधन व्यवस्थापन अकादमी, भारत

## डेव्हिड विवास-युगुई

उप प्रकल्प संचालक, आंतरराष्ट्रीय व्यापार व शाश्वत विकास केंद्र, स्विट्झर्लंड

## साराह जे. वॉटमोर

प्राध्यापिका, पर्यावरण व जनधोरण, ऑक्सफर्ड विद्यापीठ पर्यावरण केंद्र, ब्रिटन

संशोधन सहाय्यक: **विद्यारामा चक्रवर्ती नंबाला**, पीएचडी स्नातक, कायदा विद्यालय, वार्विक विद्यापीठ

सहयोगी संस्था: संशोधन व विकास संस्था (शोध), या संशोधन पथकाचे नेतृत्व प्रणव मुखोपाध्याय यांनी केले. **एस. मयुरा** व **एस. मौर्य** यांचे त्यांना सहकार्य लाभले. अधिक माहिती: <http://www.shodh-research.org/>.

संशोधन मार्गदर्शक: **जॅन आर्ट शॉल्ट**, प्रोफेशनल रिसर्च फेलो, सीएसजीआर, वार्विक विद्यापीठ

प्रमुख संशोधक: **द्विजेन रांगणेकर**, रिसर्च काउन्सिलस युके फेलो व सहा. प्राध्यापक, सीएसजीआर आणि कायदा विद्यालय, वार्विक विद्यापीठ.

## आर्थिक सहकार्य

या संशोधन प्रकल्पाला इकॉनॉमिक अँड सोशल रिसर्च काउन्सिल (युके) या संस्थेने फर्स्ट ग्राँट स्कीम (आरईसी-०६१-२३-०११९) या एका उत्तम अर्थसाह्य योजनेतून आर्थिक पाठबळ दिले आहे.

ईएसआरसी ही एक स्वतंत्र संस्था आहे. एक स्वतंत्र संस्था असलेल्या

या संस्थेस ब्रिटिश सरकारच्या विज्ञान बजेटमधून निधी प्राप्त होती.

ईएसआरसीचे सर्व संशोधन पुरस्कार हे खुल्या स्पर्धेद्वारे दिले जातात.

या स्पर्धेचे पारदर्शक परीक्षण केले जाते तसेच स्पर्धा संपल्यानंतर अंतर्गत

समीक्षणही केले जाते. अधिक माहिती: <http://www.esrc.ac.uk/>



[www.warwick.ac.uk/go/feni](http://www.warwick.ac.uk/go/feni)

# घटक

## पाठ १: ओळख ५

फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळण्यामागचे प्रयत्न ८  
 'जीआय' कायद्याचे भारतासाठी महत्त्व १०  
 भौगोलिक निर्देशकाद्वारे संरक्षण १२  
 मागोवा १४

## पाठ २ :भौगोलिक निर्देशकांच्या अभ्यासामागची पार्श्वभूमी १५

भौगोलिक निर्देशकांचा अभ्यास १६  
 जीआय आणि विकास संकल्पनेतील बदल २०  
 भौगोलिक निर्देशकांचे स्थानिक वैशिष्ट्य २४

## पाठ ३:फेणी क्लबची स्थापना २७

फेणी एक सामूहिक वारस २८  
 काजूबोंडांचा पुरवठा ३४  
 भौगोलिक निर्देशकाचा अभ्यास ३८  
 उर्ध्वपातन साहित्य व तंत्राविषयीचे नियम ४३

## पाठ ४: भौगोलिक निर्देशक आणि फेणी ४५

फेणी क्षेत्र ४६  
 काजूमद्याची भौगोलिक माहिती ४९  
 फेणी उत्पादनाचे प्रदेश ४९  
 भौगोलिक निर्देशक व भविष्यातील लेबल ६०

## पाठ ५: भौगोलिक निर्देशकांच्या अभ्यासासाठी सैद्धांतिक पद्धती ६३

जीआयसाठी विविध घटकांचे एकत्रीकरण ६५  
 फेणीचे भौगोलिक निर्देशक ६६  
 भौगोलिक निर्देशकाद्वारे फेणीचे संरक्षण ६७  
 भौगोलिक निर्देशक आणि फेणीचे पुरवठा मार्ग ६७

## परिशिष्ट ६९



## चौकटी व तकत्यांची सूची

### पाठ १

चौकट १ : फेणी, फेनीम : आपण नेमके काय सेवन करतो?  
 चौकट २ : गोवा  
 चौकट ३: भौगोलिक निर्देशक नोंदणीचा इतिहास  
 चौकट ४ : गोवा काजू फेणी डिस्टिलर्स आणि बॉटलर्स संघटना  
 चौकट ५ - कासमती : बासमतीवर कुरघोडीचा प्रयत्न  
 चौकट ६ : भौगोलिक निर्देशक (जीआय) : पेटंट नव्हे

### पाठ २

चौकट ७ : मावरी मार्क आणि पारंपरिक ज्ञान व सांस्कृतिक वैशिष्ट्यांचे संरक्षण  
 चौकट ८ : पर्मा हॅम : संरक्षित दर्जा वापरताना संस्था  
 चौकट ९ : ग्रॅना पॅडानो क्लब  
 चौकट १० : फेअरट्रेड - निकष स्थापना व तपासणी  
 चौकट ११ : जीआय पुरवठा साखळी आणि सहकारी स्पर्धेचे उदाहरण  
 चौकट १२ : स्कॉच व्हिस्की : नवनिर्मितीतील सातत्य की परंपरेचा न्हास?

पाठ ३

- चौकट १३ : फेणीनिर्मितीचे बाळकडू - ओळख फेणीची  
 चौकट १४ : शॅम्पेनच्या सीमारेषा : सहकार व सर्वसमावेशक विचाराचे  
 कॉकटेल  
 चौकट १५ : ग्राउ - फेणीच्या मद्यार्कक्षमता मोजणारे परिमाण  
 चौकट १६ : फेणीची जीआय-व्याख्या  
 चौकट १७ : नारळ : एक कल्पवृक्ष

पाठ ४

- चौकट १८ : फेणीसाठी अबकारी परवाना  
 तालिका १ : फेणी क्षेत्र (२००५-०६)  
 तालिका २ : काजू पुरवठ्यामागचे अर्थकारण  
 तालिका ३ : फेणी उत्पादन व अबकारी महसूल  
 तालिका ४ : काजू पिकाची भौगोलिक विभागणी व फेणी उत्पादन

तालिका ५ : पर्यटकसंख्या आणि मद्यविक्री परवाने

- चौकट १९ : फेणी एक पर्यटक जाळे  
 चौकट २० : फेणी कॉकटेल  
 चौकट २१ : अनकॉर्किंग टेक्निका स्टोरी  
 चौकट २२ : स्कॉचचा शोध : व्याख्यांचा इतिहास  
 चौकट २३ : जीआय छत्रीखालील गट

आकृत्यांची सूची

पाठ ३

आकृती १- ग्राउचे वितरण

पाठ ४

- आकृती २- मुख्य तालुके : मद्यविक्री, लोकसंख्या व पर्यटकांचे प्रमाण  
 आकृती ३- फेणी पुरवठा मार्ग : छोटे व थेट  
 आकृती ४ - फेणी पुरवठा मार्ग : लांब व बॉटलड

## छायाचित्रांची सूची

नाव छायाचित्र ओळी

- काजू बोंडे: काजू बोंड व त्याखाली लगडणारे काजूफळ.
- कासमती: बासमतीवर कुरघोडीचा प्रयत्न
- दार्जिलिंग लोगो: दार्जिलिंग लोगो आणि इक्वलेक्सचेंजेस दार्जिलिंग टीला मिळालेले फेअरट्रेड व सँड्रिय चहाचे प्रमाणपत्र.
- चाइल्डहूड अरोमाज: फेणी ऊर्ध्वपातन प्रक्रियेची सुरवातीसच ओळख करून घेणे ज्यामध्ये काजूबोंडांच्या लगद्यापासून निरो गाळली जाते(डावीकडे) व बोंडापासून काजूफळ वेगळे केले जात(उजवीकडे)
- काजूबोंडांची तोडणी: टद्यासह तोडलेली काजूबोंडे (डावीकडे), कोळंबीत घालण्यापूर्वी काजूबोंडांचे वजनमापन (मध्ये), कोळंबी (उजवीकडे).
- काजूबोंडे जमा करणारी लॉरी: काजूबोंडे ओतणारी लॉरी.
- पारंपरिक काजूबोंडे फोडण्याची पद्धती: कोळंबीत फोडण्यापूर्वीची काजूबोंडे (डावीकडे) तर निरो गोळा करण्यासाठी अवजड दगडांखाली असलेली चुमळ (उजवीकडे).
- बोंडे फोडण्याचे नवे तंत्र: पूर्वी वापरला जाणारा पाटा-वरवंटा

प्रकारचा क्रशर (डावीकडे), सध्या वापरला जाणारा मेकॅनिकल क्रशर (मध्यभागी), निरो एक्स्ट्रॅक्शनसाठी वापरले जाणारे पिंजरे (उजवीकडे).

- लावणी पॉट-स्टील: पारंपरिक पॉट-स्टीलची लावणी (डावीकडे) पाण्याच्या टाकीत बुडवलेल्या नव्या लावणीचा प्रकार (उजवीकडे).
- एक्स्ट्रालोकल पॉट-स्टील: वापरण्यात येत असलेली एक्स्ट्रालोकल पॉट-स्टील (डावीकडे) कॉइलसह पाण्याची टाकी पुन्हा भरली जात असताना (मध्यभागी) सदाशिव मराठे यांच्या डिस्टिलरीत वापरात असलेली मोठी स्टेनलेस स्टीलची पॉट-स्टील (उजवीकडे).
- ग्राउ: स्थानिक हायड्रोमीटर, ग्राउ.
- शॉर्ट डायरेक्ट सप्लाय रुट्स: मास्टर डिस्टिलरकडून फेणीची बाटली घेणे (डावीकडे) तावेर्ना मद्यालयातून सॅम्पल गोळा करणे (उजवीकडे).
- लॉग अँड बॉटलड सप्लाय रुट्स: फेणी बॉटलिंग प्लँट (डावीकडे), काही उपलब्ध फेणीचे ब्रँड (मध्यभागी), कोणती बाटली खरेदी करावी हे ठरवताना (उजवीकडे).

## पाठ १

### ओळख

२७ फेब्रुवारी २००९ रोजी फेणीची भारतातील भौगोलिक दर्शक (जिऑग्राफिकल इंडिकेशन- जीआय) म्हणून नोंद करण्यात आली. यासाठीचा अहवाल डिसेंबर २००७मध्ये प्रथम सादर करण्यात आला होता'. फेणीची अशी 'जीआय' नोंदणी होण्यामागे स्थानिक वर्तमानपत्रांमधून प्रसिद्ध झालेल्या लेखनाचा मोठा हातभार लागला. बहुतेक लेखनात गोव्यातून झजीआयफम्हणून नोंद होण्याचा फेणीस पहिला मान मिळणार असल्याचे नमूद करण्यात आले होते. त्याचबरोबर भारतातून तसेच भारतातील प्रथमच 'जीआय' नोंदणीचा मान फेणीच्या माध्यमातून पहिल्या मद्यउत्पादनास मिळाला आहे.





२७ फेब्रुवारी २००९ रोजी फेणीची भारतातील भौगोलिक दर्शक (जिऑग्राफिकल इंडिकेशन- जीआय) म्हणून नोंद करण्यात आली. यासाठीचा अहवाल डिसेंबर २००७मध्ये प्रथम सादर करण्यात आला होता. फेणीची अशी 'जीआय' नोंदणी होण्यामागे स्थानिक वर्तमानपत्रांमधून प्रसिद्ध झालेल्या लेखनाचा मोठा हातभार लागला. बहुतेक लेखनात गोव्यातून झजीआयफम्हणून नोंद होण्याचा फेणीस पहिला मान मिळणार असल्याचे नमूद करण्यात आले होते. त्याचबरोबर भारतातून तसेच भारतातील प्रथमच 'जीआय' नोंदणीचा मान फेणीच्या माध्यमातून पहिल्या मद्यउत्पादनास मिळाला आहे. फेणी म्हणजे अर्थातच काजू फेणी होय. काजूबोंडाच्या रसाचे किण्वन करून गाळलेले पेय म्हणजेच फेणी (चौकट १ : फेणी, फेनीम : आपण नेमके काय सेवन करतो?).

#### चौकट १ : फेणी, फेनीम : आपण नेमके काय सेवन करतो?

फेणी या शब्दास इंग्रजी भाषेत विविध प्रकारे लिहिले जाते. ('Feni', 'Fenny', 'Fennim' and 'Fenni'). 'फेणी' या शब्दाचा कोकणी भाषेत तसेच या संशोधन अहवालादरम्यान मुलाखती घेतलेल्या अनेक मान्यवरांच्या मते म्हणजे फेस. काहींच्या मते उत्तम फेणीचा दर्जा हा या फेसावरून ठरवला जातो. चांगली फेणी एका भांड्यातून दुसऱ्या भांड्यात ओतल्यावर तिचा अधिक फेस तयार होतो. तर काहींच्या मते काजूफळाचे किण्वन झाले की जो फेसाळ रस तयार होतो ती फेणी होय.

दोन प्रकारच्या मद्यांना 'फेणी' असे संबोधले जाते: एक म्हणजे

नारळापासून बनलेल्या ताडीला आणि दुसरी म्हणजे काजूफळाच्या रसावर किण्वनप्रक्रिया करून बनवलेले पेय. सामान्यतः मद्यालयामध्ये 'फेणी' किंवा 'काजूफेणी'ला 'काजू' असेच म्हटले जाते. मद्यालयामध्ये जरी दोन्ही पेयांना फेणी असे सामान्यतः संबोधले जात असले तरी ही दोन्ही पेये सर्वार्थाने वेगवेगळी आहेत. कोकणी भाषेत नारळाच्या फेणीला 'माडी' असे म्हटले जाते. या दोन्ही पेयांमध्ये कोणते उत्तम, कोणते चांगले हे ज्याच्या त्याच्या चवीनुसार, सवयीनुसार आहे. त्यामुळे कोणती फेणी श्रेष्ठ या वादात कोणत्याही एका पेयाची बाजू घेणे अनुचित ठरेल.

काजूबोंडाच्या रसावर किण्वनप्रक्रिया (फर्मेंटेशन) करून नंतर ऊर्ध्वपातनाद्वारे (डिस्टिलेशन) काजूफेणी तयार केली जाते. एकदा



(छायाचित्र १ वापरणे: काजूचे फळ)

ऊर्ध्वपातन केल्यावर जे मद्य मिळते त्याला झहुराकफ असे म्हटले जाते. हे एक सौम्य मद्य आहे. किण्वन झालेल्या काजूरसामध्ये 'हुराक' मिसळून पुन्हा त्याचे ऊर्ध्वपातन केल्यावर जे मद्य मिळते त्याला 'कॅजुलो' असे म्हणतात. 'कॅजुलो' हे 'हुराक' पेक्षा अधिक कडक असते. नंतर 'कॅजुलो' व किण्वन केलेला काजू रस एकत्र मिसळून त्याचे ऊर्ध्वपातन केल्यावर 'फेणी' तयार होते. तिसऱ्या ऊर्ध्वपातन प्रक्रियेसाठी कॅजुलो व किण्वन केलेला काजूरस घेऊन त्यापासून फेणी तयार केली जाते. फेणी तयार करण्याच्या पारंपरिक पद्धतीमध्ये प्रत्येक टप्प्यावर काजू रस व हुराक, कॅजुलो हे किती प्रमाणात मिसळावेत याचे काही निकष ठरलेले आहेत. बाष्पीभवन उपकरणासाठीचे, किती पक्क झालेले काजूफळ वापरावे याचे; फेणी जमा करण्यासाठी, साठवणुकीसाठी, वाहतुकीसाठी कोणती भांडी वापरावीत; या सान्यांचे काही एक निकष आहेत. याविषयीचे विस्तृत विवेचन 'जीआय-नोंदणी संदर्भ' या पाठ क्र. ३ मध्ये करण्यात आलेले आहे.

जीआय-नोंदणी अहवालामध्ये फेणीच्या "Feni" आणि "Fenny" या दोन इंग्रजी स्पेलिंगचा उल्लेख असून यामध्ये "Feni" या स्पेलिंगला प्राधान्य दिलेले आहे. त्याचबरोबर झकाजूफ म्हणजे फेणी असेच गृहीत धरण्यात आले असून, नारळफेणीवर विशेष भर देण्यात आलेला नाही. यासंदर्भात पाठ क्र. ३ मध्ये माहिती देण्यात आली आहे. या सर्व अहवालात 'फेणी' म्हणजेच 'काजू फेणी' असे गृहीत धरण्यात आलेले आहे.

१६व्या शतकामध्ये पोर्तुगिजांनी काजू ब्राझीलहून आणून त्याची मलबार किनाऱ्यावर लागवड केली. त्यानंतर पोर्तुगिजांची वसाहत असलेल्या गोव्यामध्येही काजूची लागवड करण्यात आली. (चौकट २ : गोवा). काजूचे फळ हे किडनीच्या आकारातील काजू-बी हे असते. आणि जे काजूबोंड (कॅशूअॅपल) म्हणून आपण सामान्यतः म्हणतो ते जैवशास्त्रीय भाषेत फळ नव्हे तर एक (फुगीर आकाराची) एक शेंग असते. (छायाचित्र १ : काजूबोंड). शर्करेचे उच्च प्रमाण (६.७ - १०.५ %) आणि त्याचे होणारे जलद किण्वन यामुळे काजूबोंड हे एक उत्तम ऊर्ध्वपातनाचा प्रतिनिधी ठरते. तरीही, काजूबोंडाचे किण्वनाद्वारे फेणीत रूपांतर करणे ही प्रक्रिया म्हणजे गोव्याची पारंपरिक ओळख आहे. काही मद्यप्रेमीतर त्याही पुढे जाऊन फेणी ही 'उत्तर गोव्याची' ओळख आहे, असेही ठामपणे सांगतात.

### चौकट २ : गोवा

भारताच्या पश्चिम किनाऱ्यावर आणि मुंबईच्या दक्षिणेला ३७०२ चौरस किलोमीटर क्षेत्रफळामध्ये गोवा पसरलेला आहे. गोव्याचे भौगोलिकदृष्ट्या तीन भाग पडतात : पश्चिमेचा किनारी भाग, पूर्वेच्या सिमेवरील पश्चिमघाटातील पर्वतरांग (सह्याद्री पर्वतरांग), आणि



गोव्याचा नकाशा

उंचसखल टेकड्या व पठारांनी विभागलेला हा मध्यभाग. पोर्तुगीजांच्या ४५१ वर्षांच्या सत्तेनंतर, १९६१ साली गोवा मुक्त झाला आणि भारतदेशामध्ये विलीन झाला. १९८७ साली गोव्याला राज्याचा दर्जा प्राप्त झाला. आणि येथील कोकणी या स्थानिक भाषेला राजभाषेचा दर्जा मिळाला.

गोवा राज्य हे उत्तर गोवा आणि दक्षिण गोवा जिल्हा या दोन प्रमुख प्रशासकीय विभागात विभागलेले आहे. तसेच या दोन्ही जिल्ह्यांची विभागणी एकूण ११ तालुक्यांमध्ये करण्यात आलेली आहे. उत्तर गोव्यामध्ये बार्देश, डिचोली, पेडणे, फोंडा, सतरी आणि तिसवाडी; तर दक्षिण गोव्यामध्ये काणकोण, मुरगाव, केपे, सासष्टी व सांगे या तालुक्यांचा समावेश आहे.

गोवा आणि इतर प्रदेशातही काजूबोंडापासून मद्य (अनडिस्टिल्ड वाइन), विनेगर, जॅम, काजूरस, आदी उपपदार्थ बनवण्यासाठी केला जातो. गोव्यामध्ये काजूबोंडाच्या ताज्या रसाला 'नीरा' असे संबोधले जाते. नीरा हे पेय उत्साहवर्धक व शक्तिवर्धक आहे. पश्चिम आफ्रिका आणि ब्राझीलमधील काही प्रदेशांत काजूरसाचे किण्वन करून मद्य तयार केले जाते. दक्षिण अमेरिकेतील काही प्रांतांत, तेथील लोक काजूबोंडाचा वापर खाद्यपदार्थ म्हणून करतात. काजूबियांचा

एक प्रमुख उत्पादक असलेल्या मॉझाबिकमध्ये काजूबोंडापासून मद्यनिर्मिती आणि मद्यनिर्मितीचा असे विशेष असा खास इतिहास नाही. पण मद्यनिर्मितीच्या जागतिक इतिहासामध्ये काजूबोंडापासून फेणीची निर्मिती ही पूर्णतः गोव्याची परंपरा आहे, ओळख आहे. काजूउत्पादनाचे जागतिक चित्र पाहिल्यावर गोव्याची ही फेणीपरंपरा महत्त्वाची ठरते. जागतिक काजूपीक लागवडी क्षेत्रामध्ये गोव्याचा वाटा हा केवळ १.४ % टक्के इतका होता, तर १९९०च्या दशकापासून हा वाटा सुमारे २ टक्क्यांवर पोचलेला आहे.

### फेणीची नोंद जीआय-नोंदणीमध्ये झाल्यानंतर आता देशातील इतर पारंपरिक, स्थानिक मद्यपदार्थ हाच मार्ग चोखाळतील का?

भारतामध्ये विविध फळ-फुले (उदा. महुआ) व कडधान्ये (उदा. मका, भातापासून राक्षीची निर्मिती) यापासून इतर पदार्थांचा वापर करून मद्यनिर्मितीची विशाल परंपरा चालत आलेली आहे. विविध समाजांमध्ये मद्यपरंपरा आढळत आली असली तरी मद्यनिर्मितीचे उगमस्थानाबाबत मात्र कोणी ठामपणे सांगू शकत नाही. ऊर्ध्वपातन ही प्रक्रिया जरी सोपी प्रक्रिया असली आणि किण्वनप्रक्रियेची माहिती असली तरी, यासाठी वाफ गोळा करून तिचे द्रवात रूपांतर करणे आणि प्रत्येक ऊर्ध्वपातन क्रियेनंतर द्रवातील मद्यप्रमाण वाढत जाते याचे ज्ञान असणे हे महत्त्वाचे आहे. अलेक्झांड्रिया प्रदेशातील ग्रीक लोकांना ऊर्ध्वपातन प्रक्रियेचे ज्ञान होते आणि अरब लोक ऊर्ध्वपातनाद्वारे सुवासिक तेले, अत्तरांची निर्मिती करतात असा जगभर सामान्य समज आहे. तसेच या इतिहासानुसार, १२व्या शतकामध्ये पश्चिम युरोपात ऊर्ध्वपातनाद्वारे मद्यनिर्मिती केली जात असल्याचे मानले जाते. तरी, उत्तर पश्चिम फ्रंटियर प्रांताच्या इतिहासाचा, भौगोलिक प्रदेशाच्या केलेल्या पुरातत्त्व अभासानुसार डिस्टिलेशनद्वारे मद्यनिर्मितीचा उगम येथे आढळतो. आणि ही प्रक्रिया भारताची एक जगाला देणगी असल्याचे सिद्ध होते. म्हणूनच फेणीला जीआयची मान्यता मिळण्याची घटना म्हणजे भारतात पूर्वापार चालत आलेल्या दीर्घ अशा प्रक्रिया व उत्पादन इतिहासाला जागतिक मान्यता देण्यासाठी पहिले आणि एक महत्त्वाचे पाऊल ठरणार आहे. तसेच फेणीची जीआय म्हणून नोंद झाल्यानंतर गोव्यातील इतर उत्पादकांमध्येही त्यांच्या उत्पादनांना जीआय नोंदणी स्थान मिळवण्यासाठी जागृती निर्माण होईल. यामध्ये मानकुर्द आंबा, ताळगावची वांगी, काणकोणची फणसपोळी, रसबाळी केळी यांचाही समावेश आहे. फेणीची जीआय नोंद करताना आलेला अनुभव हा इतर पारंपरिक पद्धतीने मद्यनिर्मिती करणाऱ्या उत्पादकांना मोलाचा ठरू शकतो.

### फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळण्यामागचे प्रयत्न

फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळणे ही एक महत्त्वाची घटना आहे. या सान्या प्रक्रियेतील किचकट पद्धती, या सान्यासाठी जमवलेली सारी माहिती, फेणीसंदर्भातील विविध घटकांना, विचारांना, गटांना एकत्र आणून केलेली जीआय नोंदणी यासाठी मोठ्या दिव्यातूनच जावे लागले आहे. (चौकट ३ : प्रायमर ऑन जीआय) १९९९ साली भारतात जीआय कायदा बनल्यानंतर, लगेचच गोव्यातून फेणीची जीआय म्हणून नोंद करण्यासाठी मागणी होऊ लागली. फेणी उत्पादकांची मागणी, फेणीला असलेली 'देशी दारू'च्या मान्यतेमुळे गोव्यातून इतर प्रांतांमध्ये फेणीची विक्री व वाहतुकीवर आलेले प्रशासकीय निर्बंध याकडे लक्ष देण्यात आले. फेणीची जीआय नोंदणीसाठी चाललेले प्रयत्न पाहून गोव्याच्या शेजारील राज्यांतील काजूमद्यनिर्मात्यांकडूनही गंभीर दखल घेण्यात आली. फेणीची जीआय नोंद करणे हे अयोग्य असल्याचेही दावे त्यांच्याकडून या संशोधनकालावधीदरम्यान केले गेले. फेणीवर गोव्याची मालकी आहे या आमच्या मताला जीआयमुळे आता दुजोरा मिळाला आहे. आता मेक्सिकोतील टेक्विलाप्रमाणे जागतिक यश चाखण्याची वाटही फेणीने चोखाळावी अशीही आशा आहे. हाच विचार 'दि हिंदुस्थान टाइम्स' या भारतातील एका प्रमुख इंग्रजी वर्तमानपत्रात प्रसिद्ध झालेल्या झ्विल फेणी बि दि न्यू टेक्विला?फया लेखात मांडण्यात आलेला आहे.

### चौकट ३: भौगोलिक निर्देशक नोंदणीचा इतिहास

व्यावसायिकदृष्ट्या बौद्धिक संपदा अधिकार (ट्रीप्स)च्या करारानुसार भारताने १९९९ साली उत्पादनांची भौगोलिक निर्देशक (नोंदणी व संरक्षण) कायदा अमलात आणला. या भौगोलिक निर्देशकाची या कायद्यात केलेली व्याख्या अशी:

एखाद्या उत्पादनाचा भौगोलिक निर्देशक म्हणजे देशामध्ये किंवा देशाच्या एखाद्या विशिष्ट प्रांतात, प्रदेशात तयार होणारे कृषिउत्पादन, नैसर्गिक उत्पादन, किंवा उत्पादित केलेला असा माल ज्याचा दर्जा, ज्याची उत्पादन प्रक्रिया, ज्याचे वैशिष्ट्य हे त्या मालाच्या भौगोलिक उगमस्थानाला निर्देशित करते. तसेच उत्पादित मालाचा भौगोलिक निर्देशक म्हणजे त्या मालाची निर्मिती किंवा प्रक्रिया किंवा तयारी ही एखाद्या विशिष्ट भागात, प्रांतात होत असेल तर ती ओळख होय.

### भौगोलिक निर्देशकाच्या या व्याख्येमध्ये तीन प्रमुख घटक आहेत :

हा निर्देशक त्या विशिष्ट उत्पादनाचे वेगळेपण निर्देशित करणारी असावा. हा निर्देशक एखादे चिन्ह असेल (उदा. ताज महल) किंवा शब्दप्रयोग असेल (उदा. चहासाठी दार्जिलिंग), तसेच यासाठी त्या प्रदेशाचे नावच निर्देशकामध्ये नमूद असणे काही गरजेचे नाही. (उदा. बासमती).



► या उत्पादनामध्ये वेगळे असे खास वैशिष्ट्य, त्याला खास दर्जा असणे आवश्यक आहे.

► या उत्पादनाचे हे वैशिष्ट्य हे त्या भौगोलिक प्रदेशाशी संबंधित असले पाहिजे, त्या प्रदेशातील वातावरणीय घटक, मानवी चालीरीती, सांस्कृतिक परंपरा यांच्याशी संबंधित असणे आवश्यक आहे.

एखाद्या उत्पादनाच्या जीआय नोंदणीसाठी, त्या उत्पादनाचे भौगोलिक वैशिष्ट्य दाखवणारी माहिती, पुरावे जोडणे आवश्यक असते. चेन्नई येथील जीआय नोंदणी कार्यालयामध्ये ही सारी माहिती तपासली जाते, पडताळून पाहिली जाते. या नोंदणी प्रक्रियेमध्ये खालील घटक सिद्ध करणे क्रमप्राप्त असते.

► आपल्या उत्पादनाचे असा कोणता भौगोलिक निर्देशक संरक्षित करावयाचा आहे. या उत्पादनासाठी काही ठराविक चिन्ह वापरावयाचे आहे का? यासाठी या भौगोलिक वैशिष्ट्याचा स्पष्ट उल्लेख असणे, आपल्या उत्पादनाचा लोगो स्पष्ट नमूद असणे आवश्यक असते.

► या उत्पादनाची खास अशी वैशिष्ट्ये कोणती आहेत? उत्पादनाची खास वैशिष्ट्ये ही स्पष्टपणे नमूद केल्यास भविष्यात या मूळ उत्पादन व नकली उत्पादन यांच्यातील फरक स्पष्टपणे दाखवता येईल.

► उत्पादन आणि स्थळ किंवा प्रदेश यांच्यातील काय संबंध असावा? हा संबंध दाखवण्यासाठी ऐतिहासिक पुरावे असणे गरजेचे असते. या पुराव्यामध्ये त्या उत्पादनामधून भौगोलिक ओळख, उत्पादनाच्या निर्मितीमध्ये वापरली जात असणारी विशिष्ट भौगोलिक प्रक्रियापद्धती, वेगळेपण या गोष्टी स्पष्ट होत असल्या पाहिजेत. यासाठी उत्पादन होत असलेल्या प्रदेशाचा नकाशा वापरणे योग्य ठरते.

► अर्जदार कोण असावा? या उत्पादनाशी संबंधित असलेला उत्पादकवर्गाचे प्रतिनिधित्व करणारी, उत्पादन होत असलेल्या प्रदेशाचे प्रतिनिधित्व करणारी व्यक्ती किंवा संस्था अर्जदार असावी.

महत्त्वाचे म्हणजे, ज्या उत्पादनाचा भौगोलिक निर्देशक संरक्षित करावयाचा आहे, त्या उत्पादनाची नियमित चाचणी करणारी यंत्रणा असणे गरजेचे असते, तसेच हे उत्पादन सर्व कायदेशीर निकष पाळणारे असावे.

अधिक माहिती : जीआय रजिस्ट्री; परिशिष्ट १ पहा.

भारत सरकारने ज्ञानभौगोलिक निर्देशकफया विषयामध्ये गंभीर व प्रामाणिक भूमिका स्वीकारून, देशभर या संकल्पनेविषयी जागृती

करण्यासाठी अनेक बैठका, सभा, उपक्रम राबवले आहेत. 'भौगोलिक निर्देशक'च्या माध्यमातून उत्पादकांना आपली पारंपरिक उत्पादने, पारंपरिक उत्पादनप्रक्रिया यांचे संरक्षण करणे शक्य होईल हाच उद्देश या संकल्पनेमागचा आहे. जानेवारी २००२मध्ये यासंबंधी एक बैठक घेण्यात आली होती. गोवा उद्योग महासंघ व गोवा राज्य सरकारच्या संयुक्त विद्यमाने आयोजित या बैठकीमध्ये, गोव्यासाठी 'भौगोलिक निर्देशक' कायद्याचे महत्त्व व या कायद्याचा लाभ मिळू शकतील अशी काही उत्पादने याविषयी चर्चा करण्यात आली. या चर्चेतून 'फेणी' या उत्पादनाची ज्ञानभौगोलिक नोंदणी करण्यासाठी प्राधान्य देण्यात आले. यातूनच मग 'काजू'ची निवड करण्यात आली.

पुढील काही वर्षांतच, गोवा सरकारने, विशेषतः विकास आयुक्त जे. के. दादू आणि नंतर राज्य विज्ञान व तंत्रज्ञान खात्याच्या माध्यमातून, फेणीचा जीआय-नोंदणीसाठी अर्ज करण्याविषयी पाटपुरावा करण्यात आला. याकामी पत्रकार, पुरातत्त्व विषयाचे अभ्यासक, कृषितज्ज्ञ, वैज्ञानिक, फेणी उत्पादक यांचा समावेश असलेली एक समिती बनवण्यात आली. फेणीची निर्मितीप्रक्रिया शब्दबद्ध करण्यात आली. फेणीच्या इतिहासावर संशोधन करण्यात आले. फेणीच्या रासायनिक चाचण्या घेऊन सारी माहिती एकत्रित करण्यात आली. जुलै २००६मध्ये, गोवा काजू फेणी डिस्टिलर्स अँड बॉटलर्स संघटनेची नोंदणी करण्यात आली. राज्य विज्ञान व तंत्रज्ञान खात्याबरोबर ही संघटनाही फेणीच्या जीआय नोंदणीसाठी एक अर्जदार बनली. (चौकट ४ : फेणी संघटना). मार्च २००७पर्यंत या अर्जाचा मसुदा तयार करण्यात आला. यासंबंधी जीआय नोंदणी कार्यालयातील अधिकाऱ्यांचा सल्ला, मार्गदर्शन घेण्यात आले. डिसेंबर २००७मध्ये चेन्नईतील जीआय नोंदणी कार्यालयाकडे अर्ज सादर करण्यात आला. आणि अखेर, फेब्रुवारी २००९मध्ये याकामी यश आले आणि फेणीला ज्ञानभौगोलिक निर्देशकफकायद्याचे संरक्षण लाभले.

#### चौकट ४ : गोवा काजू फेणी डिस्टिलर्स आणि बॉटलर्स संघटना

या क्षेत्रातील संबंधितांच्या हक्करक्षणासाठी झटणारी तसेच भारताच्या जीआय कायदान्वये फेणीला न्याय मिळवून देणारा योग्य संघटना हवी होती. या संघटनेची कल्पना, संघटनेची गरज, संघटनेचे महत्त्व याविषयी जागृती करण्याविषयी विकास आयुक्त जे. के. दादू यांनी पुढाकार घेत विविध बैठका आयोजित केल्या. २१ जुलै २००६ रोजी इगोवा कॅशू फेणी डिस्टिलर्स आणि बॉटलर्स संघटनाफ (यापुढे फेणी संघटना असा उल्लेख असेल) या संस्थेची नोंदणी करण्यात आली. यावेळी खालील पदाधिकारी संघटनेचे प्रतिनिधित्व करत होते :

- अध्यक्ष : श्री. मॅक वाझ
- सरचिटणीस : श्री. गुरुदत्त डी. भक्ता
- उपाध्यक्ष : श्री. तुकाराम हळदणकर

### ► खजिनदार : श्री. रेगन हेन्रिक्स

एका पदाधिकाऱ्याने या संघटनेच्या निर्मितीविषयी सांगितले की, फेणीला हक्क मिळवून देण्यासाठी जी काही सांगोपांग चर्चा होत होती त्यातून या व्यवसायातील व्यावसायिक्यामध्ये स्पर्धेवर मात करत सर्वांचे हित जपण्यासाठी एकत्र येण्याची गरजेलाच प्राधान्य देण्यात आले होते.

फेणी संघटनेने काही व्यापक उद्दिष्टे नजरेसमोर ठेवलेली आहेत. यामध्ये फेणीच्या पारंपरिक उत्पादन कलेचे संवर्धन, या कलेचा प्रसार करण्याबरोबरच या प्रक्रियेत आणखी सुधारणा करणे यांचा समावेश आहे. उत्पादनप्रक्रियेतील स्वच्छता, आरोग्यरक्षणाच्या बाबींविषयी जागृती करणे संघटनेला महत्त्वाचे वाटते. या क्षेत्राविषयीची माहिती एकत्रित करणे, या माहितीचा प्रसार करणे, सरकारदरबारी या क्षेत्रातील समस्या मांडणे व सरकारी सुविधांचा या क्षेत्रातील संबंधितांना लाभ मिळवून देणे, फेणीचा गोव्यात तसेच इतरत्रही प्रसार व प्रचार करणे ही उद्दिष्टे संघटनेने बाळगली आहेत.

जीआय नोंदणीसाठी अर्ज करतेवेळी, फेणी संघटनेच्या सदस्यांची यादी ही छोटीच होती. यामध्ये काही मोठे बॉटलर्स, डिस्टिलर्स यांचाच समावेश होता. एक व्यापक, विस्तृत विचार फेणी संघटनेने आखला होता. एका पदाधिकाऱ्याने दिलेल्या माहितीप्रमाणे, या क्षेत्रातील व्यावसायिक्यांमध्ये विभागणी करणे हा मोठा अडथळा ठरत होता. बॉटलर्स व्यावसायिकांचे काम वर्षभर चालू राहत असे, तर डिस्टिलेशन विभागातील व्यावसायिकांचा धंदा हा केवळ मोसमी होता. त्यामुळे इतर वेळी हे व्यावसायिक इतर कामे करत असत. त्यामुळे या सर्वांना एकाच छताखाली आणणे मोठे आव्हान होते.

फेणीला भौगोलिक निर्देशक नोंदणी प्रमाणपत्र मिळाल्यानंतर प्रतिक्रिया देताना, या घटनेचा आनंद तर आहेच पण याबरोबरच एक सावधगिरीचा इशाराही मिळाला आहे, असे फेणी संघटनेचे उपाध्यक्ष तुकाराम हळदणकर यांना दै. 'नवहिंद टाइम्स'ला दिलेल्या मुलाखतीत म्हटलेले आहे. ते म्हणतात : "हा एक आनंददायी क्षण आहे. तरी अजूनही खूप काही करावयाचे आहे. आता आम्हाला सरकारी खात्यांशी चर्चा करून फेणीनिर्मितीची प्रमाणित प्रक्रिया ठरवण्यासाठी व्यापक प्रयत्न करावे लागणार आहेत."

जीआय नोंदणी मिळण्याचे व यानंतर नेमके काय केले पाहिजे हे या वक्तव्यातून निर्देशित होते. जरी विशेष 'प्रमाणिकरणाची' गरज नसली तरी याकामी नेमकी तपासणी यंत्रणा उभारणे, व्यावसायिकांची नोंदणी करण्याचे निकष बनवणे हे महत्त्वाचे आहे. डिस्टिलर्स, बॉटलर्स, विक्रेते यांपैकी जे व्यावसायिक ज्ञानीआयपद्मा वापर करत आहेत, त्यांनी फेणी निर्मितीची परंपरा व वैविध्यता याकडे दुर्लक्ष न करता फेणीविषयीचे किमान प्रमाणित निकष पाळणे आवश्यक आहे.

तेव्हा मुख्य प्रश्न असा आहे, की जीआयमध्ये परंपरा व प्रमाणिकरण यामध्ये काही समतोल साधणे शक्य झाले आहे का? वैशिष्ट्य म्हणजे, फेणीवरील नियंत्रणासाठी आणखी एक स्तर निर्माण करण्याविषयीचेही प्रश्न उपस्थित करण्यात आले आहेत. जीआय-नोंदणी प्रक्रिया जेव्हा प्राथमिक टप्प्यातच होती तेव्हा मादाम रोसा डिस्टिलरीचे मालक विन्सेंट वाझ यांनी 'फायनान्शियल एक्सप्रेस'मध्ये ( २१ सप्टेंबर २००९ रोजी) गोव्याबाहेर भारतात फेणीविक्री करण्याविषयी असलेली उत्पादनकर निकषातील तफावत आणि जीआयची मागणी यामधील विसंगती स्पष्ट केली होती. ते म्हणतात : झऱ्हापण एका विचित्र परिस्थितीत अडकलो आहे. जिकडे गोव्यातून जगभर फेणीची निर्यात केली जाते, विकली जाते तिथे भारतातील इतर राज्यांमध्ये मात्र फेणीची निर्यात करण्यास वा विक्री करण्यास मनाई आहे. फेणीच्या जीआय-नोंदणीविषयी जेव्हा काम सुरु झाले तेव्हा डिस्टिलर्सनी वार्षिक निविदा सादर करण्याची किचकट प्रक्रिया, काजूरस गाळणी, मद्यनिर्मिती आणि मद्यविक्री यासाठी लागणारे वेगवेगळे परवाने, काजू उत्पादनाचे विखुरलेले प्रदेश याविषयी आपली मते मांडली होती. यामध्ये या सर्व प्रक्रियेतील विस्कळितपणा, डिस्टिलेशन व्यवसायाला असलेली हंगामकालावधीची मर्यादा या समस्या अनेकांनी अधोरेखित केल्या. तर बॉटलिंग क्षेत्राच्या कामात थोडीशी सुसूत्रता आहे, हंगामकालावधीची काही मर्यादा नाही.

या विसंगत स्थितीमध्ये जीआय नोंदणीविषयीच्या चर्चेमध्ये, एका विचारावर येण्यामध्ये अडथळे येत होते. यामुळे याकामी योग्य दिशा मिळण्यासाठी गोवा सरकारने योग्य भूमिका घेण्याची गरज उत्पन्न झाली. जुलै २००६मध्ये बनलेल्या फेणी संघटनेच्या स्थापनेपुरतीच सरकारची भूमिका मर्यादित नव्हती. तर जीआय नोंदणी मिळण्यासाठी काही व्यापक विषयही त्यामागे होते.

### 'जीआय' कायद्याचे भारतासाठी महत्त्व

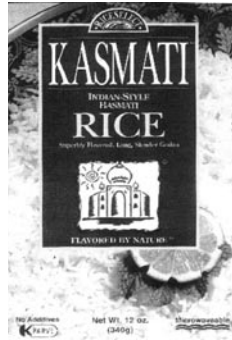
गोव्याने 'जीआय' कायद्यामध्ये दाखवलेली उत्सुकता ही एक राष्ट्रीय भावनेतूनच दर्शविली गेलेली आहे. हीच भूमिका भारताने जागतिक व्यापार संघटनेच्या (डब्ल्यूटीओ) जीआय कायद्याबाबत घेतलेली आहे. १९९०च्या दशकामध्ये बौद्धिक संपदेचा अधिकार (आयपीआर) याविषयीही भारताची भूमिका अशीच राहिलेली आहे. दक्षिण गोलार्धातील तसेच पूर्व युरोपातील सदस्यदेशांच्या साथीने भारताने 'ट्रेड रिलेटेड इंटेलेक्च्युअल प्रॉपर्टी राइट्स (ट्रीप्स करार)' मधील जीआय नियमांमध्ये कडक सुरक्षाउपाय योजण्यासंबंधी सातत्याने पाठपुरावा केलेला आहे. त्याचबरोबर युरोपनेही जीआयमध्ये कडक तरतुदी असाव्यात अशी ठाम भूमिका घेतलेली आहे.

बासमती तांदूळ, दार्जिलिंग चहा याविषयी आलेल्या

अनुभवांतून केंद्र सरकार तसेच राष्ट्रीय तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर या क्षेत्रात कार्यरत असलेल्या संस्था, प्रतिनिधींनी दक्ष राहण्याचा धडा घेतला आहे. बासमतीविषयी बोलायचे तर 'राइस टेक इंक.' या अमेरिकन कंपनीने अमेरिकेमध्ये एका भातजातीसाठी पेटंट मिळवून या जातीमध्ये बासमतीसारखे गुणधर्म असल्याचा दावा केला होता. त्याहीपुढे जाऊन कंपनीने 'कासमती' व 'टेक्समती' हे दोन ट्रेडमार्क्स नोंद करून मोठी खळबळ उडवून दिली होती. तसेच 'कासमती' तांदळाचे पॅकिंग करताना कंपनीने मोठी शक्कल लढवत 'भारतीय बासमती' सारखाच हा तांदूळ असल्याचे भासवण्याचा प्रयत्न केला होता. तसेच पॅकिंगवर ताजमहलचे चित्रही दाखवले होते. (चौकट ५ : कासमती). एकूणच अमेरिकन तांदळाला भारतीय बासमती तांदूळ असल्याचे दाखवण्याचा हा त्या कंपनीचा प्रयत्न होता. पण भारत सरकारने वेळीच या प्रकाराची दखल घेत अमेरिकेत दिल्या गेलेल्या पेटंटला तर ब्रिटनमध्ये दिल्या गेलेल्या ट्रेडमार्कला यशस्वीपणे आव्हान दिले. पण बासमतीला भारतातच स्थानिक संरक्षण नसल्यामुळे याकामी बऱ्याच अडथळ्यांना सामोरे जावे लागले होते.

#### चौकट ५ - कासमती : बासमतीवर कुरघोडीचा प्रयत्न

राइस टेक इन्कॉर्पोरेशन या अमेरिकन कंपनीला १९९७ साली तिने विकसित केलेल्या भातजातीला बासमतीप्रमाणेच गुणधर्म असल्याबद्दलचे पेटंट बहाल करण्यात आले होते. पण भारत सरकारने अमेरिकी न्यायालयामध्ये या पेटंटविरुद्ध यशस्वी आव्हान दिले. तसेच या कंपनीने विविध देशांमध्ये 'बासमती' सारखेच नाव असलेले 'कासमती' व 'टेक्समती' हे दोन ट्रेडमार्क्सही नोंद केले होते. (छायाचित्र २ वापरणे : कासमती). 'कासमती' ने तर 'बासमती' वर कुरघोडीच केली होती. कारण 'कासमती' तांदळाच्या पॅकवर चक्क ताजमहलचे चित्र छापण्यात आणि 'इंडियन-स्टाइल बासमती' असा शब्दप्रयोगही वापरण्यात आला होता. भारत सरकारने याविषयी ब्रिटिश न्यायालयात आव्हान दिले होते. बासमतीसारखेच हे उत्पादन असल्याचा भास कंपनी निर्माण करत आहे आणि बासमतीचा लौकिकाचा गैरप्रकारे वापर करण्याचा प्रयत्न असल्याचे म्हणणे मांडले होते. या दोन्ही खटल्यांमध्ये राइस टेक इन्कॉर्पोरेशन कंपनीने भाग घेतला नाही आणि आपण मिळवलेल्या ट्रेडमार्क्सवरील हक्क परत केला होता.



(छायाचित्र २ वापरणे: कासमती)

दार्जिलिंग चहाविषयीची कथाही अशीच चिंताजनक आहे. जीआय नोंदणीमध्ये येणारे अनेक अडथळे यावेळी होते. दार्जिलिंग चहाच्या अर्थकारणात मजुरांची स्थिती, मालकांकडून होणारी संध गुंतवणूक, चहाउत्पादनाचा लिलाव, मिश्रण (ब्लेंडिंग), पुरवठा साखळीतील किरकोळ विक्रीची समस्या, झुजदार्जिलिंगपत्ती नक्कल करून बनवलेली बेकायदा चहाउत्पादनांचे आगमन, अशा विविध समस्या होत्या. तसेच एकूण उत्पादनापैकी सुमारे ७० ते ८० % उत्पादन म्हणजेच सुमारे ३० दशलक्ष अमेरिकी डॉलर मूल्य असलेले उत्पादन निर्यात होत असल्याने दार्जिलिंग चहाच्या जीआय नोंदणीतील अडथळे मोठे होते. औद्योगिक नियतकालिके व वर्तमानपत्रांतून प्रसिद्ध झालेल्या माहितीनुसार, दार्जिलिंग चहाच्या जागतिक व्यापारातील ८० टक्के व्यवसाय हा बनावट असल्याचे म्हणण्यात येते, पण याला भारतीय चहा मंडळाने मात्र काही पुष्टी दिलेली नाही.

भारतीय चहा मंडळाने अनेक पावले उचलली आहेत. यामध्ये जीआय नोंदणी प्रमाणपत्र, प्रमाणिकरण योजनेची कडक अंमलबजावणी, स्थानिक तसेच परदेशी न्यायालयांमध्ये बनावट व्यवसाय करणाऱ्यांविरुद्ध खटले दाखल करणे, आर्दीचा समावेश आहे. तसेच झुजजीआयफकायदा अस्तित्वात येण्यापूर्वीही भारतीय चहा मंडळाने दार्जिलिंगसाठी लो गो बनवला होता.



भारतात प्रथमच मान्यता पावलेल्या जीआय कायद्यामध्ये विविध निकषांची विस्तृत माहिती देण्यात आली आहे. उदा. दार्जिलिंग चहासाठी निर्देशित केलेला प्रदेश हा संपूर्ण दार्जिलिंगचा परिसर नाही तर तेथील ठराविक प्रदेशाचाच समावेश आहे. ज्या ठिकाणी दार्जिलिंग चहाच्या दृष्टीने भौगोलिक महत्त्व आहे आणि जिथे पारंपरिक पद्धतीच वापरली जाते अशाच प्रदेशाचा उल्लेख करण्यात आला आहे. तसेच प्रमाणपत्रप्राप्त अशा चहामळ्यातूनच उत्पादन घेतले जाते का नाही, निर्देशित केलेल्या प्रदेशातच त्यावर प्रक्रिया केली जाते की नाही, या बाबींकडेही विशेष लक्ष दिले जाते. प्रमाणपत्र सक्तीचे केले गेल्याने भारतामध्ये दार्जिलिंग चहाच्या पुरवठासाखळीवर नजर ठेवणे सुलभ झाले आहे. निर्यात बाजारपेठेसाठी मंडळाने परदेशी खरेदीदार ब्लेंडिंग



कंपन्यांशी सल्लामसलत करून प्रसंगी न्यायालयाचे दारही टोटावले आहे. दार्जिलिंगच्या लोगोसह सेंद्रिय व फेअरट्रेड प्रमाणपत्राचे चिन्ह वापरण्याचा उत्तम उदाहरणही पाहायला मिळते नियमित संपर्क ठेवला आहे.

या निर्यातक्षम उत्पादनांच्या उदाहरणांबरोबरच देशांतर्गत किंवा प्रादेशिक स्तरावर वापरल्या जाणाऱ्या उत्पादनांची परिस्थितीही चिंताजनक आहे. यामध्ये हस्तकारागिरी उत्पादने (उदा, आंध्रप्रदेशातील कोंडापल्ली बोम्मालू ही लाकडी खेळणी), कापड उत्पादने (उदा. हिमाचल प्रदेशातील कुल्लू शाल किंवा गुजरातची कच्छी भरतकाम), फळे (उदा. कर्नाटकातील कुर्ग मोसंबी, पश्चिम बंगालमधील माल्डा लक्ष्मणभोग आंबा) किंवा भाजीपाला (उदा. नागालंडची नागा मिरची), कडधान्ये (उदा. केरळचा पोक्कली तांदूळ), मसाले (उदा. केरळचे मलाबार मिरे) आणि लाडू (उदा. कर्नाटकमधील तिरुपती देवस्थानचा प्रसाद असलेला लाडू)<sup>२</sup>. उत्पादनाची पुरवठा साखळीचे विस्तृतीकरण आणि अनोळखी ग्राहक (सांस्कृतिक व भौगोलिक दृष्ट्या) यामुळे खरे व नकली उत्पादन यामध्ये फरक ओळखणे अधिकच अवघड व किचकट बनले आहे. बहुतेकवेळी उत्पादनाचा दर्जा, त्यातील घटकांचे प्रमाणे हे प्रत्यक्षरीत्या ताडता येत नसल्याचे आढळून आले आहे. काही उत्पादनांबाबतचे अनुभव असे आहेत की या उत्पादनांसाठी वापरण्यात येणारा कच्चा माल हाच कमी दर्जाचा किंवा बनावट असतो किंवा उत्पादन निकषातील सर्व अटी पाळणे अशक्य बनलेले असते. उदा., काही अहवालांमध्ये प्रसिद्ध झालेल्या माहितीनुसार, बनारसी साडीच्या निर्मितीमध्ये, आयात केलेले चीन सूत वापरल्याचे आढळून आले आहे. चीनी सुताचे हे प्रमाण काही साड्यांमध्ये ५० टक्क्यांहूनही अधिक आहे. तसेच यांत्रिक मागांच्या आक्रमणापुढे हातमाग व्यावसायिक हतबल झाले आहेत, कारण यांत्रिक मागावर स्वस्त व सहजपणे उत्पादनाची नकल करणे शक्य होते. यामुळे मात्र बनारसी साडीचा किंमत घसरत चालली आहे.

व्यवसायातील या पळवाटा बंद करण्यास जरी जीआय नोंदणी कायदा अपुरा ठरणार असला तरी एक व्यापक धोरण म्हणून महत्त्वाचा ठरणार आहे. जीआय संकल्पनेचा प्रसार करताना, सरकारने देशाची पारंपरिक उत्पादन व प्रक्रिया पद्धती, जैवविविधता यामुळे जीआय प्रमाणित उत्पादनांची मोठी यादी तयार होऊ शकते असा व्यापक विचार समोर ठेवलेला आहे. जीआयच्या माध्यमातून पारंपरिक ज्ञान व जैवविविधतेचे संरक्षण करतानाच देशातील सर्वसामान्यांच्या जीवनमानातही सुधार होईल अशी आशा बाळगायला हरकत नाही. जीआयच्या माध्यमातून प्रादेशिक, राष्ट्रीय स्तरावर विविध पारंपरिक, भौगोलिक वैशिष्ट्य असलेल्या उत्पादनांचे वेळीच व्यावसायिक संरक्षण केल्यास भविष्यात बासमतीसारख्या समस्या जागतिक पातळीवर लढताना परिस्थिती भारतास लाभदायक असेल, असे सरकारचे

मत आहे. यामुळेच देशभरातील उद्योजकांच्या समूहांमध्ये विविध कार्यशाळा, कृतिसत्रे आयोजित करून सरकारने जीआय संकल्पना लोकप्रिय करण्याचे धोरण राबवलेले आहे.

### भौगोलिक निर्देशकाद्वारे संरक्षण

मग हा कायदा उत्पादकांच्या दैनंदिन जीवनात काय बदल घडवू शकेल? फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळवून देण्यामागे गेली काही वर्षे केलेले अविरत प्रयत्न, वापरलेली राजकीय शक्ती यांना न्याय मिळेल? या प्रमाणपत्रामुळे डिस्टिलर्स, बॉटलर्स आणि पर्यायाने ग्राहकांवर काय प्रभाव पडेल, त्यांना काय लाभ होईल?, असेच काही प्रश्न फेणीचा अर्ज सादर करण्यावेळी अनेकांकडून उपस्थित करण्यात आले होते. या अहवालात यापैकी काही प्रश्नांवर व्यापक व सखोल अभ्यास केला आहे. त्याचा तपशील पाठ ३ व ४ मध्ये नमूद करण्यात आला आहे. याप्रसंगी काही माहितीचा उलगडा करणे महत्त्वाचे वाटते. येथे दोन मुख्य घटक हाताळले गेले आहेत : जीआय विषयीचे गैरसमज आणि जीआयच्या माध्यमातून देण्यात आलेले संरक्षण.

जीआयबाबत सर्वसामान्य गैरसमज म्हणजे हे एक पेटंटच असल्याचे समजले जाते. आणि आता फेणीला पेटंट प्राप्त झाल्याची अफवाही ऐकायला मिळत आहे. (चौकट ६ : भौगोलिक निर्देशक : पेटंट नव्हे). हा समज सर्वार्थाने चुकीचा आहे. जीआय आणि पेटंट यांच्यामध्ये फार मोठा फरक आहे. या फरकांपैकी दोन खाली नमूद करण्यात आले आहेत :

► जीआय म्हणजे बौद्धिक संपदेचा हक्क आहे. हा हक्क उत्पादकांच्या समूहाकडे असतो उदा. फेणी संघटना. तर पेटंट हा व्यावसायिकदृष्ट्या खासगी स्वरूपाचा हक्क आहे. एखाद्या उत्पादनाला पेटंट मिळाले म्हणजे त्याचे अधिकार हे एका व्यक्तीला, खासगी कंपनीला मिळतात.

► जीआय प्रमाणपत्र मिळाले असले तरी एखादे उत्पादन बनवण्याचे ज्ञान हे कोणाही वापरू शकतो तर पेटंटमध्ये हे ज्ञान त्या पेटंटधारक व्यक्तीच्या किंवा कंपनीच्या मालकीचे असते. यामुळे पेटंटधारण केलेले ज्ञान वापरण्यापूर्वी त्या मालकाची परवानगी घेणे आवश्यक असते.

### चौकट ६ : भौगोलिक निर्देशक (जीआय) : पेटंट नव्हे

जीआय म्हणजेच पेटंट किंवा जीआय व पेटंट यांच्यामध्ये विशेष काही फरक नाही हा गैरसमज नेहमीच वर्तमानपत्रांद्वारे पसरवण्यात येतो. खालील उदाहरण यावर प्रकाश टाकते :

३० ऑगस्ट २००७ रोजी इंडियन एक्सप्रेसमध्ये राजू नायक यांनी लिहिलेली "Goa's Feni Producers want to patent brew म ही बातमी. ते म्हणतात : ऑ.. the popular brew is under threat and it can be

patented by someone abroad if the Indian government does not move fast enough. [...] industry sources said Feni distillation would receive a boost if it received a patent".

"Goa's Feni to Get Patent" पीटीआय, ट्रिब्युन, ५ जानेवारी २००८: "Last week, a team from the Geographical Indication Registry (GIR) visited Goa at the invitation of the All Goa Feni Bottlers and Distillers Association (AGFBDA) and the state government to ascertain their claims for a patent."

Feni gets GI status, Christina Viegas, Navhind Times, 24th March 2009: "The procuring of the GI certificate for the Goan spirit would perhaps take care of a lot of loose talk by ignorant people who constantly preferred to remain spoilsports and lamented that the GI status for IFeniJ was stuck in the rut, while the locals can revel with news of the patenting of their spirit as this unique potent spirit will now stand out in terms of greater positioning, not just in the country, but all over the globe."

दुसरा गैरसमज म्हणजे जीआय प्रमाणपत्राचा प्रभाव हा जागतिक, वैश्विक स्वरूपाचा आहे. हे साफ चुकीचे आहे. फेणीला मिळालेले जीआय प्रमाणपत्र हे केवळ भारतातच वैध आहे. बहुतेक बौद्धिक संपदा हक्कांविषयी (आयपीआर) हे लागू होते. ज्या देशाने हे कायदे संमत केले आहेत त्याच देशात ते वैध ठरतात. तसेच, इतर देशांमध्ये याबाबत काही संरक्षण मिळत नाही. आजघडीला तरी डब्लूटीओने जीआयसाठी बहुस्तरीय नोंदणी पद्धती अमलात आणलेली नाही. तर दुसऱ्या बाजूला, जर जीआयसाठीच्या तरतुदी उपलब्ध असतील तर दोन देशांमध्ये द्विपक्षीय करारान्वये हे संरक्षण पुरवले जाऊ शकते. म्हणूनच, आता इतर देशांमध्येही जीआयसाठी नोंदणी करण्याविषयी फेणी संघटनेला वेगळे धोरण आखावे लागेल. अर्थातच ज्या देशांमध्ये फेणीला योग्य बाजारपेठ उपलब्ध आहे किंवा ज्या देशात फेणीशी स्पर्धा करू शकेल असे उत्पादन आहे अशा देशांबरोबरच जीआयसाठी करार करणे सयुक्तिक ठरेल. भारतामध्ये जीआय प्रमाणपत्र मिळाल्याने आता फेणी संघटना इतर देशांमध्येही असे प्रमाणपत्र मिळवण्यासाठी दावा करू शकते. उदा. जर का बासमतीसारखी परिस्थिती फेणीसमोर उभी राहिली तर आता जीआय प्रमाणपत्र असल्याने फेणी संघटना समर्थपणे व यशस्वीपणे अनैतिक व्यापाराविरुद्ध लढा देऊ शकेल.

हे दोन गैरसमज दूर केल्यानंतर आता हे जाणून घेणे महत्त्वाचे ठरते की जीआयद्वारे मिळणार संरक्षण हे थेट निर्देशकाशी (उदा. फेणी) आणि फेणी संघटनेने सादर केलेल्या निकषांशीच संबंधित आहे. (विस्तृत विवेचन पाठ ३ मध्ये).

अहवालामध्ये नमूद केलेले ज्ञान हे संरक्षित नसेल तर त्याद्वारे कोणीही ऊर्ध्वपातन प्रक्रियेची नक्कल करू शकतो. यामुळे, इतर टिकाणी स्थित असलेली कंपनी ही ऊर्ध्वपातनाची पद्धत नक्कल करून काजूबोंडांपासून मद्यार्कनिर्मिती करू शकते. असे कृत्य कायद्याद्वारे फेणी संघटना रोखू शकत नसली तरी झफेणीफहे निर्देशक वापरण्यापासून फेणी संघटना त्या कंपनीला रोखू शकते.

जीआय नोंदणी असलेल्या प्रदेशाबाहेरूनही नकली मद्यउत्पादने बनत असल्याची अनेक उदाहरणे आहेत. जीआयची लोकप्रियता आणि मान इतका मोठा आहे की या उत्पादकांचे स्पर्धक बाजारात जीआय-संरक्षित उत्पादनाप्रमाणेच असलेले उत्पादन आणण्याचे प्रयत्न करतात. शॅम्पेनची लोकप्रियता एवढी व्यापक आहे की, कावा या स्पॅनिश स्पार्कलिंग व्हाइट वाइनच्या ब्रँडने शॅम्पेनच्या निर्मितीचीच प्रक्रिया नक्कल करून केवळ वेगळ्या नावाखाली बाजारात वावरत आहे.

मेक्सिकोमध्ये ब्लू अगेवपासून टेक्रिलाची निर्मिती केली जाते. तर याला स्पर्धा करण्यासाठी ब्लू अगेवपासूनच बनलेला झॅअॅग्वाडू हा ब्रँड बाजारात आणला गेला आहे. विविध वर्तमानपत्रांत प्रसिद्ध झालेल्या बातम्यांवरून तसेच जून २००९मध्ये झहेराल्डफमध्ये प्रसिद्ध झालेल्या वृत्तावरून असे समजते की, महाराष्ट्रामध्ये (विशेषतः सिंधुदुर्ग व रत्नागिरी या जिल्ह्यांमध्ये) काजूबोंडांपासून ऊर्ध्वपातनाद्वारे मद्यनिर्मिती करण्याचे प्रयत्न सुरू असून याकामी परवाना देण्याचेही घाटत आहे. वर सांगितल्याप्रमाणे अशी कृत्ये फेणी संघटना रोखू शकत नाही, तरी महाराष्ट्रातील मद्यउत्पादक झफेणीफहे ब्रँडनेम वापरू शकणार नाहीत.

थोडक्यात, भारतीय कायद्यांद्वारे पुढील प्रकारचे संरक्षण मिळू शकते (पहा परिशिष्ट १) :

► 'पहिले म्हणजे, जीआय प्रमाणधारक ( उदा. फेणी संघटना व गोवा राज्य विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते) आणि अधिकृत वापरकर्ते ( फेणी संघटनेने परवाना दिलेले उत्पादक) हे न्यायालयाच्या माध्यमातून जीआय प्रमाणपत्राचा इतरांकडून होत असलेला गैरवापर रोखू शकतात. या अधिकृत वापरकर्त्यांना जीआय प्रमाणपत्रात नमूद असलेल्या निकषांनुसार बनवलेल्या उत्पादनांसाठी जीआयचा वापर करण्याचा खास अधिकार प्राप्त असतो.

► एखादा विनापरवानाधारक त्याच भौगोलिक प्रदेशात बनवलेले तशाच प्रकारचे इतर उत्पादन वापरून ग्राहकांना फसवत असेल तेव्हा जीआयचे उल्लंघन होते.

► त्याचबरोबर, जीआयचे उल्लंघन होते जेव्हा त्याचा व्यावसायिक स्पर्धा दाबून टाकण्यासाठी गैरवापर केला जातो.

अखेर जीआयनोंदणीमध्ये 'अतिरिक्त संरक्षण'ही देण्यात आलेले आहे. पण या कायद्यामध्ये याविषयी नेमके व स्पष्टपणे काही नमूद केले गेले नसल्याने गोंधळ उडण्याची शक्यता आहे.

जीआयच्या माध्यमातून मिळणाऱ्या संरक्षणाचा गाभा हा झनिर्देशकफव अहवालात नमूद करण्यात आलेली वैशिष्ट्ये होय. या संरक्षणाचा लाभ जीआय-मालकास तसेच अधिकृत वापरकर्त्यांना होतो. यामुळे व्यापक स्वरूपात पाहताना याच्या लाभाविषयी शंका उत्पन्न होतात. उदा. फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळाल्यामुळे आता फेणी उत्पादक, बॉटलर्स, वितरक यांना आपला व्यवसाय चालू

टवण्यासाठी फेणी संघटनेकडून परवाना घ्यावा लागणार का? तसेच, जे फेणी संघटनेने अहवालात नमूद केलेल्या अहवालातील फेणीच्या रासायनिक गुणधर्म, दर्जा यापेक्षा इतर गुणधर्म दर्जा असलेली फेणी निर्मिती करणाऱ्या उत्पादकांना फेणी संघटना आपल्यात सामावून घेण्यापासून डावलणार का?, याचे कायदेशीर उत्तर चिंताजनक असले, यातही काही तरतुदी असल्या तरी ते तरी झहोयफअसेच आहे. तसेच नारळ फेणी उत्पादकांचे काय होणार? त्यांना 'फेणी' हे नाव वापरण्यापासून काजफेणी संघटना रोखणार का? किंवा काजफेणीपासून नारळफेणी वेगळी असल्याचे दाखवण्यासाठी ते केवळ झफेणीफअसे नाव न वापरता झनारळ फेणीफअसे नाव वापरू शकतील? तसे असेल तर, मग फेणी संघटनेचा अपेक्षित हेतू साधला जाऊ शकणार नाही का?

जीआय नोंदणीनंतरच्या बदललेल्या परिस्थितीमुळे ग्राहकही चिंता व्यक्त करू लागले आहेत. एक फेणीप्रेमी जो नेहमी एकाच फेणीउत्पादकाकडून थेट फेणीस्टॉक खरेदी करतो. त्यामुळे कोणी एखादी संस्था त्यांचे उत्पादन हे कायदेशीरदृष्ट्या खरी झफेणीफ आहे या बाबीचा त्या ग्राहकाला काहीच फरक पडणार नाही. कारण त्याला केवळ त्याला फेणी पुरवणारा उत्पादकच माहित आहे. असे असले तरी, आता दर्जा, शुद्धता हे नवे निकष लागू झाल्याने पूर्वापार चालत आलेल्या सामाजिक बंध ढिला होण्याचीही शक्यता आहे. या अहवालात अशाच काही प्रश्नांची उत्तरे शोधण्याचाही प्रयत्न करण्यात आला आहे.

### मागोवा

या अहवालातील पाठ क्र. २मध्ये या संशोधनामागची परिस्थिती आणि जीआयची गरज याविषयी ऊहापोह करण्यात आला आहे. विकासाचे एक पाऊल म्हणून जीआय संकल्पनेला पाठिंबा देण्यामागे वाढलेली उत्सुकतेवरही प्रकाश टाकण्यात आला आहे. सर्वात मोठ्या उत्सुकतेचा भाग म्हणजे फेणी निर्मितीप्रक्रिया व अहवालात या प्रक्रियेविषयीच्या विविध टप्प्यांसाठीचे नमूद करण्यात आलेले निकष हा होय. फेणी संघटनेतील एका पदाधिकाऱ्याने 'कॉम्प्रेड्स इन कॉम्पिटिशन' असा शब्दप्रयोग केला होता. याविषयीही उत्सुकता आहे. तसेच निकषांविषयीही उत्सुकता आहे. जीआयचा इतिहास पाहता, फेणीसंबंधी चालत आलेले सामाजिक, पारंपरिक संबंधच निकष ठरणारे आहेत.

पाठ क्र. ३मध्ये जीआय नोंदणीसाठी अहवालाची तयारी, सादरीकरण व यशस्वी नोंदणीकरण याविषयी विवेचन करण्यात आले आहे. या क्षेत्राशी संबंधित प्रतिनिधींच्या मुलाखतीच्या माध्यमातून फेणीचा इतिहास जाणून घेण्यात आला आहे. या पाठामध्ये फेणीसंबंधी

सादर केलेले निकष, पारंपरिक निर्मितीप्रक्रिया याविषयीही चर्चा करण्यात आली आहे. यामुळे फेणीविषयी जीआय-नियमावली बनवण्यासाठी लाभ होईल.

पाठ क्र. ४मध्ये जीआयविषयीच्या आशा-अपेक्षा यावर ऊहापोह करण्यात आला आहे. सर्वेक्षणाच्या साह्याने फेणीचे पुरवठामार्ग शोधण्यात आले आहेत. छोट्या व थेट पुरवठामार्गामध्ये ग्राहक व उत्पादक हे जवळजवळ आहेत आणि त्यांच्यातील संबंधही उत्तम आहेत. तर, लांब पुरवठामार्गामध्ये अंतिम ग्राहकाचा उत्पादकाशी बहुधा संबंध येतच नसतो. या मार्गावर बाटलीतून फेणीमाल पुरवला जातो. या दोन्ही प्रकारच्या पुरवठामार्गावर जीआय नोंदणीचा काय परिणाम होईल याविषयीही समीक्षण करण्यात आलेले आहे.

पाठ क्र. ५ मध्ये संशोधनातील काही मुख्य मुद्दे नमूद करण्यात आले आहेत. तसेच जीआयमधील सूचनाही मांडण्यात आलेले आहेत.

(१) अगदी मोजकेच संदर्भ वापरून हा अहवाल बनवण्यात आला आहे. ज्यांना अधिक माहिती हवी असेल त्यांनी परिशिष्ट ३ पाहावे.

(२) हे सर्व भारतात जीआय म्हणून नोंद करण्यात आले आहेत किंवा जीआय रजिस्ट्रीच्या विचाराधीन आहेत.

## पाठ २

### भौगोलिक निर्देशकांच्या अभ्यासामागची पार्श्वभूमी

या पाठामध्ये जीआयविषयक अभ्यासासाठी विविध मार्ग चोखाळण्यात आले आहेत. याद्वारे अनेक प्रश्नांना हात घालून नाना शंका शोधून त्यांचे निरसन करण्याचा प्रयत्न केला आहे<sup>३</sup>. निर्मिती व सेवन यामधील मोठा इतिहास लाभलेल्या परंपरेला संरक्षण देताना अनेक प्रश्न सामोरे येतात. ही पारंपरिक पद्धतीत सुसूत्रता आहे की नाही?, सर्वच उत्प-  
ादक एकप्रकारचेच साहित्य, तंत्र व प्रक्रिया पद्धती वापरतात का?, जर काही फरक असतील तर मग जीआय कायदा हातळणीसाठी त्यांची कायदेशीर चौकट कशी बनवायची? तसेच, फेणीनिर्मितीत काही वेग-  
वेगळे पद्धती असतील तर मग जीआय-नोंदणीसाठी नेमकी कोणती पद्धती स्वीकारायची?



या पाठामध्ये जीआयविषयक अभ्यासासाठी विविध मार्ग चोखाळण्यात आले आहेत. याद्वारे अनेक प्रश्नांना हात घालून नाना शंका शोधून त्यांचे निरसन करण्याचा प्रयत्न केला आहे. निर्मिती व सेवन यामधील मोठा इतिहास लाभलेल्या परंपरेला संरक्षण देताना अनेक प्रश्न सामोरे येतात. ही पारंपरिक पद्धतीत सुसूत्रता आहे की नाही?, सर्वच उत्प-  
दक एकप्रकारचेच साहित्य, तंत्र व प्रक्रिया पद्धती वापरतात का?, जर काही फरक असतील तर मग जीआय कायदा हातळणीसाठी त्यांची कायदेशीर चौकट कशी बनवायची? तसेच, फेणीनिर्मितीत काही वेगवेगळे पद्धती असतील तर मग जीआय-नोंदणीसाठी नेमकी कोणती पद्धती स्वीकारायची?

असे असले तरी जीआयविषयक वाढती उत्सुकता, वाढती लोकप्रियता हेही पाहणे गरजेचे आहे. पारंपरिक ज्ञान व प्रक्रिया पद्धतींचे संरक्षण करण्याविषयी काही निकष शोधण्यास त्याची मदत होईल त्याचबरोबर जीआयच्या अंमलबजावणीमध्ये खूपच आशादायक चित्र दडलेले असल्याचे ध्यानात येईल.

या पाठात जीआयविषयक अभ्यासासाठी दोन महत्त्वाचे मुद्दे ध्यानात घेण्यात आले आहेत. पहिला म्हणजे, सामूहिक संस्था (क्लब)ची संकल्पना, जी संस्थेचे नियम बनवणे, तसेच संस्था एकसूत्र ठेवण्यासाठी करावे लागणारे राजकारण यामुळे जीआयला अडथळे येऊ शकण्याची भीती. आणि दुसरा म्हणजे, जीआयच्या केंद्रस्थानी असलेली पारंपरिक ज्ञानाचा संबंध कसे जोडणे. फेणीचे हे स्थानिक वैशिष्ट्य हे दीर्घ इतिहास आणि परंपरा प्रतिबिंबित करते.

## भौगोलिक निर्देशकांचा अभ्यास

### भौगोलिक निर्देशकाची वाढती लोकप्रियता

इतर आयपीआर (IPR)च्या मानाने जीआयद्वारे मिळणारे लाभ, हक्क हे पूर्णतः वेगळे आहेत. डब्ल्यूटीओमध्ये पेटंटवर उठलेल्या दक्षिण-उत्तर वाद बाजूला सारत विशेषतः दक्षिणेतील सदस्यांकडून (भारतासह) अधिकाधिक संरक्षणनियमांची मागणी केली. तर उत्तरेतील सदस्यांमध्ये पेटंट, कॉपीराइट मुद्द्यांप्रमाणेच जीआयबाबतही कमालीचे मतभेद पाहावयास मिळाले. युरोपीय महासंघाला अधिक संरक्षणहक्क व बहुस्तरीय जीआयनोंदणी पद्धत हवी आहे तर याला ऑस्ट्रेलिया, अमेरिका, कॅनडा या देशांचा विरोध आहे. या वाद्याच्या केंद्रस्थानी कळीचा मुद्दा आहे तो म्हणजे जीआयमुळे स्थानिक अर्थकारण, वैश्विक बाजारपेठ आणि जीआयशी निगडित असलेली सांस्कृतिक मूल्ये हे होत.

जीआयच्या प्रभाव जगातील अनेक संघटनांवर पडला आहे. उदा. जागतिक बौद्धिक संपदा संघटनेच्या (डब्ल्यूआयपीओ) मते पारंपरिक ज्ञान व लोककला यांच्यासाठी कुठल्याही आयपीआरपेक्षा जीआयमध्ये अधिक प्रोटेक्शन देण्यात आलेले आहे. अनिल गुप्ता यांचे खालील वक्तव्य हे अधोरेखित करते.:

एखाद्या प्रदेशामध्ये वापरले जाणारे पारंपरिक ज्ञान, जैविक स्रोत यांची निर्मिती व प्रक्रिया यांना त्या भौगोलिक प्रदेशाचे एक वेगळे वैशिष्ट्याचे परिमाण प्राप्त झालेले असते. हे वैशिष्ट्य अगदी तेथील दैनंदिन जीवनमान, तेथील संस्कृती यांच्यातही खोलवर मुरलेले असते.



हे वैशिष्ट्ये भौगोलिक निर्देशक कायद्यासारख्या कायद्याच्या माध्यमातून संरक्षित करणे आता शक्य झाले आहे.

पारंपरिक ज्ञान व भौगोलिक सांस्कृतिक वैशिष्ट्यांचे रक्षण करण्यासाठी आयपीआर व इतर कायद्याबरोबरच जीआयचा एकत्रितपणे वापर करणे उत्तम ठरेल अशी शक्यताही डब्ल्यूआयपीओतील या चर्चेमध्ये व्यक्त करण्यात आली. उदा. एखाद्या हस्तकारागिरीला ते एक तांत्रिक ज्ञान समजून त्याला ज्ञातांत्रिकफबाब म्हणून संरक्षित करणे, त्या उत्पादनाचे सांस्कृतिक मूल्य हे 'सांस्कृतिक' अंग म्हणून संरक्षित करणे, आणि शेवटी ते हस्तकला उत्पादन हे 'भौगोलिक निर्देशक' म्हणून त्याच्या वैशिष्ट्यांसह संरक्षित करणे योग्य ठरेल.

जागतिक अन्न आणि कृषी संस्थेद्वारे (एफएओ), आजवर दुर्लक्षित केल्या गेलेल्या जैविक स्रोतांना जीआयबाबतीत प्राधान्य मिळावे असे मत व्यक्त करण्यात आले आहे. याबाबतीत जॉर्ज लार्सन यांनी खालीलप्रकारे आपले मत मांडलेले आहे :

स्थानिक जैविक स्रोत, परंपरा, अशी जैविक उत्पादने निर्मितीचे व प्रक्रियेचे पारंपरिक ज्ञान, पद्धती यांद्वारे अशा उत्पादनांच्या साखळीला एक योग्य प्रशासन देणे, अशा उत्पादनांची भौगोलिक ओळख संरक्षित करणे, या उत्पादनांसाठी गुणवत्ता यंत्रणा विकसित करणे, अशा बहुआयामी पद्धतीने जीआयचा वापर होणे गरजेचे आहे.

लार्सन याबाबतीत एक सूचनाही देतात की जीआयचे यश हे या उत्पादनांसाठी उभा केलेली संघटनात्मक यंत्रणा व नियंत्रण यंत्रणा याद्वारे त्या क्षेत्रातील संबंधित सर्व घटक, लोक यांचा कितपत सहभाग साधला जातो यावर अवलंबून आहे. संयुक्त राष्ट्रसंघ विकास प्रकल्पाने (यूएनडीपी) याबाबतीत मानवी क्षमता, सहभाग आणि सर्वसमावेशकता या मुद्द्यांवर काही व्यापक विचार मांडलेले आहेत. स्वर्णिम वागळे यांनी जीआयचे मानवीविकासाबाबतचे दोन आयामांकडे लक्ष वेधलेले आहे.

- **सक्षमीकरण** : जीआयचे नियम हे एका समुदायाने तयार केलेले असल्यामुळे त्या समुदायाचा मानवी विकास होण्यासाठी या कायद्याद्वारे प्रोत्साहन देण्यात आलेले आहे.

- **उत्पादनक्षमता आणि अधिक लाभ** : योग्य ब्रँडव्यवस्थापन आणि उत्पादनाचा दर यावर योग्य व्यवस्थापन असेल तर बाजारात जीआय-उत्पादनाला अधिकाधिक लाभ मिळेल व याद्वारे त्या समुदायाची आर्थिक प्रगतीही साधेल.

### 'मार्क्स' आणि पारंपरिक ज्ञान संरक्षण

डेव्हिड डाउन्स आणि साराह लायर्ड यांनी अधोरेखित केल्याप्रमाणे जीआयबाबतची सार्वत्रिक मान्यता ही काही वैशिष्ट्यांच्या कसोटीला

उतरलेली आहे :

...इतर बौद्धिक संपदा अधिकारांपेक्षा, जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स आणि ट्रेडमार्क्स हे काही समस्या दूर करण्यासाठी अधिक प्रभावी व सक्षम ठरू शकतात. ट्रेडमार्क्स आणि जिऑग्राफिकल ट्रेडमार्क्स यांच्या नियंत्रणाचा अधिकार हा चिरकाल टिकणारा आहे. कोणतीही माहिती वापरण्यावर याद्वारे कोणा एकाची मालकी राहत नाही. या कायद्याद्वारे केवळ एका समुदायाला विशिष्ट चिन्ह वापरण्याचा हक्क मिळतो, त्यांना एक वेगळी ओळख मिळते.

याविषयी अधिक प्रकाश टाकण्यासाठी, जीआयमधील खालील तत्त्वे महत्वाची ठरतात :

#### - सांस्कृतिक व पारंपरिक रिवाजांनुरूप संरक्षणाचे

**स्वरूप ठरते** : बहुतेक देशांमध्ये, जीआयचा हक्क हा उत्पादनाच्या संपूर्ण साखळीतील विविध स्तरावर कार्यरत असलेल्या अनेक वैयक्तिक उत्पादकांच्या सामूहिक संघटनेला देण्यात आलेला आहे. या भौगोलिक प्रदेशाबाहेर स्थित असणाऱ्या उत्पादकांना हे जीआय प्रमाणपत्र मिळत नाही. थोडक्यात, जीआयमुळे उत्पादनाचे नियम, उत्पादनाचे स्थान निश्चित करता येते. यामुळे या उत्पादनाशी निगडित असलेल्या सांस्कृतिक, सामाजिक प्रथा, चालीरीती, वैशिष्ट्ये यांचेही रक्षण करणे शक्य होते.

- **ज्ञान - एक सामाजिक संपत्ती** : जीआयमध्ये मिळणाऱ्या संरक्षणामुळे त्या उत्पादनाच्यासंबंधित ज्ञानावर कोणाचाच एकाधिकार राखता येत नाही. त्यामुळे जीआय संरक्षित क्षेत्रामधील जे उत्पादक हे नियम पाळत नाहीत किंवा या प्रदेशाबाहेर स्थित असलेले उत्पादक हेही हे ज्ञान वापरू शकतात. फरक इतकाच की हे उत्पादक प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्षपणे संरक्षित निर्देशकाचा वापर करू शकत नाहीत.

- **जीआय अधिकार हा चिरकाल आहे** : जोवर संरक्षणअधिकाराचा गाभा, उत्पादन-दर्जा-भौगोलिक निर्देशक ही त्रिसूत्री संबंध पाळले जातात तोवर जीआय अधिकार निर्देशकाचे संरक्षण करतो. विशेष म्हणजे, बहुतेक जीआय कायदे हे वैशिष्ट्यांचे पुन्हा प्रमाणिकरण करण्याची मुभा देतात यामुळे नावीन्यता आणि योग्य पारंपरिक पद्धतीचा अवलंब करण्यास परवानगी देतात. तसेच, यामुळे प्रमाणिकरणातील कोणताही बदल हा जीआयचे वेगळेपण आणि त्याचे त्या प्रदेशाशी असलेले संबंध यांचे महत्त्व कमी करणारा नसावा.

हे ऐकण्यास जरी चांगले वाटत असले तरी मुख्य मुद्दा राहतोच की, कायद्याद्वारे निवडलेले निकष हे प्रत्यक्षात कसे साधले जाणार आहेत. पारंपरिक ज्ञान आणि सांस्कृतिक वैशिष्ट्यांच्या संरक्षणासाठी बनवलेल्या काही जीआय, सर्टिफिकेशन मार्क्स आणि ट्रेडमार्क्स कायद्याची उदाहरणे अभ्यासणे येथे महत्त्वाचे वाटते. न्यूझीलंडमधील झमावरी मार्कफ (चौकट ७ : मावरी मार्क) हे एक प्रमुख उदा-

हरण आहे. याबाबतीत संयुक्त राष्ट्रसंघाच्या व्यापार व विकास परिषदेने (यूएनसीटीएडी) याकामी महत्वाचे कार्य केलेले आहे. उदा. जीआयसाठी भारतात केंद्र सरकारच्या साह्याने यूएनसीटीएडी गेली सहा वर्षे एका उपक्रमाद्वारे विविध दिशांनी कार्य करत आहे. यामध्ये प्रादेशिक कार्यशाळा, कारागिरांच्या समूहांना मदत, जीआयचा व्यापक स्वरूपात अभ्यास करणे या उद्देशांचा समावेश आहे. या उपक्रमाच्या माध्यमातून २१ जीआयची नोंदणी करण्यात आली आहे.

### चौकट ७: मावरी मार्क आणि पारंपरिक ज्ञान व सांस्कृतिक वैशिष्ट्यांचे संरक्षण

मावरी लोकांच्या अधिकारांचे व्यापक स्वरूपात संरक्षण करण्यासाठी अतिशय नावीन्यपूर्ण मार्गाने ट्रेडमार्कर्सचा केलेला वापर हे मावरी मार्कचे वेगळेपण आहे. न्यूझीलंडच्या राष्ट्रीय कलासंवर्धन संस्थेच्या सहकार्याने मावरी कलाकारांनी, लोकांनी एक देशव्यापी सभांचा उपक्रम राबवला. यामध्ये आपला सांस्कृतिक वारसा, पारंपरिक ज्ञान पारंपरिक कारागिरी, रचना यांच्यावरील आपला अधिकार कायमचा राहावा, व्यावसायिक दृष्टीनेही यांचा वापर करता यावा यासाठी त्यांनी मावरी मार्क बनवण्याविषयी सर्वंकष चर्चा केली.



हा मार्क सर्वसमावेशाचे उत्तम प्रतीक आहे. हा मार्क तेथील एक ज्येष्ठ कारागीर डॉ. पक्कारिकी हॅरिसन यांच्या नेतृत्वाखाली एका मावरी कलाकारांच्या चमूना विकसित केला आहे. या मार्कमध्ये भूतकाळातील, विद्यमान व भविष्यातील लोकांच्या वंशावळीस स्थान देण्यात आले आहे. फेब्रुवारी २००८मध्ये क्रिएटिव्ह न्यूझीलंड संस्थेच्या माध्यमातून हा मार्क नोंद करण्यात आला आहे. या मार्कच्या प्रशासनाचे हक्क क्रिएटिव्ह न्यूझीलंडची मावरी कला समिती असलेल्या ज्ञते वाका तोईफ या संस्थेकडे आहेत. यातील दोन नियम खाली दिलेले आहेत :

- मावरी लोकांचे वंशज असलेल्या व्यक्तींना, व्यक्तींच्या समूहांना हे चिन्ह वापरता येईल. तसेच, मावरी कलाकारांसाठी 'मेनली मावरी' हे चिन्ह आणि मावरी व इतर समुदायांच्या लोकांच्या समूहांच्या एकत्रित उपक्रमासाठी 'मावरी को-प्रॉडक्शन' हा मार्क विकसित करण्यात आला आहे.

- तसेच जे उत्पादन विकसित करण्यात आले आहे ते मावरी कलाकारी आहे की मावरी कालकारीसदृश व वेगळे आहे यांची पडताळणी करण्यासाठी निकष हे स्पष्ट करण्यात आले आहेत. 'ते वाका तोई' संघटना या परवानाप्राप्त कलाप्रकारांच्या रक्षणाची जबाबदारी पेलत आहे.

या नियमांबरोबरच प्रमाणपत्रधारक कारागिरांनी मावरी कारागिरीच्या उत्पादनांवर 'मावरी मार्क'चे चिन्ह झळकवणे बंधनकारक केलेले आहे. यासाठी प्रत्येक कारागिराला विशिष्ट क्रमांक देण्यात आलेले आहे. हा क्रमांकही मावरी मार्कच्या लेबलवर असणे बंधनकारक असते. यामुळे एखादी वस्तू नेमक्या कोणत्या कारागिराने बनवली आहे हे पाहता येते. त्याच्या दर्जामध्ये काही बदल अपेक्षित असतील तर तशा तातडीच्या सूचना करणे शक्य होते.

इतर माहिती: <http://www.toiio.com/>

### कंझम्पशनविषयी सामाजिक चळवळी आणि 'उगमस्थान नर्देशित करणारी चिन्हे'

विकास संकल्पना आणि सामाजिक चळवळी यांचे उत्पादक समूह आणि ग्राहक यांच्यावर जीआयच्या माध्यमातून कसे प्रतिबिंब पडते हे पाहणे सयुक्तिक ठरेल. जीआयला एक मोठा व व्यापक स्वरूपाचा असा इतिहास लाभलेला आहे.

'ट्रीप्स'मध्ये जरी हल्लीच जरी जीआयला स्थान मिळाले असले तरी व्यापारसंस्कृतीचा इतिहास पाहताना आपल्याला जीआय संकल्पना किती जुनी आहे ते अनुभवास येते. भौगोलिक उगमस्थान, विशिष्ट दर्जा आणि मान हे निर्देशित करण्यासाठी विविध प्रकारे उत्पादनांवर चिन्हे छापण्याचा मोठा इतिहास लाभलेला आहे. १२व्या शतकामध्ये इजिप्शियन लोक मद्यउत्पादनावर निर्मितीसाठी वापरलेल्या द्राक्षांचे उगमस्थान, पिकाचे वर्ष अशी माहिती छापण्यासाठी विविध प्रकारची चिन्हे व शिक्के वापरत असत. पुढे युरोपातील व्यापारीसंघही आपल्या मालाचा दर्जा दर्शविणारे शिक्के उत्पादनावर छापू लागले. आपण आजही दैनंदिन जीवनात वापरत असलेल्या अनेक उत्पादनांना त्यांच्या उगमस्थानावरूनच नाव मिळाल्याचे पाहायला मिळते. उदा. पोर्सेलिनसाठी चीन तर कॉफीला मिळालेले नाव हे इथिओपियातील तिचे उगमस्थान असलेला 'काफफा' या प्रदेशावरून पडलेले आहे. तसेच किवी-फळ, बर्म्युडा शॉर्ट ही उत्पादने केवळ भौगोलिक उगमस्थान नव्हे तर उत्पादनाचे भौगोलिक महत्त्व आणि व्यापारमार्ग यांचेही निर्देशन करतात.

ट्रीप्सअंतर्गत जीआयची व्याख्या आपण यापूर्वीच पाहिलेली आहे. यामध्ये उत्पादन, भौगोलिक वैशिष्ट्य आणि उगमस्थान असे त्रिसूत्रीय संबंध असणे आवश्यक आहे. (चौकट ३ : भौगोलिक निदर्शकाची ओळख, पाठ १ पहा). थोडक्यात जीआय म्हणजे केवळ उगमस्थानाचे निर्देशन नव्हे उदा. मेड इन इंडिया. तर उत्पादनाचे विशिष्ट भौगोलिक वैशिष्ट्य दाखवण्यासाठी, त्या वैशिष्ट्याचे महत्त्व दाखवण्यासाठी काही प्रादेशिक पण लोकप्रिय चिन्हांचा वापर उत्पादनावर केला जातो. उदा. भारतातील ताजमहल, इजिप्तचे पिरॅमिड.

तर काहीवेळा या भौगोलिक चिन्हांचा वापर चुकीचा झालेला असतो. असा चुकीचा वापर हे बेकायदेशीर असल्याचे कायदा मानतो कारण यामुळे ग्राहकांच्या नजरेत उत्पादनाची चुकीची ओळख भरली जाते व त्या चिन्हाचेही महत्त्व कमी होते. युरोपियन न्यायालयामध्ये फेटाच्या जीआयनॉदणीसंदर्भातील खटल्याबाबत निवाडा देताना न्यायालयाने युरोपियन कमिशनचे म्हणणे ग्राह्य मानले होते की, 'ग्रीक शब्दांशी साधर्म्य असणारे शब्द किंवा चित्रे उत्पादनावर वापरून उत्पादकाने केवळ एक विक्रीधोरण राबवलेले आहे यामुळे मूळ उत्पादनाच्या लोकप्रियतेचा वापर करून आपले उत्पादन खपवण्याचा हा प्रयत्न आहे. यामुळे एकूणच ग्राहकाला फसवण्याचा प्रयत्न झाला आहे.'

उत्पादनाच्या वापरात होणाऱ्या बदलांमुळे उत्पादनाची मूळ अवस्थाही आता आवर्जून ध्यानात घेतली जात आहे. काही ठिकाणी पर्यावरणीय घटक तर काही ठिकाणी मजूर समस्या, काही ठिकाणी सामाजिक न्याय, नैतिकता तर काही ठिकाणी प्राणीसंरक्षण हे मुद्दे कळीचे ठरत आहेत. यामुळे उत्पादनाच्या मूळ घटकांसंबंधी लेबलवर निर्देशन करण्याबाबत विविध प्रकारे मागणी वाढत चालली आहे. यातूनच मग फेअर ट्रेड, विविध प्रकारची सेंद्रिय प्रमाणपत्रे यांचीही गरज वाढलेली आहे. बालमजूर वापरविना बनविलेले कार्पेट उत्पादन निर्देशित करण्यासाठी कार्पेटवर 'रगमार्क' तर 'कन्फ्लिक्ट-फ्री' हिऱ्यांसाठी 'किम्बर्ली प्रोसेस' अशी चिन्हे वापरणे बंधनकारक होऊ लागले आहे. एकूणच या नीतिमूल्यांवर भर देताना सामाजिक न्यायाला प्राधान्य देण्याविषयी जागरूकता वाढत आहे. 'नो स्वीटशॉप' चळवळीतून संघटनात्मक मजुरी व कामाच्या ठिकाणी अनुकूल वातावरणनिर्मिती करण्याची मागणी करण्यात आली. बालमजुरी व कामाच्या ठिकाणचे प्रतिकूल वातावरण याविरुद्ध चाललेल्या चळवळीमुळे नायके वेळोवेळी संकटात सापडली. तसेच पाकिस्तान व कंबोडियातही फुटबॉल समस्येवरून वादळ उठले.

जीआयमध्येही अशा सामाजिक मूल्यांप्रतीचे निर्देशन करण्याविषयीच्या मुद्द्याला स्थान देण्यात आलेले आहे, पण यात थोडासा फरक असल्याचे जाणवते. जीआयमध्ये जी काही चिन्हे, निर्देशक आहेत ती उत्पादकांच्या समूहाने विकसित केलेली आहेत. सर्व नियम बनवणारे तेच आहेत. यामुळे या निर्देशकांवर त्यांचा मतांचा, इच्छांचा मोठा प्रभाव निश्चितच पडतो. जीआयची संकल्पना ही आपल्या उत्पादनाची वैशिष्ट्ये स्वतःच निश्चित करण्याचा जीआयने दिलेला या समूहांना अधिकार आणि उत्पादनाचे वैशिष्ट्य, मूळस्थान याबाबत जागरूक असलेला ग्राहक या दोन्ही घटकांच्या विचारांना एकत्रित करणारी आहे. अशाप्रकारे जीआय-उत्पादने ही मूल्ये जपण्यास प्राधान्य देतात. अशा उत्पादनप्रणालीमध्ये उत्पादन केवळ केवळ उपभोगण्याची वस्तू राहत नाही (चहा) किंवा केवळ एक ब्रँड म्हणूनच आपले अस्तित्व ठेवत नाही (उदा. टाटा टी), तर ते एक

भौगोलिक वैशिष्ट्य असलेले उत्पादन ठरते (उदा. दार्जिलिंग).

जीआयचे आणखी एक महत्त्वाचे वैशिष्ट्य म्हणजे, जगभर आता कृषिअन्न उत्पादन क्षेत्र विस्तारित होत असताना त्याऐवजी जीआय कशी भूमिका घेते हे महत्त्वाचे आहे. या कृषिअन्न क्षेत्रातील उत्पादनांमागचा मुख्य भाग म्हणजे अनियमित उत्पादन व बदलता उत्पादन पाया हा आहे, यामुळे सतत वेगवेगळ्या ठिकाणाहून कमी उत्पादनखर्चात ही उत्पादने पुरवली जात असतात. यामुळे उत्पादनाचे निश्चित असे उगमस्थान नसते. या समस्येविषयी माहिती देताना नेहमीच आहारउत्पादनांचे 'मॅकडोनाल्डायझेशन' होत असल्याचे म्हटले जाते. असा प्रकारामुळे उत्पादनाची मूळ वैशिष्ट्येच टिकवली जात नाहीत. उगमस्थानाच्या मुद्द्यावर जीआयची भूमिका वेगळी आहे आणि उत्पादनाच्या विशिष्ट भौगोलिक प्रदेशाबाहेर जीआय प्रमाणपत्र दिले जात नाही. यामुळे जागतिक अन्नउत्पादनांच्या बाजारपेठेत जीआय संकल्पना बाजूला राहते.

उत्पादक तसेच वितरकांना जीआय-उत्पादनाचा व्यापार करण्यासाठी हे उत्पादन परवानाप्राप्त उत्पादकांकडूनच घ्यावे लागते. जर टाटा टीला आपले चहा उत्पादन 'दार्जिलिंग' या ब्रँडनेमखाली विकायचे असेल तर कंपनीला यासाठी जीआयप्रमाणित दार्जिलिंग भौगोलिक क्षेत्रातूनही चहामाल उत्पादित करावा लागेल व तसेच प्रमाणपत्र भारतीय चहा मंडळाकडून (दार्जिलिंग जीआयची हक्क असलेली संस्था) प्राप्त करावे लागेल.

अशी अनेक उदाहरणे आढळतात जिथे जीआयच्या लोकप्रियतेचा वापर खोट्या उत्पादनांसाठी केला गेल्याने वाद उत्पन्न झाला आहे. उदा. बासमती राइस (पाट १ पहा). असेच एक उदाहरण इटलीतील 'पर्मा हॅम'चे आहे. १९६३ साली बनलेल्या 'कोन्सो-हायझो डेल प्रोसिउट्टी डि पर्मा' या उत्पादकांच्या समूहाखाली पर्मा हॅम ब्रँड विकसित झाला आहे. (चौकट ८ : पर्मा हॅम). १९९७ साली जगातील सर्वात मोठी वितरण साखळी असलेल्या वॉल-मार्ट या कंपनीच्या मालकीची ब्रिटिश वितरण संस्था अॅस्डाविरुद्ध पर्मा हॅमने कारवाई केली. अॅस्डा ही 'ज्युनाइन इटालियन पर्मा हॅम' या नावाखाली आपले उत्पादन विकत होती. तसेच या उत्पादनावर 'सर्व ऑथेन्टिक अॅस्डा कॉन्टिनेन्टल मांस उत्पादने ही पारंपरिक पद्धतीने केली असल्याने खरी चव व दर्जा यांची हमी देतात.' तसेच 'प्रोज्युस्ड इन इटली, पॅक्ड इन युके फॉर अॅस्डा स्टोअर्स लिमिटेड' असा मजकूरही छापला होता.

**चौकट ८: पर्मा हॅम : संरक्षित दर्जा वापरताना संस्था झ्याय-क्युरिंग हॅमचे उगमस्थान हे अनेक ऐतिहासिक पुराव्यांमध्ये सापडते. इ.स.पूर्व १००व्या शतकातील काटो दि 'सेन्सर'मध्येही याविषयी पुरावा सापडतो. सॉल्टेड पिग लेग-बोन्सविषयी पुरातत्त्व**

विभागाने केलेले संशोधनही या उत्पादनाचे मूळ तसेच भौगोलिक स्थानाची संदर्भ शोधताना वापरला जातो.

१९६३ साली २३ उत्पादकांनी एकत्र येऊन कन्सॉर्टियम ऑफ पर्मा हॅम संस्था सुरु केली. पुढे याचा विस्तार होऊन यात १७० उत्पादकांना तसेच पुरवठा साखळीतील अनेक व्यावसायिकांना



समाविष्ट करून घेण्यात आले. १९७० साली इटालियन सरकारने पर्मा हॅमचे संरक्षण करण्यासाठी स्थानिक कायदा अमलात आणला आणि या कायद्याद्वारे उत्प-  
ादन व वितरणाचे अधिकार कन्सॉर्टियमला देण्यात आले.

हॅम उत्पादनाच्या चाचणीप्रक्रियेच्या अंतिम टप्प्यात कन्सॉर्टियमच्या मान्यताप्राप्त प्रतिनिधींकडून कन्सॉर्टियमचे 'डुकल क्राउन' हॅमवर लावण्यात येत असे. युरोपमध्ये याविषयी एकमत झाल्यानंतर १९६६मध्ये 'प्रोटेक्टेट डेसिग्नेशन ऑफ ओरिजिन'नुसारही पर्मा हॅम संरक्षित करण्यात आले.

डुकराच्या पाठीमागील पायांच्या हाडांपासूनच पर्मा हॅम बनवले जाते. यामध्ये केवळ चारच घटक वापरले जातात ते असे : इटालियन डुक्कर, मीट, हवा व वेळ. याविषयीचे विस्तृत निकष पाहायचे झाले तर यामध्ये डुकराची जात, डुक्कर वाढीचे स्थळ, त्यांचा आहार, डुक्कर मारण्याची पद्धत व प्रक्रिया यांचा समावेश आहे. यापैकी काही खालीलप्रमाणे :

- इटलीतील टराविक जिल्हे व भौगोलिक प्रदेशांमध्ये विशिष्ट जातीची, विशिष्ट आहार देऊन वाढवलेली डुकरे वापरली जात.

- पर्मा हॅमसाठी वापरण्याचे डुकरांच्या मागच्या पायाचे निकषही ठरवण्यात आले आहेत. यामध्ये चरबीचे प्रमाण, चरबीचा थर, आदींविषयीचे निकष ठरवण्यात आले आहेत.

- पर्मा हॅमची सर्व निर्मिती केंद्रे, कटाईकेंद्रे, पॅकेजिंग केंद्रे ही वर उल्लेख केलेल्या प्रदेशांमध्येच स्थित असावीत आणि या प्रदेशांतून मिळणारा सर्व प्रकारचा कच्चा माल वापरावा.

विहित व्याख्येप्रमाणे, पर्मा हॅमची विक्री निर्देशित केलेल्या भौगोलिक प्रदेशांमध्ये स्लायसिंग व पॅकेजिंग केल्यावर केवळ स्लाइसड व पॅकेज्ड स्वरूपातच करावी.

अधिक माहिती : <http://www.prosciuttodiparma.com>

अॅस्डाने वापरलेले हॅम उत्पादन हे कन्सॉर्टियमचा परवाना सदस्य असलेल्या हायग्रेड फूड्स लि. या एका मध्यस्थ कंपनीने पुरवले होते. तेव्हा अॅस्डासाठी हायग्रेडटर्फे ब्रिटनमध्ये तांत्रिकपणे हॅमचे स्लायसिंग

व पॅकेजिंग करण्यात आले होते. पण 'पर्मा हॅम'च्या उत्पादननियमांमध्ये असा एक नियम आहे की हॅमची छाटणी व पॅकेजिंग हे ग्राहकासमोरच झाले पाहिजे असा नियम आहे. अॅस्डा विक्री करत असलेले उत्पादन हा नियम पाळत नव्हते यामुळे अॅस्डाच्या या उत्पादनाने जीआयचे निकष न वापरण्याविषयी निकाल द्यावयाचा होता. कन्सॉर्टियमचा दावा असा होता की, पर्मा हॅमच्या उत्पादनप्रक्रियेमध्ये स्लायसिंग व पॅकेजिंग या दोन महत्त्वाच्या क्रिया आहेत. उत्पादन दर्जा, त्याची मूळ वैशिष्ट्ये व सुरक्षा याविषयीचे निकष पाळण्यासाठी तसेच एकूणच या ब्रँडविषयीचा ग्राहकांमधील असलेला विश्वास राखण्यासाठी उत्पादकाने या क्रिया योग्यरीतीने करण्याची गरज असते. जगातील सर्वात मोठ्या रिटेलविरुद्ध कन्सॉर्टियमने गुदरलेला हा दावा अमेरिकेतील स्थानिक न्यायालयात सुरु झाला आणि पुढे तो युरोपियन जस्टिस कोर्टात दाखला झाला. अखेर २००३साली युरोपियन जस्टिस कोर्टाने कन्सॉर्टियमच्या बाजूने निवाडा दिला. 'जीआय प्रमाणपत्र असलेल्या उत्पादकांच्या हक्कांचे रक्षण व्हावे, या उत्पादनाच्या बाजारात असलेल्या नावाचा, प्रतिष्ठेचा व विश्वासाचा तिसऱ्यानेच आपले उत्पादन खपवण्याचा प्रकार करणे हे गैर आहे. यामुळे तिसरा पक्ष विकत असलेले उत्पादन हे जीआय निकषांनुसारच असले पाहिजे.'

### जीआय आणि विकास संकल्पनेतील बदल

वर नमूद केलेली उदाहरणे पुन्हा एकदा व्यवसायातील नैतिक मूल्यांवर प्रकाश टाकतात. काही विचारवंतांनी म्हटले आहे की, 'स्थानिक स्रोत, क्षमता यांचा वापर करूनच शाश्वत असा विकास साधला जातो. फ या विचारातून एक गोष्ट स्पष्ट होते की, भूमिपुत्रांनी स्थानिक उत्प-  
ादन प्रक्रियेचे ज्ञान, कारागिरीचे कसब, परंपरा हिसकावून घेण्याच्या बलाढ्यांच्या प्रयत्नांविरुद्ध चळवळी केल्या आहेत.' नवा इतिहास घडवणे व स्थानिकांना मान मिळवून देणे हे उद्देशही या चळवळींमागे होते. जागतिकीकरणाच्या प्रक्रियेत हा प्रकार थोडा विरुद्ध स्वरूपाचा वाटत असला तरी, वैश्विक संस्था, परकीय साहित्य, तंत्र यांचा वापर स्थानिक समाधानासाठी कसा करता येईल याविषयी विचारवंतांनी विचार मांडलेले आहेत. यातूनच 'ग्लोकल' संकल्पनेचा उदय झाला आहे. यामध्ये परकीय तंत्र वापरून स्थानिकांचे रक्षण करणे हा उद्देश साधण्यात आला आहे. विविध प्रकारचे जीआय संकल्पनेचा वापर विकासप्रक्रियेत करून घेता येतो. 'संबंधित उत्पादन हे स्थानिकांच्या जगण्याचा आधार आहे,' हे मान्य केले गेले पाहिजे. हा विचार पुढे स्पष्ट करण्यात आला आहे. जीआय-उत्पादनाच्या निकषांचा अहवाल हा भूमिपुत्रांना पुन्हा मान मिळवून देण्यासाठी आहे या नजरेतून पाहणे योग्य ठरेल. पूर्वी नमूद केल्याप्रमाणे जीआयच्या नियमांचा अहवाल हा अन्यायाविरुद्ध लढण्यासाठी कसा वापरता येतो हे आपण पाहिले आहे. विश्वस्तारावर चाललेल्या जीआय चळवळीतून जीआयला विविध

स्तरातून मिळत असलेला पाटिंबाच दर्शविला जातो आहे. त्याचबरोबर जीआयला मिळत असलेल्या पाटिंब्याकडे व्यापक दृष्टीतून पाहताना एक सावधगिरीची नजरही ठेवणे गरजेचे आहे. 'नियम निर्मिती'ची प्रक्रिया ही महत्वाची असते. जीआयला आपल्या उत्पादनाच्या निकषांचे, निर्मिती प्रक्रियेचे नियम याविषयीच्या नियमांचा लेखी निवेदन जोडणे आवश्यक असते. यामुळे विशिष्ट प्रदेशातील उत्पादक, वितरक यांनी एका व्यासपीठावर येऊन कुठेतरी तडजोडीचे धोरण स्वीकारून हे निकष ठरवायला हवेत. यासाठी मग सहभागी झालेल्यांच्या, सहभागी नसलेल्या लोकांच्या राजकीय, आर्थिक, सामाजिक शक्तीचे प्रतिबिंब या निकषांवर पडतात. जीआय-उत्पादनांसाठी हे नियम फारच महत्वाचे असतात कारण या उत्पादनाला मोठा इतिहास असतो, सामाजिक वारसा लाभलेला असतो आणि यातूनच मग भविष्यातील संघर्षाची कवाडे उघडणारी असतात.

दुसरी सावधगिरीची सूचना म्हणजे, नियमनिर्मितीच्या प्रक्रियेनंतर हे नियमच महत्वाचे असतात. काहीजण अशी भीती व्यक्त करतात की, या नव्या जीआय नियमांमुळे पारंपरिक वैविध्यतेची श्रीमंती नष्ट होईल का? जीआय संदर्भात असलेल्या वैविध्यपूर्ण पारंपरिक चालीरीती या जीआय-नियमांच्या चौकटीत कशा बसवायच्या? असे अनेक प्रश्न, शंका या उत्पादनाच्या जीआय-विषय नियम, निकष निर्मिती प्रक्रियेच्यावेळी ध्यानात घ्याव्या लागतात. एकूणच विविध समाविष्ट असलेल्या व नसलेल्या उत्पादकांचे, सामाजिक घटकांच्या हितसंबंधातील तडजोड म्हणजे हे नवे जीआय-उत्पादनाचे निकष असतात.

## एक समूह म्हणून भौगोलिक निदर्शक

### क्लबचे प्रामाणिक आवाहन

जीआय संकल्पनेवर चर्चा करताना 'क्लब'विषयीच्या कल्पनेलाही हे एक प्रामाणिक आवाहन आहे, की जेव्हा समूहसदृश स्थिती उत्पन्न होते तेथे जीआयमधील निकष हे कायद्याप्रमाणे कार्य करतात. 'क्लब' कल्पना ही नोंदणी प्रक्रियेदरम्यान उत्पादनाचे निकष ठरवताना उगम पावते. २००९साली युरोपियन जस्टिस कोर्टने एक महत्वाचा निकाल दिला आहे. यामध्ये जीआय-धारकांनी झग्राणा पॅडानो चीजफया उत्पादनासंदर्भातील बनवलेले निकष हे त्यांना जीआयचे विशेषाधिकार देतात का? (चौकट ९ : ग्राना पॅडानो क्लब). इतर उत्पादक हे सर्व निकषांचे पालन न करता जीआयचा वापर करू शकतात का? या प्रश्नांवर प्रकाश टाकण्यात आला आहे. या खटल्यातील एक महत्वाची बाब म्हणजे या वादाचे मूळ हे संरक्षित केलेल्या भौगोलिक क्षेत्रामध्ये चीजचे ग्रॅटिंग व पॅकेजिंग करणे हे आहे. या खटल्यात कोर्टाने असा निकाल दिला की, जीआय नोंदणी अहवालात नमूद केलेले किंवा समूहाने बनवलेले उत्पादन निकष हे उत्पादनाचे निर्देशित उगमस्थान

कितपत संरक्षित करायचे (प्रोटेक्टेड डेसिग्रेशन ऑफ ओरिजिन-पीडीओ) आणि पर्यायाने, पीडीओ नोंदणीच्या अस्तित्वानंतर संबंधित नसलेल्या इतर घटकांपासूनही कितपत संरक्षण करायचे हे ठरवतात. थोडक्यात, न्यायालयाचा हा निर्णय झूजीआय-क्लबफ्र्या पाया भक्कम करतो. तर दुसरीकडे उत्पादकांना, त्यांनी सादर केलेल्या नियमांनुसार, नियमांचे पालन केल्यास क्लबचे सदस्य म्हणून अधिकार देतो. तर जे कोणी हे नियम पाळत नाहीत त्यांना क्लबमध्ये स्थान मिळत नाही व त्यांना जीआय-क्लबने वापरलेल्या नावाचाही वापर करण्यापासून मनाई करतो.

## चौकट ९ : ग्रॅना पॅडानो क्लब

१९५४ साली दि कोन्सोर्झियो पर ला ट्युटेला डेल फॉर्माजियो ग्रॅना पॅडानो (दि कन्सॉर्टियम ऑफ ग्रॅना पॅडानो प्रोज्युसर्स)ची स्थापना करण्यात आली. आजघडीला यामध्ये २००हून अधिक उत्पादक, वितरकांचा समावेश आहे. ऑक्टोबर १९५५मध्ये हा क्लब इटलीतील कायद्यांप्रमाणे कार्य करत होता. पण १९६६मध्ये जेव्हा युरोपियन कायदे बनवले गेले तेव्हा ग्रॅना पॅडानाला प्रोटेक्टेड डेसिग्रेशन ऑफ ओरिजिन (पीडीओ)चा दर्जा मिळाला.

ग्रॅना पॅडानो हे अतिशय संधगतीने उकळून व शिजवून तयार केलेले एक सेमी-फॅट हार्ड चीज आहे. गायीच्या दुधापासून ते बनवले जाते. या गायींना हिरवा तसेच कोरडा चारा आहार म्हणून दिला जातो. गायीचे दूध काढणे, चीज निर्मिती प्रक्रिया आणि चीज कसे पक्क बनते याविषयी विविध प्रक्रिया, नियम आहेत. १९९९ साली ग्रॅटेड स्वरूपातील चीजचा समावेश करण्यासाठी या निकषांमध्ये बदल करण्यात आले. या नव्या निकषांप्रमाणे या चीजचे ग्रॅटिंग हे उत्पादनस्थळीच करावयाचे आणि कोणतीही पुढील प्रक्रिया न करता, कोणतेही इतर साहित्य त्यात न मिसळता, उत्पादनाच्या ऑर्गेनोलेप्टिक गुणधर्मांमध्ये कोणताही बदल होणार नाही या पद्धतीने पॅकेजिंग केले गेले पाहिजे.

कोर्टासमोर प्रश्न होता की या नव्या नियमांनुसार बनवले न गेलेले चीज हे 'ग्रॅना पॅडानो'च्या नावा व लोगोखाली विक्री करण्यास परवानगी द्यावी का? जीआय-क्लबचा सदस्य राहण्यासाठी सर्व निकष तंतोतंत पाळले गेले पाहिजेत का?

अधिक माहिती : <http://www.granapadano.com/ing/index.htm>

संरक्षित निर्देशक, न्यायालयाने व ट्रेडमार्क्स कार्यालयाने दिलेली चिन्हे यांचा वापर करून क्लब-सदृश दर्जा मिळालेले आणखी एक जीआयचे उदाहरण आहे. उदा. जेव्हा न्यायालयाने एका उत्पादनाला, संरक्षित जीआयविरुद्ध असलेली भौगोलिकदृष्ट्या असलेली चिन्हे नोंद



करून घेण्यास मनाई केली तेव्हा कोर्टाने जीआय क्लबच्या सीमांचे रक्षण केले. डायर मीकिन ब्रुवरीजने 'माल्टेड व्हिस्की' साठी 'हायलॅंड चीफ' चा ट्रेडमार्क वापरण्याविषयी भारतात दाखल केलेला दावाही विशेष आहे. या ट्रेडमार्कमध्ये टारटानचा वेश परिधान केलेल्या एका (स्कॉटिश) व्यक्तीचे चित्र आहे. 'हायलॅंड चीफ' हा शब्दप्रयोग वापरून ही व्हिस्की स्कॉटलंडमध्ये बनवली गेल्याचे वाटते म्हणून स्कॉटिश व्हिस्की संघटनेने या ट्रेडमार्कच्या नोंदणीला विरोध केला. दिल्ली उच्च न्यायालयाने संघटनेचे हा दावा ग्राह्य धरत 'हायलॅंड चीफ' हा ट्रेडमार्क केवळ एक विक्रीवृद्धीची युक्ती असल्याचे नमूद करत हा ट्रेडमार्क रद्द केला.

ग्राहकाला फसवणारे, जीआय-उत्पादनांच्या लोकप्रियतेचा वापर करून आपली विक्री वाढवण्याचा प्रयत्न करणाऱ्या ट्रेडमार्कर्सच्या नोंदणीला परवानगी न देता किंवा परवाना दिलेले ट्रेडमार्कर्स रद्द करून न्यायालयाने जीआय-धारकांचे हितरक्षण केले आहे. भारत सरकारनेही 'बासमती' संदर्भात ब्रिटनमध्ये राइसटेक ट्रेडमार्कसविरुद्ध असाच दावा दाखल केला होता (पाठ १ पाहा). ग्रॅना पॅडानो संदर्भात उत्पादनाचे निकष पाळले गेले आहेत की नाहीत या संदर्भात; तर ट्रेडमार्कवर चित्राद्वारे जीआय-क्लबच्या लोकप्रियतेचा वापर करून लाभ मिळवण्याचा प्रयत्न या 'हायलॅंड चीफ' खटल्यासंदर्भात न्यायालयाने जीआय-क्लबचीच बाजू मान्य केली आहे. यापुढील भागात आपण 'क्लब' संकल्पना आणि जीआयच्या अभ्यास करण्यासाठी तसेच फेणी-क्लबच्या निर्मितीसाठी महत्वाची ठरतील अशी या संकल्पनेच्या वैशिष्ट्यांची माहिती पाठ ३मध्ये देण्यात आलेली आहे.

### क्लबची वैशिष्ट्ये व काही उदाहरणे

क्लबची दोन प्रमुख वैशिष्ट्ये आहेत. पहिले म्हणजे, या क्लबचे अधिकार, हक्क यांचा लाभ हा क्लबचा प्रत्येक सदस्य दुसऱ्या सदस्याच्या हितात कोणतीही बाधा न येता घेऊ शकतो. केवळ सदस्यांसाठीच हा क्लब असतो. टॉड सॅडलर व जॉन त्स्विहार्ट या विचारवंतांनी क्लबची केलेली व्याख्या अशी, इवैयक्तिक स्वयंसेवकांचा असा समूह ज्यामध्ये प्रत्येकाला पुढील गोष्टींपैकी एक वा अधिक गोष्टीद्वारे एकमेकांकडून लाभ उत्पन्न करू शकतो : उत्पादन खर्च, सदस्याची वैशिष्ट्ये किंवा एक्सलुडेबल बेनिफिट असलेला माल.फ

केवळ मनोरंजनाची सुविधा पुरवणारे क्लबच नव्हे तर इंडियन परफॉर्मिंग राइट्स सोसायटी, जागतिक व्यापार संघटना आणि फेअरट्रेड लेबलिंग ऑर्गनायझेशन इंटरनॅशनलसारख्या निकष स्थापित करणाऱ्या तसेच प्रमाणपत्रे देणाऱ्या संस्था यांचाही 'क्लब'मध्ये समावेश होतो. (चौकट १० : फेअरट्रेड)

### चौकट १० : फेअरट्रेड – निकष स्थापना व तपासणी

'फेअरट्रेड' ही एक सामाजिक जाणिवेतून उदयास आलेली संस्था आहे. ही संस्था व्यापारविश्वामध्ये योग्य दर, अधिक समानता आणणे आणि शाश्वत तसेच पर्यावरणप्रिय असा विकास साधण्याचा विचार प्रसारित करते. 'फेअरट्रेड'च्या अनेक व्याख्या आहेत. अनेक संस्था, समूह यांनी आपली स्वतःचे असे उगमस्थान निर्देशित करणारे स्वतःचे असे मार्क सुचवलेले आहेत. यापैकी एक असलेली फेअरट्रेड लेबलिंग ऑर्गनायझेशन इंटरनॅशनल (एफएलओ) ही संस्था १९९७साली स्थापित झाली. या संस्थेने अनेक फेअरट्रेड दर्जा विकसित केला आहे. हा दर्जा फेअरट्रेड मार्क म्हणून ओळखला जातो. (फेअरट्रेड लोगो वापरणे).

एफएलओमध्ये २४ राष्ट्रीय फेअरट्रेड लेबलिंग उपक्रम (प्रामुख्याने उत्तरेत) व ३ उत्पादन साखळ्या (दक्षिणेत) यांचा समावेश आहे. फेअरट्रेड सर्टिफिकेशन मार्कचे निकष ही एफएलओ संस्था आपल्या सदस्यांशी, भागीदारांशी आणि इतर विकास धोरण ठरविणाऱ्यांशी, विचारवंतांशी सल्लामसलत करून ठरवत असते. हे प्रमाणपत्र हे कुठल्या संस्थेसाठी नसते तर उत्पादनासाठी असते. फेअरट्रेडची मूल्ये आणि उत्पादनाच्या गरजा यांचा मेळ घालून हे निकष ठरवण्यात येतात. यामध्ये शाश्वत उत्पादनासाठीचा खर्च निघावा अशा योग्य दराचा (फेअर प्राइस) समावेश असतो. तसेच स्थानिक उत्पादनामध्ये गुंतवणूकयोग्य अशा 'फेअर ट्रेड' प्रिमियमचाही यात समावेश असतो.

एक स्वतंत्र व पूर्णतः पारदर्शी प्रमाणिकरणाची गरज ओळखून २००४साली एफएलओचे दोन संस्थांमध्ये विभाजन करण्यात आले : एफएलओ व एफएलओ-सीईआरटी. एफएलओद्वारे निकष, दर्जा हे ठरवले जातात, घालून दिले जातात तर आयएसओ-६५ प्रमाणपत्र प्राप्त असलेल्या एफएलओ-सीईआरटीद्वारे हे निकष पाळले जातात की नाही यावर नजर ठेवली जाते. एफएलओ-सीईआरटी ही संस्था ७०हून अधिक देशांमध्ये फेअरट्रेड प्रमाणिकरणाची सेवा देत आहे.

निकष ठरवणे व निकषपालनाकडे लक्ष देणे असा विभाजनामुळे ग्राहकांचा संस्थेवरील तसेच उत्पादनांवरील विश्वास वाढण्यास मदत झाली आहे. २००८मध्ये फेअरट्रेड प्रमाणित उत्पादनांचे एकूण विक्रीमूल्य हे २.९ अब्ज इतके होते. गतवर्षीपेक्षा यामध्ये २२ टक्के वाढ साधली गेली आहे.

अधिक माहिती : एफएलओ <http://www.fairtrade.net> व

एफएलओ सीईआरटी : <http://www.flo-cert.net>



बहुतेक क्लबची वैशिष्ट्ये ही समान असतात, उदा. स्वयंसेवक सदस्य, क्लबस्रोत वापरण्याविषयीचे धोरण, वगळणेविषयक देखरेख यंत्रणा. खासगी क्लबमध्ये वैयक्तिक सदस्यांचीच चलती असते कारण या क्लबद्वारे वैयक्तिक लाभ मिळवणे त्यांना शक्य असते. ज्यांना क्लबमधून वगळण्यात येते त्यांच्यात व या वैयक्तिक लोकांत गफलत करून घेऊ नये. याविषयीचे विवेचन पुढे या अहवालात देण्यात आलेले आहे. क्लबचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे भागीदारी. वाटलेल्या वस्तूचे योग्य नियंत्रण करता यावे तसेच गर्दीची समस्या टाळली जावी या हेतूने सदस्यांमध्ये क्लबची विभागणी करण्यासाठी काहीतरी संस्थात्मक यंत्रणेची गरज असते. उदा. मनोरंजन क्लबमध्ये प्रत्येक सदस्याने आठवड्यातून किंवा महिन्यातून किमान किती भेटी द्याव्यात याविषयी नियम असतो.

आणि क्लबचे शेवटचे वैशिष्ट्य म्हणजे वगळणे. जे सदस्य नाहीत त्यांना लाभार्थीमधून वगळणे यासाठीच क्लबची निर्मिती झालेली आहे. वगळणे हा एक तसा गंभीर निर्णय असतो आणि यासाठी एक योग्य असे धोरण राबवणे आवश्यक असते. या धोरण खालील तीन प्रमुख घटकांना स्थान देणे आवश्यक असते :

**सदस्य नियम :** एखाद्या क्लबचा सदस्य होण्यासाठी काही किमान पात्रता असणे आवश्यक असते.

**सदस्यत्वाची तपासणी :** सदस्यत्वाचे नियम पाळले जात आहेत की नाहीत हे तपासण्यासाठी योग्य तपासणी यंत्रणेची आवश्यकता असते.

**सदस्यत्वाविषयीचे धोरण :** हे तपासणी यंत्रणेशीच संबंधित असून याद्वारे सदस्य नसलेल्यांना क्लबमधून वगळण्यात येते.

क्लबविषयक असलेली ही वैशिष्ट्ये शॅम्पेन सारख्या जीआय-क्लबच्या कामातही पाहायला मिळतात. कॉमिट इंटरप्रोफेशनल दु विन डे शॅम्पेन (सीआयव्हीसी) या संस्थेद्वारे शॅम्पेचे प्रशासन चालवले जाते. १९६४ साली स्थापन झालेल्या सीआयव्हीसीतर्फे शॅम्पेनक्लबमध्ये असलेल्या विविध गटांचे (कम्युन्स) मूल्यमापन करणे व त्यांचे वर्गीकरण करणे ही कामे केली जातात. प्रत्येक मोसमात द्राक्षांचा दर निश्चित करणे, शॅम्पेन उत्पादनविषयक सर्व नियमांवर लक्ष ठेवणे, शॅम्पेन हे नाव वापरण्यामागचे धोरण बनवणे तसेच स्पर्धकांकडून कुरघोडी होण्याच्या प्रयत्नांना न्यायाच्या दारात आव्हान देणे अशी कामे ही कामे सीआयव्हीसी करते.

या पाटाच्या सुरवातीला आपण दोन खटले पाहिले आहेत ; उत्पादनाच्या नियमांसंदर्भात गाजलेली ग्रॅना पॅडानो खटला तर जीआय-क्लबचे निकष वापरून उत्पादन विकण्याचा हायलँड चीफचा प्रकार. जीआय-क्लबची दक्षता आणि धोरणे यावर ते प्रकाश टाकतात.

शॅम्पेन उत्पादनातील इतर नियमांमध्ये द्राक्ष जातींची निवड, द्राक्ष पिकाची लागवड, वाढ व तोडणीबद्दलचे निकष, सुरवातीचे किण्वन व मिश्रण पद्धतींची माहिती आणि साठवणूक. या निकषांना 'मेटोड शॅम्पेनॉइज' असे म्हटले गेले आहे. उत्पादनाचे हे किचकट निकष तयार करणे आणि शॅम्पेन-क्लबच्या भौगोलिक क्षेत्राच्या सीमारेषा ठरवणे हे वाटते तेवढे सोपे काम नव्हते. २०व्या शतकात तसेच गेल्या काही वर्षांत सीमारेषांबाबत तर अनेक आंदोलने या क्लबने पाहिलेली असल्याचे आपण पाठ क्र. ३ मध्ये पाहणार आहोत.

'जीआय-क्लब' आणि 'एफएलओ' सारख्या सामूहिक स्वरूपाच्या संघटनांच्या इतिहासातून आपल्याला सर्व प्रकारचे अनुभव शिकायला मिळतात. क्लबची निर्मिती, त्याचे सदस्यत्व राखणे या खूपच अवघड प्रक्रिया आहेत. यातूनच मग क्लबच्या नियमांबाबत एकमत तयार करणे आणि सदस्यत्वाबद्दल एक देखरेख यंत्रणा उभारणे याकामी खूपच परिश्रम घ्यावे लागतात. काही क्लबमध्ये तर 'क्लबमध्ये क्लब' तयार झाल्याचेही पाहायला मिळते. सदस्यांचा एक गट जेव्हा अधिक प्रभावशाली बनतो आणि तो सदस्यत्व नियम, क्लबच्या अधिकारांचा वितरण याविषयी आपलीच मते लादतो तेव्हा अशी परिस्थिती उद्भवते. सर्वांत महत्त्वाचे म्हणजे, या क्लबने ग्राहकांचा विश्वास संपादन करणे गरजेचे असते. यासाठी त्रयस्थ संस्थेच्या माध्यमातून क्लबने आपल्या कामकाजाचे नियमित लेखापरीक्षण व देखरेख करणे क्रमप्राप्त ठरते. (चौकट १० : फेअरट्रेड)

### एक क्लब म्हणून जीआयची परिमाणे

क्लबचे एक सामूहिक परिमाण आहे, त्यावर यापुढील विभागात आपण चर्चा करू. हे आपण लक्षात घेतले पाहिजे की जीआयच्या उत्पादनाचे नियम हे त्या विशिष्ट भौगोलिक प्रदेशाची स्थानिक वैशिष्ट्ये आहेत. (पुढील भाग पहा.) हा सामाजिक, सांस्कृतिक इतिहास जाणून घेताना आपल्या एक लक्षात येते की या सांस्कृतिक परंपरा या जीआयच्या अस्तित्वापूर्वीपासूनच अस्तित्वात आहेत. यामुळे मग असा प्रश्न उठतो की, सामाजिक आणि सांस्कृतिक इतिहास आणि त्याला मिळालेले कायदेशीर स्वरूप यांच्यातील संबंध आणि सांस्कृतिक संस्थांच्या प्रशासनामध्ये, नियम आणि देखरेख यंत्रणा यांमध्ये काही फरक आहे का?

एलिनॉर ऑस्ट्रॉम यांनी स्थानिकरित्या नैसर्गिक स्रोतांचे व्यवस्थापन करणाऱ्या अशा सामूहिक स्वरूपाने बनलेल्या संस्थांच्या निर्मितीबाबत सखोल अभ्यास केला आहे. नियमनिर्मितीची ही सामाजिक प्रक्रिया वैयक्तिक सदस्यांना या नियमनिर्मितीच्या प्रक्रियेत सहकार्य करण्यास परवानगी देते. सदस्यांनाच या नियमांची मालकी देताना, या सदस्यांमध्येही या नियमांप्रती एक कर्तव्याची, आदराची

भावना निर्माण होते. ऑस्ट्रॉम यांच्या मते, परस्परावलंबित्वामुळे या सदस्यांमध्ये सहकार भावनेला प्रेरणा मिळते. स्थानिक पर्यावरणीय स्रोत हा अर्थकारणात मोलाचा ठरत असल्याने किंवा या स्रोताला काही सामाजिक, सांस्कृतिक परिमाण लाभलेले असल्याच्या कारणामुळे सदस्यांमधील हे या परस्परावलंबित्व अधिक घट्ट बनते. एकूणच यामुळे सहकार्याचा बळकट बंध तयार होतो. जीआयचा अभ्यास करताना या घटकाचाही आपण अभ्यास करणार आहोत.

सामूहिक भावना, सहकार्य यांचे घनिष्ठ संबंध तयार झाले असले तरी, यामुळे जीआयला सहकार स्पर्धेचे विशिष्ट स्वरूप देताना अडथळा उत्पन्न होता कामा नये. (चौकट ११ : जीआय पुरवठा साखळी). समाजातील सामाजिक, आर्थिक व राजकीय तफावत हे घटक संस्थेच्या नियमनिर्मितीमध्ये सदस्यांचे विविध सहभाग स्तर बनण्यास कारणीभूत ठरतात. तसेच, प्रत्येकजण जीआय-उत्पादनाबाबत एकाच प्रकारची भावना दाखवेल किंवा जीआयच्या भवितव्याबाबत एकाच प्रकारे विचार करेल असा समज करून घेण्याचे काही कारण नाही. विविध घटकांमध्ये असलेले हे अंतर नियमनिर्मिती प्रक्रियेवर प्रभाव टाकतात. सामाजिक घडी, चालीरीती, परंपरा यांचा अभ्यास करताना फेणीबाबतही 'कोणाचे नियम अस्तित्वात येणार' याविषयी आपल्याला कल्पना करता येईल.

### चौकट ११ : जीआय पुरवठा साखळी आणि सहकारी स्पर्धेचे उदाहरण

विविध उत्पादकांनी बनवलेली जीआय-उत्पादने एकाच वैशिष्ट्यांची असतात, कारण प्रत्येक उत्पादक हा सामान्यतः एकाच प्रकारच्या नियमांचे, निकषांचे पालन करत असतो. विविध उत्पादकांनी बनवलेल्या उत्पादनांमध्ये असलेली ही समानताच जीआय-क्लबला एक मानाचे विशिष्ट स्थान देते आणि हा मान सर्वच सदस्य मिरवतात. विश्वासू ग्राहकवर्गामध्ये व्यक्तिगत उत्पादक हा विशिष्ट उत्पादनदर्जासाठी आपले स्थान निर्माण करतो. स्थानिक वैशिष्ट्यालाही हेच समीकरण लागू पडते. हे स्थानिक वैशिष्ट्य काही विशिष्ट उत्पादन निकष आणि सहकारी भावनेद्वारे नियंत्रित केलेले असते. असे असले तरी, काही वेगळी वैशिष्ट्ये निर्माण करण्याचे प्रयत्न पाहता जीआय-उत्पादनाबाबत असलेल्या स्पर्धेचे क्लिष्ट स्वरूप अनुभवायला मिळते.

व्यक्तिगत तसेच सामूहिक स्तरावर एकाच पुरवठा साखळीतील व्यावसायिक हे आर्थिकदृष्ट्या एकमेकांचे दोन पातळ्यांवर स्पर्धक असतात :

- प्रत्येक उत्पादनप्रक्रियेतील टप्प्यावर विक्रीतून अधिक लाभ मिळवण्याबाबत आडवी स्पर्धा असते. उदा. डिस्टिलर व बॉटलर यांच्यामध्ये फेणीच्या दरावरून चढाओढ चालत असते. अशाच

प्रकारची स्पर्धा उत्पादनाच्या प्रत्येक टप्प्यावर अनुभवायला मिळत असते.

- तसेच प्रत्येक टप्प्यावर बाजाराचा अधिकाधिक वाटा मिळवण्यासाठी उभी स्पर्धा चालत असते. किरकोळ विक्रेते फेणी बाजारातील अधिकाधिक वाटा मिळवण्यासाठी स्पर्धा करत असतात. तसेच उत्पादनस्तरावर उत्पादकही आपल्या मालाला घाऊक विक्रीतील अधिकाधिक वाटा मिळवण्यासाठी स्पर्धा करत असतात. जीआय-क्लबमधील उत्पादकांमधील या स्पर्धेवर जीआय-क्लबचा मान राखण्यासाठी नियंत्रण असणे गरजेचे असते. कारण जीआय-निकष योग्यरीत्या न पाळल्यामुळे सदस्यांना वैयक्तिक स्वरूपात फायदा होऊ शकेल पण एक जीआय-क्लबमध्ये जे सामूहिक पातळीवर स्थान निर्माण झालेले असते त्या स्थानाला धक्का पोचू शकतो. त्यामुळे स्पर्धा करता करता सहकार्याची भावनाही बाळगणे हे जीआय-उत्पादनांचे मुख्य वैशिष्ट्य ठरत असते.

### भौगोलिक निर्देशकांचे स्थानिक वैशिष्ट्य

या विभागात आपण जीआय संकल्पनेच्या केंद्रस्थानी असलेल्या स्थानिक वैशिष्ट्यासंबंधी माहिती घेणार आहोत. जीआयचे भौगोलिक स्थान व सांस्कृतिक इतिहास यांचे प्रतिबिंब म्हणजेच हे स्थानिक वैशिष्ट्य होय. ही बाब दोन प्रकारे जाणून घेणे आवश्यक आहे. एक म्हणजे, व्यवसायात समानता आणण्यासाठी व एक स्वतंत्र ओळख मिळण्यासाठी जीआय उपयोगी ठरू शकते. तसेच, भविष्यात मिळणाऱ्या सुवर्णसंधीच्या अतिलोभन धरता उत्पादनाच्या भूतकाळातील परंपरांवर एकमत होणे आवश्यक असते, हेच सिद्ध होते.

### कृषी व स्थानिक वैशिष्ट्ये

क्लबच्या संकल्पनेकडे आकर्षित होऊन अनेक विचारवंत कृषिउत्पादने व हस्तकारागिरीतील वैविध्याचा अभ्यास करू लागले आहेत. केवळ वेगळे तंत्रज्ञान वापरण्यातच वैविध्य नाही तर, पीकजातीतील वैविध्य, मातीगुणधर्मातील वैविध्य, लागवडपद्धतींमध्ये वैविध्य आहे. यातूनच शेतीमुळे लोकांच्या दैनंदिन जीवनावर कसा प्रभाव पडतो तसेच मजूर, साहित्य, तंत्र याची उपलब्धता शेतीला कशी दिशा देते हे अनुभवायला मिळते. पिके, मशागतपद्धती, तंत्रज्ञान यांच्या अदलाबदलीमुळे समानता तर येतेच पण यामुळेही वैविध्य व स्थानिक वैशिष्ट्याच्या विकासाला चालना मिळते.

स्थानिक वैशिष्ट्य हे विविध प्रकारे पाहता येते. उदा. काजू जातीचा उगम ब्राझीलमध्ये झाला. ती पोर्तुगीजांकडून त्यांच्या विविध वसाहतांमध्ये प्रसारित करण्यात आली. गोव्यात काजू १६व्या शतकात आला. या प्रदेशांमध्ये काजूबोंडाचा वापर ताजा काजूस



किंवा मद्यनिर्मितीसाठी केला जातो तरी केवळ गोव्यातच काजूपासून फेणीनिर्मिती होते. जागतिक काजूउत्पादनाच्या नजरेतून पाहिल्यावर काजूपिकाखाली असलेल्या जगभरातील जमिनीच्या केवळ १ टक्का क्षेत्र हे गोव्यात काजूलागवडीखाली आहे. बार्लेबाबतही असेच स्थानिक वैशिष्ट्य आकर्षक आहे. बार्लेपासून व्हिस्की बनवणे हे काही स्कॉटलंडचे वैशिष्ट्य नाही तर स्थानिक स्रोतांचा वापर करून (उदा. पिट, झन्याचे पाणी), आयात वस्तू (उदा. ओकचे पिंप), आणि नवे तंत्र नवे धोरणाचा अवलंब करून स्कॉटलंडने हे स्थानिक वैशिष्ट्य प्राप्त केले आहे.

### चौकट १२ : स्कॉच व्हिस्की : नवनिर्मितीतील सातत्य की परंपरेचा न्हास?

पारंपरिकदृष्ट्या वेगळेपण असलेल्या उत्पादनाचा इतिहास आणि त्यात सातत्याने होणारे बदल याचे उत्तम उदाहरण म्हणजे स्कॉच व्हिस्की. तसेच नवे तंत्र, नव्या साधनांचा अवलंब करून बाजारातील तसेच व्यवसायातील नव्या संधी शोधण्याचा ध्यासही यातून शिकायला मिळतो. काहीजणांना स्कॉचने मैदान हरल्याचे वाटते, त्यांच्या अपेक्षेतील हे मद्य नाही असे त्यांचे मत आहे, तसे काहींना ती सर्वोत्तम नवनिर्मिती वाटते.

इतर मद्यउत्पादनांप्रमाणेच, स्कॉचनेही राज्यप्रशासनाविरुद्धचा लढा अनुभवला आहे. त्याच्या उत्पादनावर व सेवनावर नियंत्रण आणण्याचे, त्यासाठी अधिक करप्रणाली लादण्याचे अनुभवही झेलेले आहेत. १९व्या शतकाच्या सुरवातीचा काळ हा व्हिस्कीचा सुवर्णकाळ मानला जातो. व्हिस्की उत्पादनातील गमकाचे संरक्षण करणारा एक गट तर प्रत्येक पॉट-स्टीलला परवाना घेण्याचे बंधन घालणारा दुसरा गट यांच्यातील उंदीर-मांजराची ही लढाई त्यावेळी चालली होती. छोटे उत्पादक आपल्या जिवाची परवा न करता स्कॉच निर्मितीच्या तंत्राचे संवर्धन करण्यासाठी प्रयत्नरत होते. पण १८२३साली आलेला कायदेशीर मद्यनिर्मितीचा कायद्याद्वारे मद्यउत्पादकांना परवानाशुल्क भरणे सक्तीचे करणारा होता तसेच मद्यनिर्मिती हा एक उद्योग असल्याची मान्यता या कायद्याद्वारे मिळणारी होती. यामुळे घरीच छोट्या स्वरूपात व्हिस्की उत्पादन करणाऱ्यांवर ही जीवनमरणाची वेळ होती. तर यामुळे मोठ्या कारखानदारांना मात्र मोठी संधी मिळणार होती.

साहित्य आणि तंत्रज्ञानाच्या बाबतीत १९व्या शतकाचा पूर्वार्ध हा क्रांतीचा काळ होता. १८२८मध्ये रॉबर्ट स्टेन यांना कंटिन्युअस डिस्टिलिंगचे नवे तंत्र शोधले. यामुळे एका बॅचमध्ये व्हिस्की निर्मिती शक्य झाल्याने पॉट-स्टील पद्धतीने केलेल्या जाणारी द्वि-उध्वपातन पद्धतीची गरजच उरली नव्हती. १८३२मध्ये आयर्लंडमधील एक माजी विक्रीकर निरीक्षक अॅनीज कॉफे याने या तंत्रामध्ये सुधारणा करून नवी भट्टी विकसित केली व याला पेटंटही मिळवले. डब्लिनमधील

डॉक डिस्टिलरीमध्ये अशी एक भट्टी बसवण्यात आली. कॉफेने विकसित केलेली कंटिन्युअस व सिंगल-बॅच डिस्टिलिंग पद्धती ही अधिक उत्पादन देणारी तसेच मद्याची शुद्धता राखणारी होती. तरी यामध्ये अल्कोहोलचे प्रमाण कमी राखले जात असल्याने तसेच पॉट-स्टीलप्रमाणे इतर घटक मद्यात राहत नसल्याने या व्हिस्कीला माल्ट व्हिस्कीची असलेली वेगळी चव व स्वाद नव्हता. कॉफेने बनवलेल्या या व्हिस्कीला झस्काॅचपन्ना मान द्यावा की नको हा एक आणखी वादाचा मुद्दा आहे.

असे असले तरी, कॉफेच्या या भट्टीला उद्योजकांकडून चांगला प्रतिसाद मिळाला आणि यातूनच मग पुढे 'वॅटिंग'चे तंत्र उदयास आले. एकाच भट्टीमध्ये बनलेल्या पण वेगवेगळ्या कालावधीत तयार केलेल्या व्हिस्की उत्पादनांना एकच गुणधर्म मिळवण्यासाठी एकत्रीकरण करणे म्हणजेच डब्लिंग १८५०नंतर पॉट-स्टीलमधून बनलेल्या व्हिस्कीमध्ये कॉफेस्टीलमधून बनवलेली ग्रेन-व्हिस्की मिसळण्याचे प्रकार सुरु झाले. यामुळे वॅटिंग तंत्रात वैविध्य आले तसेच झमास्टर ब्लेंडरफची भूमिका महत्त्वाची ठरू लागली. यातूनच मग ब्लेंडिंगचे तंत्र जन्माला आले. तसेच चव, भौगोलिक वैशिष्ट्य यामध्येही वैविध्य आले.

पारंपरिक पद्धती, स्थानिक तसेच बाहेरील घटक, नवनव्या तंत्रांचे व साहित्यांचे आगमन आणि बदलत्या बाजारमूल्यांचा परिपाक म्हणजेच ही स्थानिक वैशिष्ट्ये होत. स्थानिक वैशिष्ट्य आणि सतत वैशिष्ट्यातील वेगळेपण मागणारा बाजारातील दबाव यांच्यातील सामन्याचे उदाहरण म्हणजे स्कॉच. उत्पादनातील हे नावीन्य इतर साहित्य व तंत्राचा कसा वापर केला गेला आहे आणि त्याला स्थानिक परंपरांशी कशी जोड देण्यात आली आहे यावर अवलंबून असते. अशा प्रकारांमुळे जीआय संकल्पनेतील तरतुदी उत्पादन नियमांत सुधारणा करण्याची मुदत देतात. उदा. भारतामध्ये नॉंद केलेल्या जीआय नियमांमध्ये सुधारणा करण्याची सुविधा आहे. याबाबत आपण पुढे पाहू (परिशिष्ट १ पहा).

### स्थानिक परंपरा विरुद्ध बाजारातील संधी

स्थानिक वैशिष्ट्य व बाहेरील घटकांचा प्रभाव यांच्यातील हा झगडा बाजार व ग्राहकांच्या नजरेतून वेगळ्या प्रकारे पाहायला मिळतो. बाजार हा विविध घटकांमध्ये विभागलेला असतो तर ग्राहकांची चवही वेगवेगळी असते. बाजारात वस्तूवर नैतिक अधिकार गाजवण्याचे समाजाची सवय असते. उदा. काही वस्तू या पवित्र मानल्या गेल्याने त्यांना बाजारात ठेवले जात नाही. वस्तूवर लादलेल्या या बंधनांमुळे समाज या वस्तूंना कसा सामाजिक व सांस्कृतिक आयाम देतो हे अनुभवास येते. उदा. राष्ट्रीय नेते, महत्त्वाच्या व्यक्ती यांची स्मृतिचित्रे, त्यांच्या वंशपरंपरागत वस्तू यांना एक मानाचे स्थान असते. त्यांची बाज-

रात चाललेली विक्री पाहून समाजमन खवळून उठते. पण इथेच एक विरोधाभास पाहायला मिळतो. जसजशा वस्तूंचे महत्त्व, त्यांची पवित्रता वाढत जाते तसे त्यांचे मूल्य वाढत जाते. यामुळे अशा वस्तू गोळा करणे म्हणजे पैसे कमावण्यासारखेच!

नैतिकता आणि बाजार यांमधील ही लढाई जीआयबाबतही पाहायला मिळते. जीआय-उत्पादने ही केवळ त्यांच्या उत्पादननियमांमुळेच ओळखली जात नाहीत तर उत्पादनस्थानावरूनही ओळखली जातात. उत्पादननियम आणि स्थळ यांच्यातील हा बंध म्हणजेच सामाजिक, पारंपरिकदृष्ट्या जीआयने केलेली गुंतवणूक असते. सर्वात महत्त्वाचे म्हणजे, नियम व स्थळ यांचे हे मिश्रण, जे उत्तम शेतीचा निकष असतो, उत्पादनावर नियंत्रण राखते. सामाजिक, सांस्कृतिक व पर्यावरणीय मूल्यांचे प्रतिबिंब उत्पादनात उमटवणारे तसेच स्थानिक मान्यता असलेले पारंपरिक व उत्पादन नियमांचे हे निकष प्रतिनिधित्व करतात. ग्राहकांच्या दृष्टीने हे निकष उत्पादनाला एक विश्वास, दर्जा व एक मान देत असतात. उत्पादक व ग्राहक हे या निकष व अपेक्षांभोवती आपले संबंध जुळवत असतात. उदा. काही उत्पादक हे स्थानिक किंवा परप्रदेशातील ग्राहकांचे समाधान करण्यासाठी उत्पादन निकषांमध्ये सुधारणा करण्याचे प्रयत्न करतात. तर सांस्कृतिक व भौगोलिकदृष्ट्या दूरवर असलेले काही ग्राहक अशा उत्पादन निकषांमध्ये थोडी शिथिलता आणण्याची मागणी करत असतात. याविषयी आपण शॅम्पेनविषयी पाठ क्र. ३मध्ये पाहिले आहे. यामुळे जीआय-उत्पादनाच्या वेगळेपण जपण्याविषयी नवे उपाय योजण्याची, निकष सुधारण्याची संधी मिळते.

स्थानिक परंपरा आणि बाजारातील संधी यांच्यातील या चढाओढीचा अभ्यास करताना जीआय हा एक एका भौगोलिक प्रदेशातील पारंपरिक इतिहासाचा साठा आहे हे मान्य करणे योग्य ठरेल. जीआय संकल्पना ही या ऐतिहासिक आयामावर विस्तारलेली आहे आणि बहुतेक राष्ट्रीय कायदे हे उत्पादनाला अशी ऐतिहासिक जोड, भौगोलिक स्थळ व त्याचा इतिहास आदी माहितीचा समावेश असलेला अहवाल सादर करण्यास सांगतात. पण इतिहास आणि वारसा हे आजच्या विचाराला एक योग्य अर्थ देणारे स्रोत मानले जातात. विविध सामाजिक व आर्थिक घटक हेही अशा इतिहासाला अर्थ देण्याच्या प्रयत्नात असतात. काहीवेळा आपण काही परंपरा या खूप जुन्या आहेत असे मानतो असतो पण त्यांचा इतिहास हा फारसा जुना नसल्याचीही उदाहरणे आहेत. यातूनच मग 'शोधलेल्या परंपरा' म्हणजे ज्या खरोखरच शोधलेल्या आहेत आणि नंतर मग योग्य ऐतिहासिक आधार घेत त्या स्थापित केल्या गेल्या आहेत या चर्चेला फाटा फुटतो. असे प्रयत्न सामाजिक एकोपा वाढवण्यासाठी, समूहांमध्ये काही विशिष्ट विचार रुजवण्यासाठी किंवा विशिष्ट उद्देशाप्रती समूहनिर्मितीसाठी योग्य ठरतात. असे अनेक पारंपरिक मूल्ये, विविध शोधलेल्या परंपरांबाबत

घडू शकते. पण यापैकी काहीच जीआयमध्ये नोंदणी होऊ शकतात आणि इथेच सामाजिक व सांस्कृतिक निकष महत्त्वाची भूमिका बजावतात. तसेच नवे तंत्र, नवे साहित्य किंवा नवी बाजारपेठ यांच्यामुळे जीआयच्या निकषांमध्येही बदल करण्याची गरज निर्माण होते.

(३) वर उल्लेख केलेल्या साहित्याविषयीचे संदर्भ परिशिष्ट ३मध्ये देण्यात आले आहेत.





फेणी हे एक 'प्रादेशिक वैशिष्ट्य' आहे. फेणीच्या पारंपरिक निर्मिती पद्धतीची माहिती मिळावी या हेतूने केलेल्या या संशोधन उपक्रमादरम्यान विविध बैठका, चर्चासत्रे, मुलाखती आयोजित केल्या गेल्या. या सर्व कार्यक्रमांचा समावेश या पाठात करण्यात आला आहे. फेणी तयार करण्याच्या पारंपरिक पद्धतीविषयी उत्पादक, बॉटलर्स, मद्यप्रेमी, शेतकरी यांच्याकडून नानाविध माहिती ऐकायला मिळते. म्हणूनच ही पारंपरिक व तोंडी माहिती एकत्र करून त्याला एका विशिष्ट स्वरूपात, नियमावलीमध्ये बसवणे हे फेणी संघटनेसमोरचे मोठे आव्हान होते. - असे नियम ज्यांना कायदेशीर आयाम देता येईल आणि ते जीआय कायद्यातील तरतुदीनुसार प्रत्यक्षात अमलात आणणे शक्य होतील. या पाठाच्या सुरवातीस फेणी-निर्मिती प्रक्रियेतील सामाजिक परिस्थितीची ओळख करून देण्यात आली आहे. यानंतर फेणी निर्मिती प्रक्रियेतील विविध टप्पे, फेणी बनवण्यासाठी वापरले जाणारे साहित्य, तंत्र याविषयी विस्तृत विवेचन करण्यात आलेले आहे. तसेच फेणी निर्मिती संबंधित सर्व घटकांना एका व्यासपीटावर आणणे, फेणीचा जीआय प्रमाणपत्रासाठी योग्य अहवाल बनवणे, जीआय-प्रमाणपत्र मिळवण्याबाबत नेमकी काय प्रक्रिया राबवावी लागते व कोणत्या दिशेने प्रयत्न करणे गरजेचे असते याविषयी जागृती करणे, आदींविषयी प्रकाश टाकण्यात आला आहे. फेणीनिर्मितीतील पारंपरिक पद्धती लक्षात घेत फेणी-क्लबचे नियम म्हणजे जीआय-वैशिष्ट्ये एकत्रित करून त्यांची सर्वांगाने पडताळणी करण्यात आली. तसेच फेणी-क्लबची नियमावली तयार करताना, विविध घटकांकडून आलेल्या सूचना, उपस्थित झालेल्या शंका या साऱ्यांना योग्य ते स्थान देत नियमावलीत अपेक्षित

बदल करण्यात आले.

### फेणी एक सामूहिक वारसा

इतर प्रदेशांत आढळणाऱ्या पारंपरिक मद्यउत्पादनांप्रमाणे, फेणीला विशाल इतिहास आहे. हा इतिहास सामाजिक धाग्याने गुंफला गेलेला आहे. अनेक चालीरीती, परंपरांनी हा वारसा नटलेला आहे. 'सेवन' ही एक सामाजिक क्रिया आहे. आणि मद्यसेवन ही एक दुर्मिळ खासगी बाब पूर्वीपासूनच समजली गेली आहे. सामाजिक जडणघडणीमध्ये आह-ाराला मोठे महत्त्व आहे. पण आहारापेक्षाही जलाहारसेवनाचे महत्त्वाचे स्थान राहिलेले आहे.

भारतात काही ठिकाणी सेवन हे निषिद्ध मानले जाते. तर काही ठिकाणी असे काही वर्ज्य नसते. प्रदेशा-प्रदेशांमध्ये भिन्न-भिन्न धार्मिक रुढीपरंपरा पाहायला मिळतात. काही धार्मिक स्थळांमध्ये मद्यसेवन निषिद्ध मानले जाते तर काही स्थळांमध्ये अशी काही बंदी नसते. मनुस्मृतीमध्येही याविषयी काही तत्त्वे घालून दिलेली आहेत. ब्राह्मणवर्गाने मद्यास स्पर्शही करू नये अशी शिकवण आहे. काही जातींमध्ये मद्यसेवन म्हणजे पाप मानले जाते तर काही जातींमध्ये असे काहीच बंधन नाही.

अशा विविध प्रकारे मद्यसेवनाने समाजावर प्रभाव टाकलेला आहे. कोणाबरोबर, कधी, कुठे, कसे मद्यसेवन करावे वा करू नये याविषयी मानवाने गटतट पाडलेले आहेत. उदा. पोर्तुगीज राजवटकाळात फेणी हे 'तावेर्न' किंवा परवानाधारक 'आले शॉप'मध्ये



उपलब्ध असे. आणि हीच जागा फेणीसेवनासाठी सार्वजनिक जागा मानली जात होती. तीही समाजातील काही घटकांसाठीच. तर काही सामाजिक घटक फेणीसेवन हे घरीच करत किंवा एखाद्या समारंभाप्रसंगी करत. पर्सिव्हल नोरोन्हा यांच्या मते, 'महायुद्धाच्या काळात जेव्हा परदेशी मद्य गोव्यात सहजपणे उपलब्ध होत नव्हते तेव्हा खऱ्या अर्थाने मद्यप्रेमींनी फेणीकडे आपला मोर्चा वळवला. तेव्हापासूनच फेणीची लोकप्रियता वाढत गेली.'

विविध प्रकारे मद्य व सेवन हे सामाजिक जडणघडण प्रक्रियेशी संबंधित राहिलेले आहेत. अनेक समाजांमध्ये मद्यसेवन हे दिवसातील ठराविक वेळी करण्याची प्रथा आहे. उदा. रोजगाराचे काम संपल्यानंतर. तर मद्याचे व्यसन म्हटले की अनेक ठिकाणी तिखट सामाजिक प्रतिक्रिया उमटत असतात. अनेक मद्यनिर्मिती प्रदेशांत, कारखान्यांत मालक आणि नोकर हे काम संपल्यानंतर एकत्र येऊन मद्यसेवन करत असल्याचे सर्वसामान्य चित्र पाहायला मिळते. यामुळे एक होते की, कामगार दिवसभर मद्यउत्पादन हाताळत असतात पण ते सेवन करण्याची त्यांची इच्छा होत नाही किंवा त्यांना तशी गरज वाटत नाही. फेणीनिर्मिती कारखान्यात तर फेणी उत्पादक मालक व कामगार कामाचा दिवस संपला की एकत्रितपणे फेणीसेवन करत असल्याचे पाहायला मिळते.

या संशोधनामध्ये फेणीसेवनाचे विविध प्रकार, विविध आयाम सामोरे आले. यावर पूर्वी कधी प्रकाशच टाकण्यात आला नव्हता. फेणीचा वैद्यकीय उपचारातही वापर केला जातो. उदा. पोटविकारामध्ये फेणी रोम्याच्या पोट्यावर चोळली जाते; डोकेदुखी, अर्धशिशु या



(छायाचित्र ४ : काजूबोंडांचा लगदा तुडवताना एक बालक)

आजारांमध्ये फेणीत सुंठ मिसळून तो लेप डोक्यावर लावला जातो. कौटुंबिक विवाहासारख्या काही सामाजिक विधींमध्येही फेणीला स्थान दिले गेल्याचे पाहायला मिळते. एकूणच मानवी समाजात फेणी आपले असे पक्के स्थान कमावलेले आहे. पर्सिव्हल नोरोन्हा यांच्या मते, 'लग्नामध्ये, नामकरण सोहळ्यामध्ये (बासिस्मा), सार्वजनिक बैठकांमध्ये (...) सर्व... अगदी एखाद्याच्या मृत्यूनंतर... अंत्यविधीनंतरही फेणीसेवन केले जाते.'

### फेणीनिर्मितीमागचा सामाजिक धागा

एक सामाजिक वारसा म्हणून श्रीमंत अशी परंपरा फेणीने निर्माण केलेली आहे, हे वाचल्यावर कोणाला आश्चर्य वाटू नये.



(छ)

फेणीनिर्मितीसाठी असलेली सामाजिक स्थिती हा वारसा वृद्धिंगत करण्यास महत्त्वाची ठरत आहे. 'एलिनोर ऑस्ट्रॉम' किंवा 'एकमेका साह्य करू...' अशीच ही स्थिती आहे. अनेक फेणीउत्पादकांनी फेणीनिर्मितीची कला कशी अवगत केली, कशी जोपासली, या कलेत कसे वैविध्य आणले, याचे सुरस असे किस्से मुलाखतींदरम्यान ऐकवले. जेव्हा उन्हाळ्यात शाळांना सुटी लागते, तेव्हा अनेक शाळकरी मुले फेणीउत्पादनाच्या विविध कामांमध्ये सहभागी होतात. उदा. काजूबोंडे गोळा करणे, बोंडांचा चुराडा करून लगदा बनवणे, काजू-बी वेगळे करणे, काजूरस गाळणे, आदी कामे ही शाळकरी मुले सुटीत करतात. (चौकट १३ : फेणीनिर्मितीचे बाळकडू)

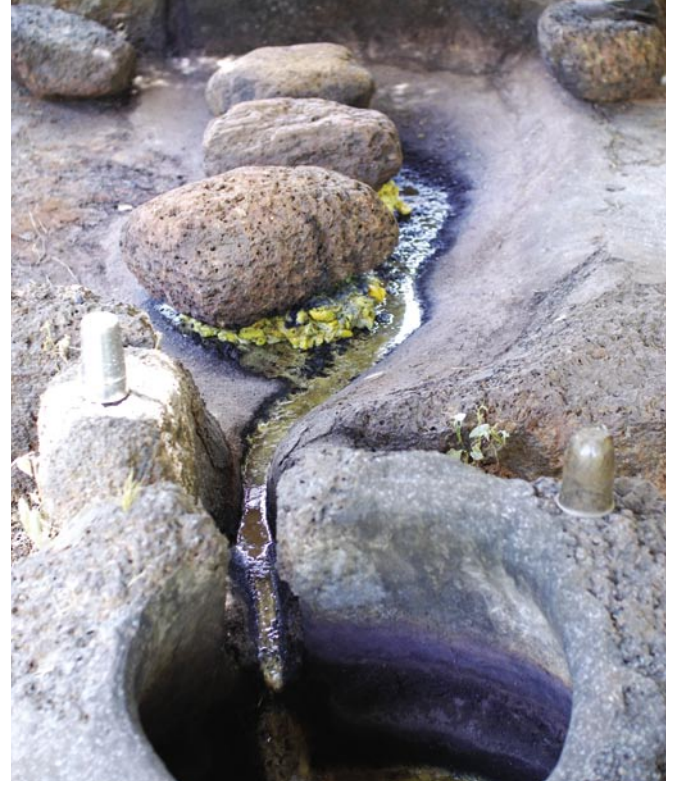
### चौकट १३ : फेणीनिर्मितीचे बाळकडू – ओळख फेणीची

पारंपरिक पॉट-स्टील (भट्टी)द्वारे फेणीनिर्मिती करणारा एक नामांकित फेणीउत्पादक आपल्या बालपणीच्या आठवणी सांगताना म्हणाला, 'बालपणीच फेणीनिर्मिती प्रक्रिया आपल्याला जाणून घेता आल्याने या व्यवसायातच आपल्याला सहजपणे करिअर करता आले. (छायाचित्र ४ : काजूबोंडांचा लगदा तुडवताना एक बालक) पूर्वी काजूबोंडे एका खड्ड्यामध्ये ठेवून पायाने चिरडून त्यांचा लगदा केला जाई. काजूबोंडांवर नाचणे म्हणजे आम्हा लहान मुलांना एक आनंददायी खेळच होता. बोंडांचा चुराडा करताना नाचून-नाचून आमचे पाय थकत असत. पण काजूबोंडांचा तो दरवळ जेव्हा नाकात शिरायचा तेव्हा जणू काही स्वर्गसुखाचाच अनुभव यायचा. जोवर आपण स्वतः तो अनुभव घेत नाही तोवर त्या आनंदाची सीमा कळणार नाही. तेव्हा आम्ही सर्व

प्रकारची कामे करत असू. आज हे मजूर जे करताहेत तसेच कष्ट मी बालपणी उपसले आहेत. त्या अनुभवांतूनच मी आज फेणीउत्पादन क्षेत्रात इतकी मजल मारू शकलो आहे.'

फेणीचे हे सामाजिक अंग पाहताना फेणीच्या पुरवठा साखळीचाही अभ्यास करणे महत्त्वाचे आहे. काही ठिकाणी फेणीसेवनाचे प्रमाण अधिक आहे. उत्पादक थेट स्थानिक मद्यालयांनाच पुरवठा करतात. (पाठ ४ पहा). तसेच उत्पादक व बॉटलर यांच्यातही चांगले सामाजिक बंध जुळलेले आढळतात. उदा. सत्तरी तालुक्यातील एक उत्पादक जो झहियाफ्ला आपले फेणीउत्पादन पुरवतो तो म्हणतो, - 'आमचे बॉटलरशी संबंध हे वडिलांच्या जमान्यापासूनच आहेत. आमचे त्यांच्या वडिलांशी व्यावसायिक संबंध होते. वडिलांच्या निधनानंतर ते संबंध सुरळीत चालू आहेत. १९७५ सालापासून ते केवळ आमच्याकडूनच फेणी खरेदी करतात. जर त्याला अधिक फेणीमालाची गरज असते तेव्हा ते आम्हाला विनंती करतात की दुसऱ्या उत्पादकाकडून तुम्ही फेणी खरेदी करा व ती आम्हाला पुरवा.'

या उदाहरणातून उत्पादक व बॉटलर यांच्यात निर्माण झालेला हा सामाजिक संबंधांचा गोफ महत्त्वाचा वाटतो. बहुतेक पारंपरिक फेणी उत्पादक हे झाडावरून नैसर्गिकरीत्या गळून पडलेली काजूबोंडेच फेणीनिर्मितीसाठी वापरतात. झड्डुत्तम फेणीची निर्मिती ही अशी नैसर्गिक प्रकारचे होत असते. त्यामुळे केवळ पडलेली बोंडेच वापरा. अधिक किंवा लवकर फेणीनिर्मितीसाठी बोंडे तोडू नका, फफ्र असा सल्ला एका उत्पादकाने एका बैठकींदरम्यान दिला होता.



(छायाचित्र ६ : काजू बोंडे वाहतूक करणारा ट्रक). (छायाचित्र ७ :अ) बोंडे फोडणीची जागा; ब) नीरा निर्मिती

जेव्हा फेणीसंदर्भात अस्थैर्याची किंवा संकटाची भावना उत्पन्न होते तेव्हा या क्षेत्रातील प्रतिनिधी एकीचे दर्शन घडवतात. उदा. काही लोक नकली मद्य बनवतात तेव्हा असे विषय चर्चेला आणले जातात. भागीदारांच्या एका बैठकीत एका उत्पादकाने बॉटलरकडून आलेला एक अनुभव मांडला. हा बॉटलर कमी दरात फेणी विकत होता. ही फेणी सोड्यामध्ये मिसळली तेव्हा तिचा रंग निळसर बनला. मग अशी नकली फेणी पाहिल्यावर ग्राहक दोष कोणाला देणार? उत्पादकालाच ना? आणि पर्यायाने फेणीलाच ना?

फेणीउत्पादकांनी उपस्थित केलेल्या अशा काही गंभीर मुद्द्यांमुळे फेणीनिर्मिती प्रक्रियेचे प्रमाणिकरण करण्याची गरज व्यक्त करण्यात आली. तसेच शुद्ध फेणी व नकली फेणी हे तपासणीचाचणीचे निकष ठरवण्याचाही आग्रह धरण्यात आला.

### सहकार्याचा बंध : स्पर्धक अन् मित्रही

फेणीच्या या पारंपरिक वारशामागे काही वैविध्यता व मतभेदही लपलेले आहेत. एका बाजूला अर्थकारणामुळे स्पर्धा अटळ बनली आहे. पूर्वी निकोप अशी 'सहकारातून स्पर्धा' होती. तर ही स्पर्धा दोन प्रकारची आहे : आडवी व उभी (पहा चौकट ११ : जीआय पुरवठा साखळी, पाठ २). पुरवठा साखळीमध्ये असलेल्या आडव्या स्पर्धेमुळे उत्पादक आपल्या उत्पादनाला अधिक दर मिळवण्याच्या प्रयत्नात असतो तर त्याचवेळेला या उत्पादनासाठी लागणारा कच्चा माल मात्र पुरवठादाराकडून स्वस्त दरात मागत असतो. उदा. एका उत्पादकाने स्पष्टपणे सांगितले की, 'बॉटलरला एक कळसो फेणी ५५० रुपयांना

देणे परवडत नाही. ... पण तुम्हाला यापेक्षा चांगला दर सध्या मिळत नाही.' पुरवठा साखळीदरम्यान आर्थिक लाभाच्या वाट्याचे प्रमाण ही एक मोठी व किचकट समस्या असते. अनेकदा उत्पादक आपण हलाखीच्या, धोकादायक परिस्थितीत असल्याचे सांगतात. फेणीच्या पुरवठा साखळीतील केवळ उत्पादक (डिस्टिलर) हा व्यावसायिक हंगामी कार्यरत असतो. म्हणजे जेव्हा काजूबोंडे उपलब्ध असतात तेव्हा मार्च ते या कालावधीमध्ये. वर्षाचा उर्वरित काळ तो अर्थार्जनासाठी इतर कामधंद्यावर अवलंबून असतो. (पहा पाठ ४). बहुतेक उत्पादकांकडे वर्षभर आपले फेणीउत्पादन साठवून ठेवता येईल अशी सुविधा वा क्षमता नसते. त्यामुळे ते आपले उत्पादन लगेचच विकून टाकतात. तर दुसरीकडे बॉटलर व घाऊक विक्रेत्यांना हा माल वर्षभर पुरवावा या हेतूने योग्यपणे साठवून ठेवावा लागतो. यासाठी त्यांना मोठी आर्थिक गुंतवणूक करावी लागते.

काही उत्पादकांनी पुरवठा साखळीच्या शेवटच्या टोकापर्यंत आपले कार्यक्षेत्र विस्तारलेले आहे. काहींनी तर थेट अंतिम ग्राहकापर्यंत आपले उत्पादन पोचवण्यासाठी मद्यालयेही उभारली आहेत. उदा. डिचोली येथील एक तरुण फेणीउत्पादक अमोल गावणेकर यांनी स्वतःचा तृष्णा बार सुरू करून स्वतःचे उत्पादन या बारमधूनच विकतात. डिचोलीचे आणखी एक फेणी उत्पादक सोनू सावंत हे गेली ३० वर्षे या व्यवसायात आहेत. त्यांनी डिचोलीतील अनेक मद्यालयांशी चांगले संबंध प्रस्थापित करून आपला हेतू साधला आहे. काही वर्षे त्यांनी आपल्या मालाला योग्य भाव मिळावा म्हणून फेणीची साठवणूकही केली व योग्य भाव मिळाल्यावरच विकली. ते आपला अनुभव मांडतात,



(छायाचित्र : ८अ) स्टोन-मोर्टर क्रशर, ब) मेकॅनिकल क्रशर, क) पिंजरे)  
(छायाचित्र ९ अ) पारंपरिक पॉट-स्टील, ब) आधुनिक पाण्यात टेवता येणारी लावणी)

‘काही उत्पादकांनी ७०० ते ८०० रुपये दरामध्ये फेणी विकण्यास सुरवात केली. पण आपल्याला हा दर परवडत नव्हता. म्हणून मी स्वतः फेणीची साठवणूक केली व १७०० ते १८०० रुपये इतका दर मिळाल्यानंतर विकली.’ २००७साली त्यांनी बॉटलिंग परवान्यासाठीही सरकारदरबारी अर्ज केला आणि आता ते फेणीचा स्वतःचा ब्रँड बाजारात आणण्याच्या प्रयत्नात आहेत. जीआय प्रमाणपत्रासाठी हालचाली सुरु झाल्याचे पाहून त्यांनी हे पाऊल टाकलेले आहे.

फेणी जगताला या स्पर्धेव्यतिरिक्त एक सांस्कृतिक आयामही लाभलेला आहे. यातूनच फेणी व्यवसायातील वैविध्य दिसून येते. फेणी निर्मितीची प्रक्रिया वेगळी आहे केवळ एवढेच या उत्पादनप्रक्रियेचे वैशिष्ट्य नाही. तर यासाठी जो काही कच्चा माल लागतो तो केवळ काजूबोंडांचा रस आहे. त्याचबरोबर नैसर्गिकरीत्या झाडावरून पडलेली काजूबोंडेच फेणीनिर्मितीसाठी वापरतात. फेणीच्या अनोख्या स्वादाचे रहस्य या नैसर्गिक पद्धतीचा अवलंब करण्यामध्ये दडलेले आहे. उदा. तिसवाडी तालुक्यातील एक फेणी उत्पादक जानू कुट्टीकर यामागचा आपला अभ्यास मांडतात, ‘उनामध्ये वाळल्याने काजूबोंडे अधिक रुचकर होतात. काही उत्पादकांना काजूबोंडे दूरवरून वाहनाद्वारे वाहतूक करून आणावी लागतात. पण वाहतुकीदरम्यान ती थोडी

खराब होतात. याचा परिणाम फेणीच्या स्वादावर होतो.’ काहींच्या मते आता मेकॅनिकल क्रशरचा वापर होत असल्यामुळेही फेणीच्या स्वादात बदल पडतो. कारण मेकॅनिकल क्रशरमध्ये काजूबोंडाचा लगदा अगदी वस्त्रगाळ पुडीप्रमाणे बारीक होता. ही पूड शेवटपर्यंत फेणीमध्ये राहते. फेणीच्या दर्जाबाबतचे असे विविध अनुभव पुरवटासाखळीतील उत्पादक ते अंतिम ग्राहक हे घटक व्यक्त करत असतात. त्यामुळे दोन वेगवेगळ्या पुरवटा साखळींमध्येही फेणीच्या दर्जाबाबत मतमतांतरे उमटलेली ऐकायला मिळतात. यामुळेच मग मुख्य मुद्दा उपस्थित होतो की, जीआयनुसार फेणीचे प्रमाणिकरण कसे करावे? यासाठी नेमका कोणाचा दर्जा सर्वोत्तम म्हणून ग्राह्य मानावा?

फेणीजगतात अशी मतमतांतरे असली तरी, उत्पादक, बॉटलर व इतर घटक एका धाग्यात गुंफले गेलेले आहेत. तसेच जीआयबाबतच्या या चर्चेतून भविष्यातील संधी व सध्याची अस्थिरता यामुळे हा सहकार्याचा बंध अधिकच बळकट होण्यास मदत झाली आहे. उदा. सदस्यांच्या एका बैठकीमध्ये, काहींनी शेजारील महाराष्ट्र राज्यामध्ये काजूलागवडीखालील क्षेत्र झपाट्याने वाढत असल्याकडे लक्ष वेधले होते. त्यांच्या मते सिंधुदुर्गमध्ये, गोमंतकीय तंत्राच्या साह्याने कोणी काजूफेणी तयार केली तर मग आपण काय करू





(छायाचित्र १० : अ) एक्स्ट्रा लोकल /मॉडर्न भट्टी; ब) सदाशिव मराठे यांनी वापरलेली स्टेनलेस स्टीलची भट्टी)

शकतो? किंवा गोव्यातीलच एखादी उत्पादक कंपनी तिकडे आपले एक उत्पादन केंद्र सुरू करू शकते. मग काय करायचे? जुलै २००९मध्ये वर्तमानपत्रांमध्ये प्रसिद्ध झालेल्या काही लेखनामध्ये महाराष्ट्र सरकार काजूद्वारे मद्यनिर्मितीसाठी परवानगी देण्याचा विचार करत असल्याची भीती व्यक्त करण्यात आली आहे.

#### चौकट १४: शॅम्पेनच्या सीमारेषा : सहकार व सर्वसमावेशक विचाराचे कॉकटेल

‘शॅम्पेन निर्देशक’ हा परिपूर्ण अशा निकषांवर आधारलेला आहे. यामध्ये प्रदेश, उत्पादनासाठी वापरावयाच्या द्राक्षजाती, मद्यनिर्मिती प्रक्रियेतील निकष व मापदंड, तसेच किण्वन, मिश्रण प्रक्रिया व साठवणूक याविषयीचे नियम स्पष्टपणे नमूद करण्यात आलेले आहेत. या निकषांना ‘मेथड शॅम्पेनॉइज’ असे म्हणण्यात आले आहे. याविषयीचे नेमके व महत्त्वाचे पाऊल हे २०व्या शतकाच्या सुरवातीस फ्रेंच सरकारने शॅम्पेनचा दर्जा नियंत्रणासाठी एक प्रशासकीय आयोग नेमून उचलले होते. १९०८ सालच्या कराराद्वारे, शॅम्पेन प्रांताचा एक प्रशासकीय भाग असलेल्या ‘आउब’ हा प्रदेश शॅम्पेन प्रांतातून बाजूला केला होता. सरकारचा हा निर्णय गोंधळात टाकणारा होता. कारण आउब प्रांतामध्येही मूळ शॅम्पेन प्रांताप्रमाणेच भौगोलिक व पर्यावरणीय परिस्थिती होती आणि तिथेही मूळ शॅम्पेनच्या दर्जाचीच शॅम्पेन बनवली जात होती. यामुळे तेथील ५००० शेतकऱ्यांनी, शॅम्पेन उत्पादकांनी सरकारच्या या निर्णयाविरुद्ध अगदी टोकाची निदर्शने केली. एका मोर्चेवळी मोर्चेकऱ्यांवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी सरकारने लष्करालाही

पाचारण केले होते. अगदी पहिले महायुद्ध संपेपर्यंत हे आंदोलन चालू होते. पुढे १९२७मध्ये एक सामंजस्य करार करण्यात आला व शॅम्पेन निर्देशकामध्ये आउब प्रांतातील ७१ क्युन्सना समाविष्ट करण्यात आले.

२१व्या शतकाच्या सुरवातीस चीन, रशिया व अमेरिकेमध्ये शॅम्पेनची वाढती मागणी लक्षात घेऊन ‘सीआयव्हीसी’ मधील काही प्रांतातही शॅम्पेन निर्देशकाचा प्रदेश विस्तारित करण्याची मागणी करण्यात आली. मापदंड व नैतिक मूल्ये यावरून बरेच वादंग उठले. पण दोन वर्षांच्या विचारमंथनानंतर अखेर मार्च २००८मध्ये शॅम्पेन प्रदेशाचा विस्तार करण्याचे निश्चित करण्यात आले. आणि ४० क्युन्स यामध्ये समाविष्ट करण्याचे ठरवले गेले. या निर्णयामुळे नव्याने समाविष्ट झालेल्या प्रदेशांना मोठा लाभ झाला. कारण यामुळे या प्रदेशातील जमिनीचे दर हेक्टरी १ दशलक्ष डचमार्कनी वाढले. तर ज्यांचा शॅम्पेन प्रदेशात समावेश झाला नव्हता त्या जमिनीचे दर मात्र हेक्टरी ५००० डचमार्क इतकेच राहिलेले होते.

एकूणच शॅम्पेन कलबचा भाग होणे हे मोठे लाभदायक होते. मार्च २००८मध्ये या निर्णयाविरोधात समावेश झाला नसलेल्यांकडून निदर्शने करण्यात आली. यावेळी फरक इतकाच होता की निदर्शने करण्यासाठी रस्त्यावर उतरण्यापेक्षा या लोकांनी युरोपियन मानवी अधिकार न्यायालयात याविरुद्ध दावा दाखल केला.

शॅम्पेनच्या या उदाहरणावरून एवढे लक्षात येते की, जीआय निर्देशकाची सीमारेषा ठरवणे हे एक मोठे जिकिरीचे, गुंतागुंतीचे व राजकीय व्यवस्थापनास आव्हान देणारे असते. (चौकट १४

: शॅम्पेनच्या सीमा). असे असले तरी शॅम्पेन प्रदेशात समाविष्ट असलेल्यांना मात्र नवनव्या संधी उपलब्ध झाल्या आहेत.

## फेणी निर्मिती

फेणीत गुंफलेल्या सामाजिक, पारंपरिक बंधांचा उलगडा केल्यावर आता आपण फेणीनिर्मितीचे तंत्र, निकष व प्रक्रियापद्धती याविषयी चर्चा करूया.

## काजूचे झाड

फेणीनिर्मितीत केवळ एकच घटक कच्चा माल म्हणून वापरला जातो तो म्हणजे काजूबोंडांचा रस. यामुळे काजूझाडाची ओळख असणे महत्त्वाचे ठरते. पोर्तुगीजांनी १६व्या शतकात ब्राझीलहून आणलेल्या काजूची मलबार किनाऱ्यावर लागवड केली. तेथून हे झाड गोव्यात आले. पर्सिव्हल नोरोन्हा यांच्या मते गोव्यात काजूचे आगमन हे १५९० ते १६४० या कालावधीत झाले असावे. भारतीय कृषी संशोधन संस्था (जुने गोवे) येथील डॉ. ए. आर. देसाई यांनी संस्थेत नमूद असलेल्या अहवालावरून १७७० साली पर्वरी येथे काजू लागवड केल्याची नोंद आढळल्याचे सांगितले.

काजूचे फळ म्हणजे किडनीच्या आकाराचे काजू बी होय. तर काजूबोंड हे खोटे फळ आहे. जीआय-अर्जामध्ये काजूच्या या जीवशास्त्रीय रचनेविषयीच्या समजांविषयी उत्सुकता व्यक्त करण्यात आली आहे. डिसेंबर ते एप्रिल महिन्यांदरम्यान काजूच्या झाडाला बहर येतो. नंतर फळ लागते व पुढे मार्च ते मे दरम्यान काजूबोंडे व काजूबी पक्क होतात. पावसाळ्यापूर्वी काजूहंगाम संपतो. बहुतेक काजूची झाडे ही तिसऱ्या ते चौथ्या वर्षापासून फळ धारण करू लागतात. सातव्या वर्षापर्यंत सर्वाधिक फळधारणा होऊ लागते. अगदी ५०व्या वर्षापर्यंतही झाडाला फळे लागतात. मात्र २० ते २५व्या वर्षापर्यंत झाडाला व्यावसायिकदृष्ट्या उत्तम फळधारणा होते.

पूर्वीपासूनच काजू-बीपेक्षा काजूबोंडाला महत्त्व प्राप्त आहे. बोंडाचे पौष्टिक मूल्य, त्यापासून बनवण्यात येणारे विविध उपपदार्थ विशेषतः रस व मद्य, तसेच काजूबीच्या आवरणामध्ये आढळणारे विषारी तेल यामुळे काजूबीपेक्षा काजूबोंडेच अधिक लोकप्रिय राहिलेले आहे. पण गेल्या काही दशकांमध्ये भारतात काजू लागवडीचा प्रसार होण्यास काजू बीचे अर्थकारणही लाभदायक ठरलेले आहे. अधिक फळ देणारे, अधिक सावली देणारे अशी ही जात. महाराष्ट्रातील एक काजू संशोधन केंद्र (वेंगुर्ले) येथे विकसित झालेली व त्याच केंद्राच्या नावाची काजूची जात ही गोव्यात खूपच लोकप्रिय आहे. जुने गोवे येथील भारतीय कृषी संशोधन केंद्राने विकसित केलेल्या झ्वेंगुर्लाफ श्रेणीतील जाती या फळधारणेस तसेच विविध प्रकारच्या हवामानामध्ये तग धरू शकणाऱ्या आहेत. पारंपरिक गुणधर्म असलेल्या काही जातीही या

केंद्राने विकसित केल्या आहेत.

## काजूबोंडांचा पुरवठा

मार्च महिन्यापासूनच गोव्यातील हिरवाईने नटलेल्या टेकड्या या केशरी-पिवळा रंगांत लगडल्या जाऊ लागतात. काजूबोंडांच्या दरवळाने सारा डोंगर दरवळून उडतो. काजूबोंडे गोळा करणे हे अति मनुष्यबळाचे काम आहे. बहुतेक बोंडे ही जमिनीवर आपोआप पडल्यावरच गोळा केली जातात. कारण झाडावरून गळणे हे बोंड व काजूबी पक्क झाल्याचे नैसर्गिक द्योतक आहे. अनैसर्गिकपणे तोडलेले बोंड हे पक्क होत नाही. बहुतेक फेणी उत्पादक झाडावरून पडलेले बोंड हे पक्क असल्याचे मानतात. जितके अधिक पक्क तितका बोंडांचा रस गोड असतो आणि तितकेच ते फेणीनिर्मितीसाठी उपयुक्त असते. फेणीउत्पादक असेही सांगतात की, झाडावरून पडलेले बोंड हे जमिनीवर आपटते तेव्हा काहीसे खराब होते. पण यामुळेच बोंडांच्या आंबण्याची (किण्वनाची) प्रक्रिया सुरू होते. यामुळे काजूबोंड फेणी उत्पादनाला वापरण्यापूर्वी काही खास अशा साठवणूक जागेची गरज नसते. तसेच बोंडांचा लगदा करण्यासही काही खेप वेळ वाट पहावी लागत नाही.

सामान्य अनुभव असा आहे की, झाडावरून तोडलेल्या बोंडापासून बनवलेल्या फेणीला कडवट चव असते. तसेच पक्क फळात रसाचे प्रमाण अधिक असते. त्यामुळेच फेणीनिर्मितीत पारंपरिक ज्ञान, चालीरीती महत्त्वाच्या ठरतात. जमिनीवरील बोंडे गोळा करण्यासाठी खिळासदृश आडका असलेल्या लाकडी काठीद्वारे (कांटो) गोळा केली जातात. ती पांतलोन (छायाचित्र ५ पहा) किंवा प्लास्टिक बाद-लीत जमा केली जातात. (छायाचित्र ५- काजूबोंडे गोळा केली जात असताना; कांटो व पांतलोन हातात धरलेला एक मजूर; काजूबोंडांचे वजन घेण्यात येत असताना)

या साऱ्याचा चांगला परिणाम मात्र काजूबोंडांच्या गोळा करण्याच्या कामावर पडतो. यामुळे बहुतेक फेणीउत्पादक हे आपल्या उत्पादन केंद्राच्या जवळपासच्याच भागातून गोळा केलेली काजूबोंडे वापरतात. काही फेणीउत्पादक तर केवळ गोव्यात तयार झालेलीच काजूबोंडे वापरतात. उदा. सोनू सावंत (उत्पादक, डिचोली) म्हणतात, "गोव्यातील काजू हा फेणीसाठी सर्वोत्तम दर्जाचा असतो. पण बेळगाव (कर्नाटक)हून येणारा काजू हा दुय्यम प्रतीचा असतो. त्याच्या रसात पाण्याचे प्रमाण अधिक असते. गोव्यातील टेकड्यांवर येणाऱ्या काजूची सर त्या काजूला येत नाही." दूरवरच्या प्रदेशातून काजूबोंडे वापरल्याने फेणीच्या स्वादात तर निश्चितच फरक पडतो पण वाहतूकखर्चही वाढतो. पण अधिक उत्पादनक्षमता असलेल्या फेणीउत्पादकांना दूरवरच्या प्रदेशातून काजू आणण्याव्यतिरिक्त पर्याय नसतो. यामुळे काही उत्पादक हे महाराष्ट्र व कर्नाटकातून ट्रकलॉरीद्वारे काजू आणतात

(छायाचित्र ६). इतर राज्यांतून नेहमीच काजूबोंडे आयात करणारा एक फेणी उत्पादक म्हणतो, “फेणीला इतकी अधिक मागणी असते की त्यासाठी स्थानिक माल हा अपुराच पडतो. त्यामुळे परराज्यांतून काजू आणल्याशिवाय काही पर्याय नसतो.”

उत्पादन क्षमतेनुसार उत्पादकांचे गट पडतात. छोटे उत्पादक हे जवळपासच्या भागातूनच बोंडे गोळा करून आणतात. ही बोंडे गोळा करण्यासाठी स्थानिक मजूर, शेतकरी कुटुंबे कामाला लावली जातात. शेतकऱ्यांच्या कुटुंबाबाहेरील मजुरांना गोळा केलेल्या बोंडांच्या वजनाच्या प्रमाणात रोजगारी दिली जाते. ही रोजगारी तुटपुंजी अशीच असते. मोठा फेणी उत्पादक आपले सामाजिक, राजकीय वजन बोंडे गोळा करतो.

### काजू बोंडांची फोडणी

ज्याप्रमाणे काजूबोंडे जमा करण्यास विविध उपाय योजले जातात तसेच उपाय मग फेणीनिर्मिती प्रक्रियेतही योजले जातात. काजूबोंडांच्या फोडणीसाठी फेणीनिर्मितीच्या टिकाणी असलेल्या कोळंबीमध्ये (छोटा खड्डा) काजूबोंडे ठेवली जातात. कोळंबीचे पहिले काम म्हणजे बोंडापासून काजूबी वेगळे करणे होय. या काजूबिया मग प्रक्रियेसाठी दुसरीकडे नेले जातात. बीविरहित काजूबोंड हे मळणीयोग्य असते. काजूफोडणीचे हे काम दोन टप्प्यांत होते- काजूरस गोळा करण्यासाठी बोंडे फोडणे. व दुसरा म्हणजे बोंडांचा लगदा करून उर्वरित रसही काढणे. या दोन्ही टप्प्यांमध्ये विविध पद्धती व विविध साहित्य वापरले जाते. पहिली पारंपरिक पद्धत म्हणजे पायांच्या तुडव्याद्वारे बोंड फोडून त्यातून रस जमा केला जातो. व बोंडांत राहिलेला उर्वरित रस मिळवण्यासाठी लगदा वेळीच्या धाग्यांनी तयार केलेल्या एका नाडीद्वारे एकत्र बांधून तो एका अवजड दगडाखाली ठेवून देतात. यापूर्वीच सांगितल्याप्रमाणे फेणी निर्मितीतील या दोन टप्प्यांना मोठे सामाजिक महत्त्व आहे. अनेक उत्पादक हे काम आनंददायी व सर्वांच्या सहभागाचे काम असल्याचे मानतात. (चौकट १३ : फेणीनिर्मितीचे बाळकडू). आता काजूफोडणीसाठी यांत्रिक उपकरणे व आधुनिक तंत्र वापरले जात असल्यामुळे पारंपरिक पायाचा तुडवा इतिहासजमा होऊ लागला आहे.

काजू फोडण्याच्या जागेला थोडासा उतारा दिलेला असतो. यामुळे बोंडे फोडली की त्यातील रस आपसूकच उताराखाली असलेल्या खड्ड्यात जमा होतो. या फोडणीच्या जागी वर हातात धरता येईल याप्रमाणे एक दोरी किंवा दांडी आडवी टांगलेली असते. यामुळे बोंडांचा तुडवा करणारे मजूर या दांडी वा दोरीला धरून आपला तोल सांभाळतात. (छायाचित्र ७). बोंडांतील बहुतेक रस निघाला की मग बोंडांचा लगदा (चुमळ) हा वेळीच्या रोपाद्वारे (नुडी) एकत्र बांधला जातो. व उर्वरित रस काढण्यासाठी हा लगदा एक अवजड दगडाखाली

ठेवला जातो. (छायाचित्र ७) दगडाच्या वजनाच्या दबावामुळे हा रस बाहेर निघतो. हा जो रस मिळतो त्यालाच नीरा / निरो असे म्हणतात. नीरा हे एक उत्साहवर्धक, शक्तिवर्धक तसेच मद्यार्कविरहित पेय समजले जाते.

फेणी निर्मितीच्या या टप्प्यावर आता नवी उपकरणे, नवी तंत्रे आली असल्याने त्याचा मोठा परिणाम फेणीनिर्मितीच्या अर्थकारणावर पडला आहे. हा अनुभव बहुतेक उत्पादकांनी मांडलेला आहे. पाळीव जनावरे व स्टोन-मोर्टर क्रशरच्या वापरामुळे आता बोंडांचा तुडवा करण्यासाठी मनुष्यबळाची गरज उरलेली नाही. (छायाचित्र ८) आणि मेकॅनिकल क्रशरच्या आगमनानंतर प्राण्यांचीही गरज राहिलेली नाही (छायाचित्र ८). या सान्या बदलांमुळे काजू फोडणीचा कालावधी, रसनिर्मितीचे प्रमाण, वेळ, मनुष्यबळ व रसाचा दर्जा या सान्या घटकांवर मोठा फरक पडलेला आहे. पूर्वी पारंपरिक पद्धतीचा व आता आधुनिक उपकरणांचा वापर केलेल्या एक उत्पादक आपला अनुभव मांडतो, ‘पायांच्या तुडव्याद्वारे २५० डबे काजूबोंडांतून रस गाळण्यासाठी २ ते ३ दिवस लागतात; स्टोनक्रशरसाठी २ दिवस तर मेकॅनिकल क्रशरसाठी केवळ २ तास लागतात.’

वेग आणि क्षमता सुधारण्याबरोबरच या नव्या उपकरणांमुळे काजू रस गाळण्याचे प्रमाणही वाढले आहे. एका पाहणीनुसार, १ लिटर काजूरस मिळवण्यासाठी पारंपरिक तुडवा पद्धतीमध्ये ३.५ किलो बोंडे लागतात, तर मेकॅनिकल क्रशरसाठी २ किलोच बोंडे लागतात. कमी वेळात अधिक रसनिर्मिती शक्य झाल्याने नीरानिर्मितीची मागणीही वाढली आहे. यामुळेच आता वर ट्रक-जॅक असणाऱ्या लोखंडी पिंजऱ्याच्या रचनेतही सुधारणा करणे क्रमप्राप्त ठरले आहे (छायाचित्र ८).

असे असले तरी या सर्व पद्धती आजही वापरात असल्याचे पाहावयास मिळते. मग प्रश्न पडतो की, सामाजिकदृष्ट्या या पद्धती उपयुक्त आहेत का? काही उत्पादक हे पारंपरिक तुडवाच सर्वोत्तम असल्याचे आजही मानतात. यांत्रिक पद्धतीमध्ये बोंडांचा सुका लगदा तयार होतो. व लगद्याची वस्त्रगाळ पूड ही रसामध्ये मिसळते. यामुळे फेणीला वेगळी चव प्राप्त होते. तर ज्यांनी नव्या पद्धतीचा अवलंब केला आहे ते हा दावा फेटाळून लावतात.

बोंडांतून काढलेला सारा रस हा जमिनीत गाडून ठेवलेल्या कढईत जमा होतो. तिथे तो आंबण्यासाठी (किण्वन) ठेवला जातो. नव्या जमान्यानुसार आता या जुन्या धातूच्या काहिलीही इतिहासजमा होऊ लागल्या आहेत. त्यांची जागा आता प्लास्टिकच्या काहिली घेऊ लागल्या आहेत. किण्वन प्रक्रिया ही २ ते ४ दिवस चालते. रसाच्या पृष्ठभागावर फेसाचा जाड थर निर्माण होऊन, पृष्ठभागावर बुडबुडे येऊ लागतो. हे बुडबुडे जेव्हा मोठा आवाज करत फुटू लागतात तेव्हा

किण्वनप्रक्रिया पूर्ण झाल्याचे समजले जाते. हा आंबलेला रस पुढे उर्ध्वपातन क्रियेसाठी वापरला जातो.

### उर्ध्वपातन तंत्र व साहित्य

फेणी निर्मितीप्रक्रियेतील सर्वात महत्त्वाचा टप्पा म्हणजे उर्ध्वपातन होय. या विभागामध्ये फेणी निर्मितीसाठी वापरले जाणारे तंत्र, साहित्य व प्रक्रिया यावर तसेच यातही आता आलेले नवे तंत्र, नवी उपकरणे यांच्यावर प्रकाश टाकण्यात आला आहे.

पारंपरिक पद्धतीत पॉट-स्टील (भट्टीचा पारंपरिक प्रकार), याला 'लावणी' असेही म्हटले जाते, यात उर्ध्वपातन केले जाते. ही पद्धती वायव्य सरहद्द प्रांतात वापरल्या जाणाऱ्या गंधारन पॉट-स्टील प्रमाणेच असल्याचे वाटते (छायाचित्र ९). यामध्ये एक मातीचे मोठे गोलाकार भांडे (आता तांब्यापासून बनवलेले भांडे असते). त्याला कोकणी भाषेत 'भान्न' असते म्हटले जाते. या भांड्यात आंबवलेला रस ठेवला जातो. 'भान्न'चे वरचे तोंड 'मोरेम' या लाकडी प्लगद्वारे झाकले जाते. या भांड्याला बाहेरून चिखल माखून ते हवाबंद केले जाते. हे भांडे विटांनी बनवलेल्या चुलीवर ठेवलेले असते. भट्टीद्वारे या भांड्याला उष्णता दिली जाते. भांड्याच्या वरच्या तोंडाकडे नळी असते. ही नळी लावणीला जोडलेली असते. ही नळी एका लाकडी फ्रेममध्ये तिरकस स्वरूपात लावलेली असते. या लाकडी फ्रेमला कोकणीत 'तिकटें' असे म्हणतात. भांड्यात तयार झालेली वाफ ही नळीवाटे लावणीत येते. लावणीतील थंड तापमानामुळे ती द्रवरूपात बदलते (कंडेन्सेशन). लावणीचे तापमान थंड ठेवण्यासाठी तिच्यावर सतत पाणी सोडले जाते. यासाठी लावणीच्या तापमानाकडे नेहमीच बारकाईने लक्ष पुरवावे लागते. ठराविक तापमानाला वाफेचे द्रवीकरण होत असल्याने हे तापमान राखणे मोठे जिकिरीचे असते. लावणीचे तापमान थोडे जरी वाढले तरी लावणीला तडा जाऊ शकतो. असे जर झाले तर सारीच यंत्रणा, फेणीनिर्मितीचा माल खराब होण्याची भीती असते. याविषयी एक उत्पादक आपला अनुभव मांडतो, 'लावणीवर सतत पाणी सोडत राहावे लागते. या कामी एक मजूर लागतो. लावणीला गरम होऊ देता कामा नये. लावणीचे तापमान जरा जरी वाढले तर आतील द्रव झालेली वाफ पुन्हा वाफेत रूपांतरित होते. यामुळे लावणीचे तापमान आणखीनच वाढते. या स्थितीमुळे मग लावणीलाच तडा जाण्याचा धोका असतो. म्हणूनच लावणीवर लक्ष ठेवण्यासाठी, तिच्यावर सतत पाणी सोडत राहण्यासाठी एक माणूस व्यस्त राहतो. जोवर दुसरा मजूर त्याची जागा घेत नाही तोवर त्याला स्वस्थ बसता येत नाही.'

लावणीच्या कामात सुधारणा आणण्यासाठी पारंपरिक साहित्य, तंत्र यांच्या जागी आधुनिक साहित्य वापरून प्रयोग करण्यात आलेले आहेत. एकूणच लावणीचे तापमान योग्य राखण्यासाठी लागणारे मानवी

कष्ट कमी करण्याच्या उद्देशानेच हे प्रयत्न राहिलेले आहेत. यातूनच मग पाण्याच्या टाकीत अर्धवट स्थितीत लावणी बुडवून ठेवण्याचे तंत्र विकसित झालेले आहे. (छायाचित्र ९)

पॉट-स्टील भट्टीमध्ये सुधारणा करून इएक्स्ट्रालोकल /मॉडर्न पॉट-स्टीलफर्मा प्रकार उपलब्ध आहे. यामध्ये स्थानिक, पारंपरिक साहित्याच्या जागी आधुनिक तंत्र व साहित्य वापरण्यात आलेले आहे. मातीच्या भांड्याऐवजी तांब्याचे भांडे वापरले गेले आहे. असेच बदल लावणीमध्येही झाले आहेत. लाकडी नळीच्या जागी अॅल्युमिनियम (किंवा तांबे) कॉइल वापरण्यात आली आहे. तर लावणी आता सिमेंटच्या पाण्याच्या टाकीत अर्धवटस्थितीत बुडवून ठेवता येते. (छायाचित्र १०) मातीच्या लावणीची जागा प्लास्टिक कॅनने घेतली आहे. भांड्यातून बाहेर पडलेली गरम वाफ ही अॅल्युमिनियम कॉइलमधून जात असताना दुसऱ्या टोकाला पोचेपर्यंत थंड होते व पुढे प्लास्टिक कॅनमध्ये द्रवरूपात जमा होते.

यातही उत्पादक नाना प्रयोग करू लागले आहेत. उदा. सर्गरीतील सदाशिव मराठे यांनी स्टेनलेस स्टीलचे भांडे काजूरस गरम करण्यासाठी वापरले आहे (छायाचित्र १०). तांब्यापासून स्टेनलेस स्टीलकडे हा प्रवास होत असताना, भट्टीचा आकारही मोठा झाला आहे. या साऱ्याची रचनाच अशी करण्यात आली आहे की ६० फूट लांबीची कॉइल ही पाण्यात बुडवून ठेवता येणे शक्य बनलेले आहे. हे तंत्र त्यांच्या वडिलांनी २० वर्षांपूर्वी वापरात आणले होते. तर याची रचना त्यांचे बॉटलर असलेल्या 'न्हिया' बॉटलर्सने केली होती. यातील कॉइल ही खूप लांबडी असल्यामुळे या कॉइलमधून वाफ बाहेर पडेपर्यंत थंड होते व द्रवरूपात बदलते.

एक्स्ट्रालोकल / मॉडर्न भट्टीमध्ये झालेले हे बदल फेणीनिर्मितीच्या सामाजिक रचनेत बदल करणारे ठरले आहेत. लावणीकडे आता सतत लक्ष देत, पाणी सोडत बसण्याची गरज नसल्याने मनुष्यबळाचा व्याप कमी होण्याच्या दृष्टीने हे योग्य बदल आहेत. या नव्या तंत्रामुळे दूरवरच्या प्रदेशातूनही काजू माल आणून त्याचा फेणीनिर्मितीसाठी वापर करणे शक्य झाले आहे. या रचनेत उत्पादनक्षमता वाढवण्याकडेही लक्ष देण्यात आले आहे. पण या नव्या तंत्रासाठी अधिक गुंतवणुकीची गरज लागते. तर पारंपरिक साहित्याची गरज यामुळे कमी झाली आहे. नवी भट्टी वापरात आल्याने आता दूरवरूनही (अगदी महाराष्ट्रातूनही) काजू आणणे शक्य होत आहे. यामुळे स्थानिक सामाजिक बंध ढिला होत चालला आहे. त्याहीपुढे जात आता इंडस्ट्रियल भट्टीचा वापर केला जाऊ लागला आहे. यामुळे एकाच बॅचमध्ये फेणी निर्मिती शक्य झाली आहे. यासाठी पारंपरिक फेणीनिर्मितीचे ज्ञान असणे आवश्यक राहिलेले नाही. तसेच अधिक मनुष्यबळ वा एक्स्ट्रालोकल /मॉडर्न भट्टीसाठी लागण-

रे प्राणिबळही आवश्यक राहिलेले नाही. यापूर्वी आपण पाहिलेल्या स्थानिक कसब, कारागिरीवर आता स्थानिक तसेच वैश्विक घटकांचा झपाट्याने प्रभाव पडत आहे. उदा. १८३२साली कॉफेने स्कॉचसाठी कंटिन्युअस उर्ध्वपातन तंत्र विकसित केले (पाहा चौकट १२, पाठ २). १८५०पासून उद्योजकांनी या तंत्राचा मोठ्या प्रमाणात अवलंब केला व यात प्रयोग करता करता 'वॅटिंग' प्रक्रियेचा जन्म झाला आणि स्कॉचचे विविध ब्लेंड बाजारात दिसू लागले. या उर्ध्वपातन क्षेत्रातील नवे तंत्र, नवी उपकरणे यावर जरी वरवर प्रकाश टाकला तरी आपल्याला नावीन्यपूर्ण असे बदल झालेले पाहायला मिळतात तसेच ही उपकरणे, तंत्रे ही पारंपरिक भट्टीतील प्रक्रियेच्या मूळ गाभ्याला चिकटूनच असतात हे विशेष. जिथे इंडस्ट्रिअल पॉट-स्टीलचा वापर सुरू झाला आहे. त्या ठिकाणी सारेच काही बदलून गेलेले पाहायला मिळते. मग फेणी-क्लबसमोर असा प्रश्न पडतो की, साहित्य, उपकरणे, तंत्र यातील हे बदल सामाजिकदृष्ट्या उपयुक्त ठरतात का? ठरत असतील तर मग जीआय नियमांमध्ये यापैकी कोणाचा कायदेशीरदृष्ट्या समावेश करायचा?

### उर्ध्वपातन प्रक्रिया

या विभागात आपण फेणी-निर्मितीतील महत्त्वाचा टप्पा पाहणार आहोत : उर्ध्वपातनाची संख्या, प्रत्येक स्तरावर वापरावयाचा कच्चा माल, मद्याची क्षमता मापन करणारे परिमाण इंग्राउफ (चौकट १५ : ग्राउ). पारंपरिकदृष्ट्या फेणीनिर्मिती ही त्रि-उर्ध्वपातन प्रक्रिया आहे. प्रत्येक स्तरावर वापरल्या जाणाऱ्या घटकांचे प्रमाण व प्रत्येक स्तरावर निर्माण होणाऱ्या मद्याची क्षमता (ग्राउ) ही वेगवेगळी आहे.



(छायाचित्र ११ : ग्राउ)

### चौकट १५ : ग्राउ – फेणीच्या मद्यार्कक्षमता मोजणारे परिमाण

(छायाचित्र ११ : ग्राउ). मद्याची घनता मोजून ही घनता मद्यार्काच्या आकारमानात दर्शवितो. हायड्रोमीटरद्वारे याचे मापन केले जाते व इथेनॉल कंटेंटमध्ये ते रूपांतरित करून दर्शविले जाते. उदा. १८ ग्राउ म्हणजे ४२.८ %

आता तर या तंत्रातही आमूलाग्र बदल घडत आहेत. अनेक फेणीउत्पादकांनी द्वि-उर्ध्वपातन प्रक्रिया वापरणे सुरू केले आहे. काही

जण तर द्वि-उर्ध्वपातनाने बनवलेल्या फेणीविषयी एकमत करण्याची गरज व्यक्त करतात. गोमंतकीय पत्रकार व एक फेणीप्रेमी सेसिल पिंटो यांनी आपल्या एका लेखामध्ये एका अनिवासी गोमंतकीयाशी फेणीविषयी झालेल्या अनौपचारिक चर्चेविषयी लिहिले आहे. ते लिहितात, 'आता खूपच कमी उत्पादक तिसऱ्या उर्ध्वपातनाकडे जातात. त्यामुळे आज बहुतेक ग्राहक फेणीच्या नावाखाली जे काही सेवन करत आहेत ती फेणी नसून कॅज्युलो आहे. पण ग्राहकांनीही हा बदल मान्य केल्याचे वाटते. तसेच त्रि-उर्ध्वपातनातून बनलेली फेणी ही खूपच कडक असते व अनेकांना ती पचवणे कठीण वाटते.' तिसऱ्या उर्ध्वपातनामुळे जरी फेणीचा ग्राउ वाढत असला हे मान्य केले तरी तिची चव पिण्यायोग्य वाटत नाही हा त्यांचा वैयक्तिक अनुभव असेल. एप्रिल २००८मध्ये सदस्यांच्या एका बैठकीमध्ये फेणी-चव चाचणी घेण्यात आली. यामध्ये फेणीचे सर्व नुमने हे द्वि-उर्ध्वपातन पद्धतीने बनवलेले होते. अनेक बाटलीबंद ब्रँडवर उर्ध्वपातन संख्या नमूद केलेली नसते. आणि जे कोणी अशी माहिती लेबलवर छापतात ती उत्पादने बहुधा द्वि-उर्ध्वपातनाने बनवलेली असतात (उदा. नीता इंडस्ट्रीजची कॅज्युपिना). या सान्या प्रकारामुळे फेणीक्लबसमोर मग नवाच प्रश्न येतो की जर का बाजाराने द्वि-उर्ध्वपातन पद्धतीने बनवलेली फेणीला मान्यता दिली असेल तर त्याला कायदेशीर मान्यता द्यावी की नको? पारंपरिक प्रक्रिया तंत्रात बदल करून नव्या तंत्राचा अवलंब करण्याचे हे एक ताजे उदाहरण आहे.

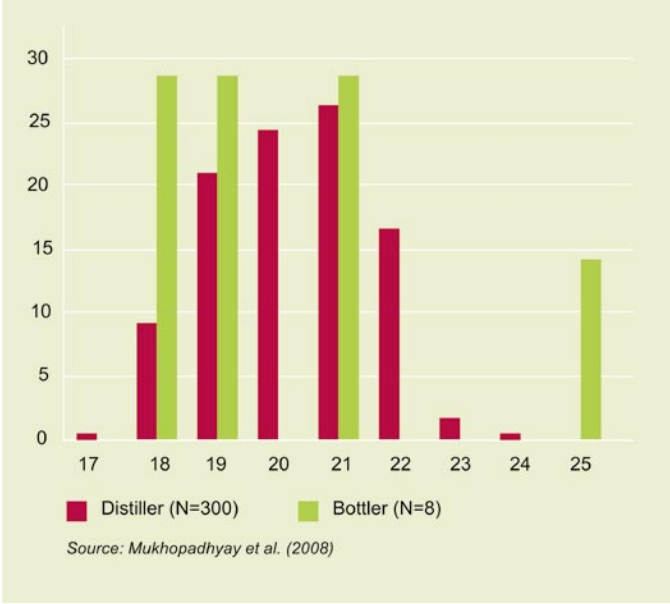
उर्ध्वपातनाच्या तीन फेऱ्यांची प्रक्रिया जेव्हा आपण पाहतो तेव्हा प्रत्येक फेरीमध्ये वापरलेल्या घटकांचे प्रमाण हे वेगवेगळे असते. फेणीनिर्मितीसाठीचा मुख्य व एकमेव घटक म्हणजे काजूरस. पहिल्या उर्ध्वपातनात केवळ आंबलेला काजूरसच वापरला जातो. यातून बनलेल्या उत्पादनाला झतोडपफअसे म्हटले जाते. याचा ग्राउ हा १५-१७ इतका असतो. सुमारे १३० लिटरच्या काजूरसापासून २४-२६ बाटल्या तोडप तयार होते. कमी मद्यार्काचे प्रमाण असलेले हे उत्पादन बाजारात अतिशय लोकप्रिय आहे. काजूहंगामादरम्यान या उत्पादनाची बाजारात रेलचेल असते. याला झहुराकफअसेही म्हटले जाते.

दुसऱ्या उर्ध्वपातनासाठी तोडप व आंबलेला काजूरस यांचे मिश्रण वापरले जाते. मिश्रणाचे प्रमाण हे वेगवेगळे आहे - किंवा विविध ठिकाणी तसे नमूद करण्यात आले आहे. उदा.

- मंडल इटी एएल. (१८८५) : ६० लिटर आंबलेला काजूरस व ३० लिटर हुराक (२:१ प्रमाण)

- पिंटो (२००७) : आंबलेला रस व हुराक १:८ या प्रमाणात

- कामत (२००८) : ६० लिटर आंबलेला रस व ३० लिटर हुराक (२:१ प्रमाण)



(आकृती १: ग्राउची विभागणी)

– मुखोपाध्याय इटी एएल. (२००८) १३० लिटर आंबलेला रस व २५ लिटर हुराक (५.२:१ प्रमाण)

हे मिश्रण भांड्यात ठेवून उर्ध्वपातन क्रिया सुरु होते. दुसऱ्या फेरीनंतर १९ ग्राउ क्षमता असलेले 'कॅज्युलो' हे उत्पादन मिळते. तिसऱ्या फेरीसाठी आंबलेल्या काजूरसात कॅज्युलो मिसळून वापरतात.

फेणीचा ग्राउ किती असावा यासाठी एक सर्वेक्षण करण्यात आले आहे. यामध्ये बहुतेक उत्पादकांनी (८८ %) हा ग्राउ १९ ते २२ या दरम्यान असावा असे म्हटले आहे. तर बहुतांश बॉटलर्सनी (८६ %) हे प्रमाण १८ ते २५ दरम्यान असावे असे सुचवले आहे. (आकृती १ : ग्राउची विभागणी). यामध्ये २१ ग्राउला सर्वाधिक संमती मिळाली. मद्यार्काच्या प्रमाणावरून उत्पादक व बॉटलर यांच्या मतभिन्नता असली तरी ती काही फारशी गंभीर नाही. बहुतेक मद्यउत्पादनांबाबत पुरवठा साखळीतील विविध घटकांकडून मद्यार्काच्या प्रमाणाविषयी विविध मते मांडण्यात येतात. अशा वेळी फेणी-क्लबसमोर प्रश्न येतो की ग्राउविषयी काही निकष ठरवावेत का, त्याचे प्रमाण किती असावे आणि हे प्रमाण पारंपरिक फेणीनिर्मिती तंत्राशी कितपत जुळतात?

### ब्लेंडिंग व बॉटलिंग

फेणी निर्मितीतील ही पायरी रिटेल स्टेजवळची आहे. या पुढील पाठात आपण फेणीच्या पुरवठामार्गाविषयी विस्तृतपणे पाहणार आहोत. पण इथे नमूद करणे आवश्यक वाटते की फेणीचा बहुतांश पुरवठा हा छोट्या व थेट पुरवठामार्गावर होतो. यामध्ये थेट उत्पादकाकडूनच खरेदी किंवा उत्पादकाच्या मालकीच्याच मद्यालयातून खरेदी किंवा

डिस्टीलरकडून खरेदी असे प्रकार आहेत. त्यामुळे ब्लेंडिंग व बॉटलिंग हे बाजारातील केवळ छोट्या हिश्याशीच संबंधित आहे. जीआयमुळे हे क्षेत्रही विस्तारित पावेल अशी आशा आहे. यापुढील विवेचनात दोन मुद्दे लक्षात घेण्यात आले आहेत : पहिला, फेणी उत्पादनाच्या बॉटलिंगविषयीच्या विद्यमान पद्धती व दुसरा म्हणजे या पद्धतीमध्ये वापरले जाणारे निकष व तत्त्वे. उदा. ब्लेंडिंगसंदर्भात बॉटलर्स काही पद्धती अवलंबतात का? फेणीच्या साठवणुकीविषयी काही पारंपरिक निकष आहेत का व ते पाळण्यात येतात का?

यामध्ये तीन प्रमुख टप्पे आहेत : ब्लेंडिंग, फिल्टरिंग व बॉटलिंग. बहुतेक बॉटलर्सनी मुलाखतीदरम्यान याला मान्यता दिली. काही बॉटलर्सनी फेणीचे झॅजिंगफकरत असल्याचेही सांगितले. उदा. एक बॉटलर सुमारे वर्षभर स्टेनलेस स्टीलच्या भांड्यांमध्ये फेणीचे एजिंग करतो. काही लोकांनी फेणीच्या एजिंगविषयी पारंपरिक पद्धती सांगितल्या पण त्या आता फारशा अभावानेच पाहायला मिळतात : साळ लाकडाच्या पिंपात किंवा मडक्यात फेणी ठेवून ते मडके विहिरीमध्ये ठेवणे आदी पारंपरिक प्रकार आहेत. काही बॉटलर आपले उत्पादन 'कास्क-एज्ड' केल्याची जाहिरात करतात (उदा. आनंद डिस्टिलरीचा 'ओल्ड वॅट' ब्रँड). पुढील पाठात आपण पाहणार आहोत की यापैकी काही पद्धती थेट व छोट्या पुरवठा मार्गावर आजही आढळतात.

फेणीची निवड करताना बॉटलर फेणीचा स्वाद, मद्यार्कक्षमता व चव यांची चाचणी करतो. यामध्ये मद्यार्कक्षमता चाचणीसाठी ग्राउ चाचणीच बहुतेक बॉटलर ( सर्वेक्षणानुसार ८५ %) अवलंबतात. तसेच नाकाद्वारे फेणीचा वास घेऊनही अनेक बॉटलर फेणीचा दर्जा पडताळतात. न्हिया डिस्टिलरीचे श्री. रेगन हेन्रिक्स हे वासाद्वारे फेणीचा दर्जा तपासणीबाबत म्हणतात :

... जर का तुम्ही या क्षेत्रात अनुभवी असाल तर केवळ वास व चवीद्वारे तुम्हाला फेणीच्या कडकपणाविषयी ज्ञान होते. चहा किंवा व्हिस्कीची चाचणी घेतली जाते तसाच हा प्रकार आहे. ते असे कोणतेच निकष पाळत नाहीत (...) त्याचप्रमाणे आम्ही बॉटलरही अनुभवाने केवळ वासाद्वारे फेणीचा दर्जा पडताळण्यात आता पारंगत झालो आहोत.

विविध उत्पादकांकडून फेणीउत्पादन खरेदी केले जात असल्याने सर्व उत्पादनांचा दर्जा, रासायनिक गुणधर्म एकच व्हावेत म्हणून बहुतेक बॉटलर हे ब्लेंडिंग करतात. कारण प्रत्येक उत्पादनामध्ये थोडाफार वेगळेपण असतेच. उदा. फेणीचे विविध ब्रँड विकणारे अँन्थनी फर्नांडिस म्हणतात 'येस बॉस' हा ब्रँड काणकोणमध्ये तयार झालेल्या फेणीचा आहे. तर 'नोवा गोवा' ब्रँड सांग्यातील फेणीपासून विकसित झाला आहे. विशेष म्हणजे काही बॉटलर त्यांच्या स्पर्धकांना

फसवण्याच्या उद्देशाने आपण विविध फेणीउत्पादनांचा एकच ग्राउ करण्यासाठी पाणी वापरतो असे सांगतात. एकूणच हे सारे प्रकार पाहता, फेणीच्या ब्लेंडिंग पद्धतीत एकवाक्यता येण्यासाठी, एक ब्रँड म्हणून विशिष्ट दर्जा राखण्यासाठी काही निकष पाळण्याची गरज आहे. एका बॉटलरने (नाव जाहीर करण्यात आलेले नाही) कबूल केले की, अशा प्रकारांमुळे दर्जावर परिणाम होतो, पण असे फक्त वर्षानुरूपच होते. कारण तो संपूर्ण वर्षभराचा फेणीमाल एकाचवेळी खरेदी करतो व किमान त्या वर्षीतरी फेणीचा दर्जा, ग्राउ एकच राहिल याची खबरदारी घेतो.

बाटलीबंद फेणीचे प्रमाण हे तसे कमीच असल्याने यामध्ये अवघेच काही पारंपरिक निकष आहेत. त्यामुळे जीआय-निकषांद्वारे ब्लेंडिंग व बॉटलिंगमध्ये काही नवे नियम अमलात आणले जा-वेत का? या प्रश्नाचे उत्तर शोधण्याची गरज आहे. तसेच एजिंग व साठवणुकीसाठीही काय निकषांची आवश्यकता आहे हे निश्चित केले गेले पाहिजे.

### फेणीच्या 'भौगोलिक निर्देशक'ची निर्मिती

फेणीनिर्मिती प्रक्रियेची आता बऱ्यापैकी आपल्याला माहिती मिळाल्यानंतर हे निश्चित झाले आहे की फेणी निर्मितीत वेगवेगळे पारंपरिक निकष व प्रक्रियांमध्ये वैविध्य आढळते. यापुढील भागात आपण फेणीसाठी जीआय निकषांच्या निश्चितीवर प्रकाश टाकणार आहोत.

### भौगोलिक निर्देशकामध्ये स्थानिक लाभ

भारत सरकारद्वारे १९९९मध्ये जीआय कायदा निर्मितीनंतर, गोव्यातूनही जीआयद्वारे फेणीला संरक्षण देण्याविषयी सूर उमटू लागले. उदा. वर नमूद केल्याप्रमाणे, मादाम रोसा डिस्टिलरीचे मालक विन्सेंट वाझ हे फेणीला जीआयप्रमाणपत्र मिळवण्याच्या बाजूने होते. त्याचवेळी विक्रीकरासंदर्भात फेणीला असलेला 'देशी दारू'चा दर्जाविषयीही त्यांनी चिंता व्यक्त केली. या दर्जामुळे फेणीच्या तस्करीविषयी अनेक किस्से अनुभवायला मिळतात. स्थानिक घटकांकडून वाढता पाटिंबा मिळत असल्याचे पाहून केंद्र सरकारनेही फेणीला जीआयमान्यता देण्याविषयी अनुकूलता दर्शविली. जीआय संकल्पनेचा प्रसार व्हावा, जागृती व्हावी यादृष्टीने केंद्र सरकारने विशेष उपक्रम तयार केला. तसेच याविषयी राज्यसरकारनाही सहकार्याचे आवाहन केले.

जानेवारी २००२मध्ये या उपक्रमाचे गोव्यात आगमन झाले. गोवा उद्योग महासंघाच्या सहकार्याने एक बैठक आयोजित करण्यात आली. या बैठकीमध्ये फेणीच्या संरक्षणासाठी एक जीआय समिती नेमण्याचे तत्कालीन राज्य विकास आयुक्त जे.के. दादू यांनी सुच-

वले. गोवा चेंबरकडून मादाम रोसा डिस्टिलरीचे मॅक वाझ यांना या समितीवर सदस्य म्हणून नेमण्यात आले. फेणीला जीआय प्रमाणपत्र हा विचार जसजसा वाढत गेला तसतसे स्थानिक वर्तमानपत्रे व या चळवळीतील काही प्रमुख प्रतिनिधी यांनीही ही मागणी धसास लावण्याचे धोरण अवलंबले.

या सान्या विचारामध्ये 'भविष्यातील सुवर्णसंधी'ची आशा झळकत होती. जीआयच्या माध्यमातून फेणीला कसा जागतिक दर्जा, जागतिक ओळख व जागतिक बाजारपेट मिळेल याविषयी लोकांमध्ये चर्चा वाढू लागली. याविषयी एका राष्ट्रीय वर्तमानपत्रात झविल फेनी बी दि न्यू टेक्निका?फया शीर्षकाखाली एक बातमी प्रसिद्ध झाली होती. एकूणच जागतिक बाजारपेटेत फेणीला प्रवेश मिळवून देण्यासाठी जीआय प्रमाणपत्र कसे आवश्यक आहे याविषयी दावे केले जाऊ लागले. या क्षेत्रातील काही मंडळींनी या प्रकाराला झकेवळ बडबडफ म्हणूनच संबोधले. मुलाखतीदरम्यान त्यांनी काजूबोंडांच्या उत्पादनावर व पुरवठ्यावर असलेली मर्यादा लक्षात घेत फेणीला जागतिक ब्रँड कसे बनवता येईल याविषयी प्रश्नचिन्ह नोंदवले होते.

या चर्चेमध्ये आणखी एक भीतीचा सूर व्यक्त होत होता की आपण हा दर्जा मिळवण्यापूर्वी इतर कोणीतरी फेणीचे पेटंट मिळवले तर? काही अफवा, गैरसमज बाजूला ठेवले तर वर्तमानपत्रातील लेखनामुळे शेजारच्या राज्यांतून फेणीविषयीची उत्सुकता याकडे लक्ष देण्यास, या भीतीवर एकवाक्यता होण्यास मोलाची मदत झाली. तसेच नोव्हेंबर २००६मध्ये प्रसिद्ध झालेल्या बातम्यांमध्ये किंगफिशर व युबी गुपचे मालक विजय मल्ल्या हे फेणी उत्पादन क्षेत्रात प्रवेश करण्याचे योजत असल्याचे नमूद करण्यात आले होते. यातूनच मग युबी समूह काजूलागवडीमध्ये गुंतवणूक करणार की केवळ फेणीउत्पादन करणार किंवा स्थानिक उत्पादकांना टेका देऊन आपला ब्रँड विकसित करणार अशा विविध प्रश्नांचे मोहोळ तयार झाले.

### फेणी क्षेत्राचे एकत्रीकरण

श्री. दादू यांच्या पुढाकाराने गेली काही वर्षे सातत्याने यासंबंधी बैठका घेण्यात आल्या. जानेवारी २००३मध्ये, भारत सरकारच्या विज्ञान व तंत्रज्ञान खात्याचा भाग असलेल्या टेक्नॉलॉजी-इन्फॉर्मेशन-फोरकास्टिंग अँड असेसमेंट काउन्सिल (टीआयएफएसी) ने गोव्यात जीआयविषयक एक बैठक घेतली. यामध्ये फेणीचा जीआय-अर्ज करण्यासाठी पावले उचलण्यास सांगितले. टीआयएफएसीने यावेळी मोघा सिल्क, फुलकारी टेक्स्टाईल्स व कांगडा टी आर्दीच्या जीआय-अर्जाविषयी माहिती दिली.

गोवा सरकारच्या माहिती व तंत्रज्ञान खात्याकडे (डीएसटी), डॉ. वर्दे यांच्या काळात, याकामी पुढाकार घेण्याची जबाबदारी

सोपवण्यात आली. डीएसटीने २००४-०५ मध्ये याविषयी सर्व घटकांची मते जाणून घेण्यासाठी एक चर्चेची मालिकाच आयोजित केली व फेणीच्या जीआय प्रमाणपत्राबाबत प्रक्रिया राबवण्यासाठी एक समिती नेमली. फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळवण्याबाबत पाटिंबा मिळत गेला. पण भारतातील जीआयकायदानुसार जीआयसाठी अर्जदार ही एक संस्था, संघटना असावी लागते. यामुळे अशी संघटना निर्मितीचा विचार मूळ धरू लागला. अखेर जुलै २००६मध्ये गोवा काजूफेणी उत्पादक व बॉटलर संघटना (चौकट ३ : फेणी संघटना, पाठ १) एक संघटना म्हणून नोंद करण्यात आली आणि मग जीआयसाठी अर्जदार म्हणून डीएसटीसाठी ही संघटना कार्य करू लागली.

सध्याच्या स्थितीत फेणी संघटनेची सदस्यसंख्या कमी आहे. जेव्हा जीआय कार्यरत होईल व सदस्यांना परवाना मिळेल तेव्हा ही संख्या नक्कीच वाढेल. सध्या फेणी संघटनेत दोन मुख्य घटक आहेत. अ) बॉटलर, ब) उत्पादक जे मोठ्या प्रमाणात फेणी उत्पादन करून स्वतःच बॉटलिंग करतात. फेणीक्षेत्रामध्ये छोट्या क्षमतेच्या उत्पादकांची संख्या अधिक आहे. त्यांना आजवर कोणत्याही संघटनेचे प्रतिनिधित्व लाभलेले नाही. एका पाहणीत असे आढळून आले आहे की, सुमारे ९८.५ % फेणीउत्पादकांना जीआयबाबत तसेच फेणीला जीआयदर्जा मिळवण्यासाठी चाललेल्या प्रयत्नांबाबत काहीच माहिती नाही. एका पदाधिकाऱ्यांना याकडे लक्ष वेधले. बहुतेक छोटे उत्पादक हे केवळ काजूहंगामापुरतेच या क्षेत्राशी जोडलेले असतात. बॉटलरप्रमाणे त्यांना वर्षभर हा व्यवसाय करणे शक्य होत नाही. त्यामुळे उर्वरित काळात ते इतर कामधंदा करतात. तसेच उत्पादकांना सरकारकडून वार्षिक परव-ना तसेच ठेकेदारी घ्यावी लागते. यामुळे ते दरवर्षी या क्षेत्राशी निगडित असतीलच असे नाही.

### फेणी अर्जाची निर्मिती

डॉ. वर्दे यांनी नेमलेल्या समितीची स्थापना झाल्यानंतरच फेणीसाठी जीआय-अर्ज करण्याच्या कामाला नेमकी दिशा व गती मिळाली. यामध्ये विविध पदाधिकाऱ्यांना जबाबदाऱ्या वाटू देण्यात आल्या. गोमंतकीय पत्रकार सिरिल डिकुन्हा यांच्याकडे फेणीचा इतिहास कागदावर उतरण्याची जबाबदारी देण्यात आली. मारिया डि लॉर्ड ब्राव्हो डा कोस्ता रॉड्रिगीस यांनी गोवा केंद्रीय वाचनालयामधून फेणीच्या गोव्यातील उगमस्थाविषयीचे साहित्य जमा करून त्यांना मदत केली. फेणीचा वैज्ञानिक व तांत्रिक अहवाल बनवण्याची जबाबदारी जुने गोवे येथील भारतीय कृषी संशोधन संस्था (आयसीएआर) केंद्रातील वैज्ञानिकांवर सोपवण्यात आली.

मार्च २००७पर्यंत, फेणीच्या जीआय-अर्जाचा मसुदा तयार करण्यात

आला व त्याचा अभ्यास गोवा उद्योग महासंघ व डीएसटीमार्फत करण्यात आला. डीएसटी व नव्यानेच स्थापन झालेली फेणी संघटना हे यासाठी अर्जदार होते. चेन्नईतील जीआय नोंदणी कार्यालयाशीही याकामी सल्लामसलत करण्यात आली. त्या सूचनांनुसार ऑक्टोबर २००७मध्ये डीएसटीने अर्जातील मुद्द्यांमध्ये सुधारणा करण्यात आली. पुन्हा एकदा आवश्यक बदल केल्यावर अखेर १९ डिसेंबर २००७ रोजी फेणीचा जीआय प्रमाणपत्रासाठी चेन्नईतील नोंदणी कार्यालयात अर्ज सादर करण्यात आला. मद्यपेयांसाठीच्या असलेल्या श्रेणी ३३नुसार झगोवा काजू फेणीफअसा १२० क्रमांकाचा अर्ज सादर करण्यात आला. आणि जीआय प्रमाणपत्रासाठी प्रथम अर्ज करण्याचा मान तसेच मद्यविभागातून प्रथम अर्ज करण्याचा मान फेणीला मिळाला.

### फेणी अर्जाची छाननी

या प्रक्रियेतील पुढील टप्पा म्हणजे जीआय रजिस्ट्रार कडून, सल्लागार समितीच्या सहकार्याने या अर्जाची छाननी करण्याचा. या सल्लागार समितीची पहिली बैठक गोव्यामध्ये ४ जानेवारी २००८ रोजी झाली. यामध्ये फेणी उत्पादकांचे प्रतिनिधित्व करणाऱ्या किमान दोन-तीन फेणी उत्पादकांच्या उपस्थितीत फेणीच्या जीआयविषयक अर्जावर सादरीकरण करण्याचे ठरवण्यात आले. फेणी उत्पादकांचे प्रतिनिधी म्हणून फेणी संघटनेचे पदाधिकार मे. वाझ (अध्यक्ष), गुरुदत्त भक्ता (सचिव) आणि हेन्रिक्स (खजिनदार) हे सहभागी झाले होते. इतर उपस्थितांमध्ये मे. सावंत व रवी कृष्ण या बॉटलर व्यावसायिकांचा समावेश होता. एकूण १७ प्रतिनिधी या बैठकीस हजर होते. यापैकी इतर १२ जण हे सरकारी अधिकारी होते. सर्वांनीच त्यांनी गोव्याच्या अपेक्षा व फेणीचा जीआय प्रमाणपत्राबाबतचा दावा ठामपणे मांडला.

फेणीचा अर्ज तपासणीचा वेळ होता. याचवेळी फेणी उत्पादना-तील पारंपरिक वैशिष्ट्य, वैविध्य यांचे दर्शन या उत्पादकांनी घडविले. उत्पादकांचे म्हणणे व अर्जातील माहिती यांचा ताळमेळ घालण्यात आला.

या बैठकीतील सूचनांनुसार मार्च २००८मध्ये सुधारित अर्ज सादर करण्यात आला. त्यानंतर पुढीलच महिन्यात फेणी उत्पादक, बॉटलर व राज्य सरकारमधील प्रमुख अधिकारी अशा या उपक्रमातील सहभागी प्रतिनिधींची बैठक गोव्यात घेण्यात आली. बैठकीत फेणीच्या जीआय अर्जाविषयी विविध प्रश्न, मुद्दे उपस्थित करण्यात आले. झगोवा काजू फेणीफया नावाने अर्ज सादर केल्यामुळे होणाऱ्या परिणामांचा ऊहापोह करण्यात आला. दुसऱ्या एका सल्लागार मंडळाने झगोवा काजू फेणीफयेवजी केवळ झफेणीफया नावाने अर्ज सादर करण्याची सूचना केली. २ ऑगस्ट २००८ रोजी झालेल्या बैठकीत



नावामध्ये तसा बदल करण्याचा निर्णय घेण्यात आला.

अर्जात 'फेणी' असा बदल केल्यानंतर हा अर्ज ऑक्टोबर २००८मध्ये जीआय-जर्नलमध्ये प्रसिद्ध करण्यात आला आणि मग पुढे लोकांच्या सूचना व हरकतींसाठी खुला करण्यात आला. हरकती सादर करण्याच्या १२० दिवसांच्या कालावधीमध्ये कोणतीही हरकत नोंद न झाल्याने अखेर २७ फेब्रुवारी २००९ रोजी अर्जाची अंतिम नोंदणी करण्यात आली व ९ मार्च २००९ रोजी डीएसटीला जीआय-प्रमाणपत्र मिळाले.

एकूणच डीएसटीच्या व नव्यानेच स्थापन केलेल्या फेणी संघटनेच्या अविरत व प्रामाणिक प्रयत्नांना फेणीला जीआय प्रमाणपत्र मिळाल्याने ऐतिहासिक यश लाभले. आता यापुढे या जीआय दर्जाची अंमलबाजवणीचे आव्हान आहेच. पुढील विभागात, फेणीच्या पारंपरिक निर्मितीप्रक्रिया व निकषांबाबत जीआयद्वारे कसा मेळ साधायचा याविषयी विवेचन करण्यात आले आहे.

## भौगोलिक निर्देशकाचा अभ्यास

### फेणीची व्याख्या आणि जीआय-क्लबचे नियम

फेणीची नोंद करणारा अहवाल हा एक महत्त्वाचे साहित्य आहे. यामध्ये पोर्तुगीज काळापासूनच्या काजूच्या व फेणीच्या प्रवासाचा इतिहास मांडण्यात आला आहे. काजूविषयीच्या पारंपरिक संकल्पना, स्थानिक प्रदेशात काजूला असलेले पारंपरिक महत्त्व, काजू बोंड व फेणीचे रासायनिक पृथःकरण, आदी घटकांवर अहवालात प्रकाश टाकण्यात आला आहे. यामध्ये दोन भागांमध्ये संशोधन करण्यात आले आहे : झफविभागात झनिकषफतर झजफविभागात झउत्पादन पद्धतीफ (चौकट १६ : जीआय-व्याख्या).

### चौकट १६ : फेणीची जीआय-व्याख्या

मार्च ते मे या कालावधीत तयार झालेल्या काजूबोंडांतील काजू रस आंबवून व केवळ या आंबलेल्या रसापासून द्वि-उर्ध्वपातन प्रक्रियेने १९-२० ग्राउ क्षमतेचे तयार करण्यात आलेले मद्यपेय म्हणजे फेणी अशी फेणीची जीआय-व्याख्या करण्यात आली आहे. उत्पादन प्रक्रियेतील घटकांबाबत खालील 'क्लब-नियमांत' माहिती देण्यात आली आहे :

- सामान्यतः नैसर्गिकपणे झाडावरून पडलेली पक्क फळेच वापरली जातात.

- पारंपरिक भट्टीद्वारे (पॉट-स्टील) तांब्याचे झभान्नफव मातीची झलावणीफयांचा वापर करून या रसाचे उर्ध्वपातन केले जाते.

- पहिल्या उर्ध्वपातनानंतर १६-१७ ग्राउचे मद्य (तोडप) उत्पन्न होते.

- दुसऱ्या उर्ध्वपातनासाठी १३० लिटर तोडप व ११० लिटर आंबलेला काजू रस यांच्या मिश्रण वापरून त्यापासून १९-२० ग्राउची फेणी बनवली जाते.

चौकट १६ (जीआय-व्याख्या) ही फेणी-क्लबच्या सदस्यांसाठीचे नियम ठरवते. जीआय कायद्यान्वये, जर कोणी या फेणी क्लबचा सदस्य नसतानाही फेणीविषयीचे निकष आपल्या मद्यउत्पादनासाठी वापरत असेल तर तो प्रकार जीआय कायद्याचे उल्लंघन ठरते. तसेच झजीआय-फेणीफवापरण्यासाठी फेणी संघटनेची मान्यता घेणे आवश्यक असते आणि संघटनेच्या निकषांप्रमाणेच फेणी उत्पादन करणे क्रमप्राप्त ठरते. यासाठीच फेणीची जीआय व्याख्या महत्त्वाची ठरते.

पारंपरिक फेणी उत्पादनातील परंपरांसदर्भात या जीआय नियमांविषयी काही प्रश्न उपस्थित राहतात, जे यापूर्वीच मांडण्यात आले आहेत. त्यापूर्वी फेणी-अर्जनिर्मितीदरम्यान क्लबच्या नियमांमध्ये काही सुधारणा करण्यात आल्या आहेत का हे पाहावे लागेल. मार्च २००७मध्ये फेणीच्या अर्जाचा पहिला मसुदा तयार झाला. व त्यामध्ये आवश्यक बदल करून पुन्हा तो डिसेंबर २००७मध्ये सादर करण्यात आला. त्यानंतर गोव्यामध्ये जानेवारी २००८ व ऑगस्ट २००८मध्ये सल्लागार समितीच्या दोन बैठका पार पडल्या. त्यातील सूचनांनुसार ऑक्टोबर २००८मध्ये सुधारित अर्ज जीआय नोंदणी कार्यालयास सादर करण्यात आला. मग प्रश्न पडतो की या सूचनांनुसार नव्याने सादर केलेल्या अर्जामध्ये काही मोठे बदल करण्यात आले होते का?

विशेष, म्हणजे या नव्या अर्जात उत्पादन प्रक्रिया, साहित्याचा वापर किंवा उर्ध्वपातनाचे तंत्र<sup>१</sup> याविषयी काही मोठे बदल करण्यात आले नव्हते. फक्त फेणीच्या रासायनिक घटकांच्या प्रमाणांविषयी थोडे बदल करण्यात आले होते. या रासायनिक घटकांच्या प्रमाणांविषयीच जानेवारी २००८मध्ये झालेल्या सल्लागार समितीच्या पहिल्या बैठकीत भर देण्यात आला होता. फेणी उत्पादनाविषयी सांगितलेल्या तोंडी माहितीला, किंवा पारंपरिक निकषांना, ते जरी फेणी संघटनेतील पात्रता निकष असले तरी सर्वच फेणी उत्पादकांना जीआयचा लाभ व्हावा या हेतूने विशेष स्थान देण्यात आले नव्हते.

दुसरा बदल म्हणजे जीआय अर्जातील फेणीच्या नावाचा- 'गोवा काजू फेणी' ऐवजी 'फेणी' असा. हा बदल सल्लागार समितीच्या दुसऱ्या बैठकीत करण्यात आला. या नावाविषयी तीन पर्याय देण्यात आले होते. मूळ 'गोवा काजू फेणी', दुसरा म्हणजे निवडलेला 'फेणी' व तिसरा 'गोवन फेणी'. या बैठकीत 'फेणी' या नावाला मान्यता देण्यात आली व पुढे 'फेणी' या नावानेच जीआय प्रमाणपत्र प्राप्त करण्यात आले. याबाबत आपण यापूर्वीच अवगत झालो आहोत.

## नावात काय आहे? आणि नारळाचे उदाहरण

जीआयसाठी योग्य नाव देण्यामागेही काही महत्त्वाची भूमिका आहे. जीआय प्रक्रियेत सहभागी असलेला एक सरकारी अधिकारी म्हणाला, 'फेणी' हे नाव थेट कोणतेही भौगोलिक स्थान सुचवत नाही. जसे दार्जिलिंग किंवा शॅम्पेन. यामुळे त्याला तसे विशेषण हवे. तसेच 'गोवा काजू फेणी' या नावासाठी गोव्याने आपला दावा सिद्ध करण्याची गरज आहे. याविषयी फेणीसंघटनेच्या एका पदाधिकाऱ्याने अधिक स्पष्ट माहिती दिली : 'गोवन फेणी' या नावाच्या कल्पनेमागे गोवा म्हटले की फेणी व फेणी म्हटले की गोवा हे समीकरण लोकांना माहित आहे. या नावामुळे गोव्याची ओळख फेणीला मिळते. पण आता केवळ 'फेणी' हेच नाव दिले गेल्याने आता दोन्ही फेणीमधील फरक अधिक स्पष्ट करण्याची गरज निर्माण झाली आहे.

या बैठकांना उपस्थित राहिलेल्या वकिलांनी भौगोलिक ओळख स्पष्ट करण्यासाठी कोणतेही विशेषण (उदा. गोवा) वापरण्याची किंवा वेगळे वैशिष्ट्य (उदा. काजू) हे नावामध्ये वापरण्याची आवश्यकता नसल्याचे स्पष्ट केले. नामाला विशेषणाद्वारे ओळख देणे म्हणजे नाम आपली ओळख स्पष्ट करण्यास असमर्थ ठरतो असा मुद्दा मांडला गेला. तसेच विशेषणाच्या वापराने (गोवा किंवा काजू) फेणीचा जो अधिकार आहे तो काढून घेतल्यासारखे होईल.

खालील दोन उदाहरणे हा मुद्दा अधिक स्पष्ट करतात :

फेटा चीज व त्याला जीआय मान्यता आहे की नाही यावरील वादाचे उदाहरण हा मुद्दा स्पष्ट करते. युरोपियन जस्टिस कोर्टमध्ये डेन्मार्क, जर्मनी व फ्रान्स या देशांनी फेटा या शब्दाला आक्षेप घेत दावा दाखल केला होता. शेवटी फेटाला ग्रीक जीआय म्हणून न्यायालयाने मान्यता दिली. या खटल्यात सादर करण्यात आलेला पुरावा म्हणजे डेन्मार्कच्या घटनेत झफेटाफअसा कोणताच शब्दप्रयोग न वापरता झडॅनिश फेटाफअसा वापरला गेला होता. कोर्टाने हा मुद्दा ग्राह्य मानत ग्रीक शब्द सूचित करणारे हे नाम असल्याचा निर्णय दिला होता.

दुसरे उदाहरण हे चेद्वारचे आहे जे अगदी उलटे आहे. 'चेद्वार' हे नाव एक भौगोलिक शब्द आहे. उदा. ब्रिटनमधील चेद्वार जॉर्ज किंवा चेद्वार खेडे. यामुळे या भागात बनवलेले चीज हे 'चेद्वारिंग' परंपरेनुसार बनवलेले असते. पण हा शब्दप्रयोग या प्रदेशात किंवा इतर प्रदेशात उत्पन्न होणाऱ्या व जी काही झचेद्वारिंगफपरंपरेनुसारच बनवली गेलेली नसतात अशा इतर चीज उत्पादनांसाठी शब्दप्रयोग वापरला जातो त्याप्रमाणे जातिगत वापरण्यात आला आहे. पश्चिमी देशातील (ब्रिटनमधील सॉमरसेट, डॉरसेट, डेवॉन व कॉर्नवेल प्रांत) काही उत्पादक आता 'चेद्वारिंग' या पारंपरिक प्रक्रियापद्धतीचा अवलंब करण्यासाठी संघटित झाले आहेत व त्यांनी युरोपात 'वेस्ट कंट्री फार्महाऊस चेद्वार' या नावाने जीआय प्रमाणपत्रासाठी अर्ज सादर केला आहे.

या दोन्ही उदाहरणांचा अभ्यास करून दुसऱ्या सल्लागार बैठकीमध्ये झफेणीफहेच नाव सर्वात लाभदायक असल्याचे ठरवण्यात आले. जीआय अहवालात किंवा दोन्ही सल्लागार बैठकीमध्ये नारळ फेणीविषयक काहीच उल्लेख नसल्याबाबत काही कळायला मार्ग नाही. भारताच्या किनारपट्टीत नारळापासून ताडीनिर्मितीचा मोठा इतिहास आहे (चौकट १७ : नारळ). मौखिक तसेच लेखी असे भरपूर पुरावे आहेत जे काजू फेणीचे गोवा हे उगमस्थान असल्याचे सिद्ध करतात. विशेषतः त्रि-उर्ध्वपातन पद्धतीने बनवलेली काजूफेणीची परंपरा. यापूर्वीच नमूद केल्याप्रमाणे गोव्यात 'फेणी' हा शब्द काजू व नारळापासून बनलेल्या मद्यांना वापरला जातो. यामुळेच गोवा विक्रीकर कायदा, १९६४मध्येही 'फेणी' या नावाने कोणत्याही एका मद्यप्रकाराला संबोधलेले गेलेले नाही. 'ताडीपासून देशीदारुनिर्मिती' या पाठ ७मध्ये किंवा 'काजूसापासून मद्यनिर्मिती' या पाठ ८मध्येही तसा उल्लेख नाही. त्याव्यतिरिक्त लोकप्रिय व व्यावसायिक वापराप्रमाणे नारळापासून फेणीनिर्मिती पूर्वीपासूनच होत असल्याचे सिद्ध होते. कायदेशीरदृष्ट्या, पूर्वीचे उत्पादक आणि तत्कालीन मद्यव्यावसायिक हे या उल्लंघनाबाबत पुरावे ठरू शकतात. त्यामुळे नारळ फेणी उत्पादकांना झफेणीफहे नाव वापरण्यापासून खूपच अवघड ठरू शकते.

## चौकट १७ : नारळ : एक कल्पवृक्ष

भारतात मद्यनिर्मितीला मोठा इतिहास व परंपरा आहे. ऐतिहासिक काळात शोध लागलेल्या पारंपरिक भट्ट्यांमध्ये व्हर्टिकल टाइप, मोंगल व चीनी भट्टी यांच्याप्रमाणेच गंधारन भट्टीही लोकप्रिय आहे. गोव्यात पारंपरिक फेणीनिर्मिती प्रक्रियेत वापरली जाणारी लावणी ही याच गंधारन परंपरेतील आहे.

भारताच्या किनारपट्टीत नारळाचा विविध प्रकारे वापर होतो. ऐतिहासिक पर्यटक, वैज्ञानिक यांनीही नारळाविषयी विशेष अभ्यास केलेला आहे. १६व्या शतकात इटालियन पर्यटक लुडोव्ह इको डि वर्थेमा यांनी गोव्यासह पश्चिम किनारपट्टीवर भ्रमण केले. तो नारळाच्या झाडाकडे फारच आकर्षित झाला होता. नारळापासून बनणारे विविध पदार्थ, नारळाच्या झाडाच्या विविध अवयवांचा मानवी जीवनात दैनंदिन व्यवहारात होणारा वापर यामुळे नारळ हा कल्पवृक्ष आहे, हे झाड जगातील सर्वोत्तम जातीचे झाड आहे असे नमूद केले आहे. नारळाच्या विविध उपयोगांपैकी त्याने दहा उपयोग आपल्या लेखनात नमूद केले आहेत. यामध्ये नारळापासून त्रि-उर्ध्वपातन प्रक्रियेद्वारे ताडीनिर्मितीचाही संदर्भ आहे.

तो म्हणतो- नारळ जाळावर ठेवण्यात येतो व एक, दोन, तीन-वेळी उकळवण्यात येतो. यातून ब्रॅंडीसारखा पदार्थ मिळतो. त्याच्या वासानेच आपले डोके गुंग होऊन जाते. या देशांमध्ये या मद्याचे सेवन केले जाते.

संदर्भ- दि ट्रॅव्हल्स ऑफ लुडोव्ह इको डि वर्थेमा, इ.स.१५०३ ते १५०८

हा वाद सोडवणे वाटते तितके सोपे नाही. कारण मग पुन्हा जीआय अर्जांमध्ये योग्य ती सुधारणा करावे लागेल. जर का तसा निर्णय झालाच तर मग दोन्ही उत्पादनांतील फरक स्पष्ट करण्यासाठी काजू व नारळ अशा दोन प्रकारच्या फेणीचा स्पष्ट उल्लेख करणे गरजेचे बनेल. झफेणीफच्या विशाल छत्रीखाली दोन्ही उत्पादने राहू शकतील. याविषयीचे लेखन पाठ ४मध्ये विस्तृतपणे करण्यात आले आहे. थोडक्यात 'फेणी' ब्रॅडनेमखाली ते काजूपासून बनलेय की नारळापासून हे ग्राहकांना स्पष्टपणे समजले पाहिजे.

### काजू बॉड : तोडणी, पुरवठा व फोडणीचे निकष

फेणी-जीआयमध्ये काजूबोंडांविषयी उल्लेख आहे तो असा, सामान्यतः पूर्ण पक्क व झाडावरून जमिनीवर पडलेली काजूबोंडे. यातूनच काजूबोंडाच्या फेणीसाठी वापरासाठी पारंपरिक पद्धतीवर झालेले एकमत दिसून येते. काजूतोडणीविषयी जीआयमध्ये उपयुक्त अशी माहिती आहे. पण काही प्रश्नांबाबत जीआय अहवालातही उत्तरे सापडत नाहीत.

काजूबोंडांचा पुरवठा कोठून केला जावा याविषयी जीआयअहवालात काहीच स्पष्टीकरण नाही. गोव्याबाहेरून येणारी काजूबोंडे फेणीनिर्मितीत वापरावीत की नको याविषयी काही उल्लेख नाही किंवा गोव्यातीलच काजूबोंडे फेणीसाठी वापरावीत असेही कुठे नमूद नाही. यामुळे राज्याबाहेरून काजू आणण्यास एकप्रकारे मूक परवानगीच जीआय अहवालात देण्यात आल्याचे वाटते. तसेच काही बॉटलर व उत्पादकांमध्येही काजूपुरवठ्याबाबत मतभेद आहेत. जे लॉरीतून वाहतुकीद्वारे आणलेली काजूबोंडे वापरतात त्यांनाही फेणीचा स्वादात फरक पडत असल्याची जाणीव आहे. इतकेच नव्हे तर या वाहतुकीदरम्यान काही बोंडे खराबही होतात असे हेच उत्प-  
ादक स्पष्ट करतात. यामुळेच काजूबोंडांसाठी काही विशिष्ट भौगोलिक प्रदेश निर्देशित करण्याविषयी विचार केला गेला पाहिजे. या संदर्भात फेणी संघटना स्कॉच व्हिस्कीच्या उदाहरणापासून बोध घेऊ शकते. स्कॉचनिर्मितीसाठी बार्ले हा स्कॉटलंडमधूनच आणला गेला पाहिजे असे काही बंधन नाही. सामान्यतः इतर युरोपियन देशांमधून बार्ले आणला जातो. यामुळे काजूबोंडांच्या पुरवठ्याविषयी फेणी-जीआय नियमांमध्ये अधिक स्पष्टता आणली गेली तर ते लाभदायक ठरेल. याद्वारे फेणी उत्पादक व बॉटलरना आपले उत्पादन हे विशिष्ट प्रदेशा-  
तील काजूपासूनच बनवल्याचे बाजारास सांगण्याची संधी मिळेल.

काजूबोंडे फोडणीविषयी कोणते साहित्य वा तंत्र वापरावे याविषयीही जीआय-नियम काही स्पष्ट करत नाहीत. विशेष म्हणजे

या अर्जाच्या यादीत कोळंबीचा वापर करण्याचे म्हटले गेले आहे. एकूणच पारंपरिक तुडवा व चुमळ पद्धती व आधुनिक मेकॅनिकल क्रशर, ट्रकजॅकसह पिंजरा वापरण्याची पद्धती यांना एकच स्थान दिल्याचे वाटते. यामुळे भविष्यात कोणतेही तंत्र वापरण्यास एक प्रकारे मुभा देण्यात आली आहे. याबाबत तीव्र मतभेद जाणवतात. काहीजण सुचवतात की काजूरस कसा गाळावा यामुळे काही फरक पडत नाही, यामुळे सारीच तंत्रांना समान स्थान आहे. तर जे पारंपरिक तुडवापद्धतीने रस गाळतात ते म्हणतात की पारंपरिक पद्धतीला लगदा रसामध्ये मिसळत नाही. काही मद्यप्रेमींना हा फरक महत्त्वाचा वाटतो. तर काही मद्यप्रेमी मेकॅनिकल क्रशरद्वारे गाळलेल्या काजूरसास मान्यता देतात.

येथे असे सुचवण्यात येत आहे की फेणी निर्मितीतील प्रत्येक टप्प्यावरचे निकष अधिक स्पष्ट केले तरच हे निकष परिपूर्ण ठरू शकतात. तसेच विविध प्रकारे बनवलेली फेणी याविषयी ग्राहकांना माहिती मिळण्याबाबत तशी माहिती लेबलवर देणे आवश्यक ठरते. त्यामुळे लेबलिंग कसे करावे याविषयी स्पष्ट माहितीचा उल्लेख करणे आवश्यक वाटते. पुढील पाठात जीआय-छत्रीखाली लेबल कसे फरक स्पष्ट करते याविषयी माहिती देण्यात आली आहे.

### उर्ध्वपातन साहित्य व तंत्राविषयीचे नियम

हा भाग फेणी जीआय-निकषांचा गाभा आहे. यातूनच फेणी क्लबच्या निर्मितीची गरज फेणी संघटनेला वाटली. मान्यताप्राप्त सदस्यांना हे निकष बारकाईने पाळावे लागणार आहेत. जीआयमध्ये लावणी पॉट-स्टील नमूद करण्यात आले आहे. तर तांब्याचे झभान्नफअशी सुधारणा करण्यात आली आहे. याव्यतिरिक्त इतर कोणतेही साहित्य वा तंत्र यांचा जीआय-अर्जात उल्लेख केल्याचे आढळत नाही. यामुळे नाना प्रश्नांचा गुंता समोर तयार होतो. नेमके कोणते साहित्य वापरावे ( उदा. सिमेंट पाण्याच्या टाकीत बुडवता येणारी कॉइल), पारंपरिकदृष्ट्या नेमके काय म्हणायचे आहे (उदा. लावणी) किंवा कायदेशीरदृष्ट्या काय म्हणावयाचे आहे हे जीआय निकषांमध्ये समाविष्ट करण्यात आलेले नाही. पण कायद्यान्वये जीआय-क्लबच्या नियमांचे पालन न करणे म्हणजे जीआयचे उल्लंघन करणारे ठरेल. त्यामुळे संबंधित व्यक्तीला फेणी-निर्देशक वापरण्यावर मनाई घातली जाईल. उदा. यापूर्वीच पाहिलेले पर्मा हॅमचे उदाहरण पहा (चौकट ८ : पर्मा हॅम, पाठ २). थोडक्यात मुद्दा हा आहे की आता केवळ लावणी वापरून फेणी बनवणाऱ्यांनाच जीआयचा दर्जा मिळणार आहे.

फेणी संघटनेच्या सदस्यांना त्यांच्या संघटनेचे नियमांत सुधारणा करणे गरजेचे वाटणार आहे. सर्वेक्षणात असे आढळून आले आहे की, सुमारे ७५ टक्क्यांहून अधिक उत्पादक हे एक्सट्रालोकल

/ मॉडर्न पॉट-स्टील पद्धती वापरतात. यामुळे येथे व्यापक नज-रेतून विचार करून पारंपरिकदृष्ट्या व कायदेशीररीत्या नेमके कोणते तंत्र व साहित्य उपयुक्त ठरेल हे स्पष्ट केले पाहिजे. लावणी हा एक महत्त्वाचा पारंपरिक निकष आहे - फेणीसंदर्भात तर ही परंपरा पाळणे हे महत्त्वाचे आहे. तरी, उत्पादनपद्धतीतील बदल, नव्या तंत्रांचे व उपकरणांचे आगमन व बाजाराची बदलती संस्कृती यामुळे लावणी डिस्टिलरवर तडजोड करणे भाग पडले आहे. तसेच मेकॅनिकल क्रशर व एक्स्ट्रालोकल /मॉडर्न पॉट-स्टील यांचा अधिकाधिक होत असलेला वापर यामुळे बहुतांश उत्पादक हे फेणी-क्लबमधून वगळले जाणार आहे. अशा परिस्थिती फेणी संघटनेने व्यापक दृष्टीने विचार करून समतोल साधणे योग्य ठरणार आहे.

### उर्ध्वपातन प्रक्रियेविषयीचे नियम

उत्पादक आणि मद्यप्रेमी यांच्यामध्ये समतोल साधत फेणी-जीआयने द्वि-उर्ध्वपातन पद्धती स्वीकारलेली आहे. उर्ध्वपातनाविषयीच्या इतर नियमांमध्ये ग्राउ व दुसऱ्या उर्ध्वपातनासाठीच्या मिश्रणाचे प्रमाण यांचा समावेश आहे :

- जीआय फेणीचा ग्राउ हा १९ ते २० या दरम्यान असावा
- दुसऱ्या उर्ध्वपातनासाठी १३० लिटर तोडप व ११० लिटर आंबलेला काजूरस वापरावा.

कायदेशीरदृष्ट्या अंमलबजावणी करण्यासाठी निकष ठरवणे हे अवघड असते, विशेषतः पारंपरिक पद्धतींना कायदेशीर बंधनात बांधताना तर ते खूपच अवघड बनते. सर्वेक्षणामध्ये ग्राउच्या प्रमाणाबद्दल विविध मते मिळाली होती तसेच बॉटलर व उत्पादक हे पाळत असलेल्या वेगवेगळ्या निकषांवरही प्रकाश टाकला गेला होता. (आकृती १ : ग्राउची विभागणी). काही बॉटलर ग्राउ हा २५ अस-वा असे म्हणतात तर काहीजण तो १७ असावा असे सांगतात. पण बहुतांश लोकांनी ग्राउ हा २१ असावा असे नमूद केले होते. पण जीआय-नियमांनुसार हे सर्व बॉटलर व उत्पादक फेणी-क्लबमधून वगळले जातील. या अंगाने विचार करताना तसेच ग्राहकांचे मत लक्षात घेताना ग्राउच्या निकषांविषयी पुनर्विचार करणे योग्य वाटते. यासाठी दोन पर्याय आहेत : ग्राउचे प्रमाण किमान पातळीवर ठेवणे, उदा. १९. तर दुसरा पर्याय म्हणजे ग्राउचे प्रमाण १९ ते २५ या दरम्यान राखणे. यामुळे अधिकाधिक बॉटलर व मद्यसेवकांना याचा लाभ मिळेल.

याचप्रकारे दुसऱ्या उर्ध्वपातनासाठी वापरल्या जाणाऱ्या मिश्रणाच्या प्रमाणावर एकमत साधता येईल. विविध उत्पादन पद्धतींचा तसेच यासंबंधी काही साहित्यांचा अभ्यास केल्यावर असे वाटते की फेणीनिर्मितीचे हे निकष हे जीआय नियमांप्रमाणे कडक व काटेकोर असे नाहीत. काहीजण आंबलेला रस व तोडप यांचे १:८ असे प्रमाण

राखण्याचे सांगतात. तर सर्वेक्षण अहवालामध्ये हे प्रमाण ५.२:१ नमूद करण्यात आले आहे. यामुळे फेणीक्लबने एक व्यापक भूमिका घेऊन सर्वसमावेश व एकमत होणाऱ्या पारंपरिक पद्धती, निकषांचा अवलंब करण्याविषयी विचार करायला हवा. परंपरा पाळताना अंमलबजावणी करता येईल असे हे नियम असावेत.

४) मद्यसेवनाचे व्यसन ही सामाजिक समस्या नाही, असे यातून सुचवायचे नाही. तसेच नकली मद्याची समस्याकडेही गंभीरपणे पाहिले पाहिजे. मद्यव्यसनाची समस्या ही विशिष्ट मानवीवृत्तीतून निर्माण होते आणि ही समस्या केवळ गोवा किंवा फेणीशीच निगडित नाही. दुर्दैवाने, गोव्यातील किनाऱ्यावरील पर्यटन मद्यसेवनास प्रोत्साहन देते असे काही गैरसमज तयार झाले आहेत.

५) गोव्याच्या उत्तर सीमेला लागूनच महाराष्ट्रातील सिंधुदुर्ग जिल्हा वसलेला आहे.

६) जानेवारी २००८मध्ये झालेल्या बैठकीत माहिती व तंत्रज्ञान खात्याचे संचालक श्री. मायकेल डिसोजा यांनी गोव्यातील मानकुर्द आंबा, चिकन कॅफ्रियल मटण तसेच कटला व फिनिश माशांची पाककृती हे जीआय दर्जासाठी दावेदार ठरू शकतात असे नमूद केले होते.

७) काजू फेणीला प्राधान्य देण्याचा निर्णय या बैठकामध्ये सुरवातीच्या टप्प्यातच झाला होता.

८) जीआय-अर्ज प्रक्रियेसाठी परिशिष्ट २ पहा.

९) बाष्पीभवन प्रक्रियेमध्ये वापरलेली विविध उपकरणे, साहित्य यांचे सविस्तर विवेचन, सादरीकरण अर्जामध्ये करण्यात आले आहे.

## पाठ ४

### भौगोलिक निर्देशक आणि फेणी

या पाठामध्ये आपण फेणीच्या जीआय-निकषांचे विश्लेषण करताना हे निकष येथील पारंपरिक वारशाच्या संवर्धनासाठी तसेच आर्थिक विकासासाठी कसे वापरता येतील याविषयी ऊहापोह करणार आहोत. यावेळी जीआयविषयक असलेली उत्सुकता आणि स्थानिकांच्या हक्कांचे, विकासाचे या संकल्पनेने दिलेले वचन हे पुन्हा एकदा आढवूया.





या पाठामध्ये आपण फेणीच्या जीआय-निकषांचे विश्लेषण करताना हे निकष येथील पारंपरिक वारशाच्या संवर्धनासाठी तसेच आर्थिक विकासासाठी कसे वापरता येतील याविषयी ऊहापोह करणार आहोत. यावेळी जीआयविषयक असलेली उत्सुकता आणि स्थानिकांच्या हक्कांचे, विकासाचे या संकल्पनेने दिलेले वचन हे पुन्हा एकदा आठवूया. जीआयमधील निकषांबाबत एकवाक्यता होण्यासाठी लोकांमध्ये योग्य संवाद साधण्याची गरजही व्यक्त होत असली तरी, जीआय संकल्पनेतील मूळ गाभा समोर ठेवून, या पाठात या निकषांची उजळणी करण्यात आली आहे. फेणीक्षेत्राचा विक्रीकर अहवाल तसेच केलेल्या सर्वेक्षणादरम्यान जमवलेल्या माहितीच्या सादरीकरणद्वारे या पाठाची सुरवात करूया. यानंतर फेणीच्या पुरवठामार्गावर एक नजर टाकण्यात आली असून यातून दोन प्रकारचे मार्ग विभागण्यात आले आहेत : 'छोटा व थेट' आणि 'लांब व बॉटल्ड'. या पुरवठा मार्गावरील फेणीसेवनाचे प्रमाण व स्वरूप यांचेही विश्लेषण करण्यात आले आहे. त्याचा वापर करून फेणीच्या जीआय-निकषांशी मेळ घालण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे. याद्वारे स्कॉच व मेझकलने जसे एकाच जीआय-छत्रीखाली विविध मार्ग चोखाळले आहेत तसेच मार्ग भविष्यात विविध नावांखाली फेणी चोखाळू शकेल का याचाही शोध घेण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे.

### फेणी क्षेत्र

फेणी उत्पादनाला असंघटित क्षेत्राची किनार लाभलेली आहे.

तसेच हे क्षेत्र नेहमीच लघुउद्योग श्रेणीत बसवले जाते. एका अर्थाने फेणीक्षेत्राला असंघटित क्षेत्राचे स्वरूप योग्य असेल, कारण या क्षेत्रात काम करणाऱ्या मजुरांना संघटित क्षेत्रातील कामगारांप्रमाणे पेन्शनसारखे लाभ मिळत नाहीत. तर दुसरीकडे फेणीनिर्मितीच्या कामात संघटित क्षेत्रातील कारखान्याप्रमाणेच सारे व्याप, कष्ट करावे लागतात. इतकेच नव्हे तर राज्याचा विक्रीकर महसुलात वाटा द्यावा लागतो, फेणी उत्पादनासाठी सरकारचा परवाना घ्यावा लागतो, कच्चा माल व उर्ध्वपातनासाठी उपकरणे, साहित्य यांचा वेळेवर पुरवठा करावा लागतो. हा सारा खटाटोप झाल्यावर मग कुठे फेणी उत्पादन १० घेता येते व त्यानंतर ते बाजारात विकाने लागते. हा सारा विचार करता फेणी उद्योगाला झलघु उद्योगफकक्षेत बांधणे हे अन्यायकारक व चुकीचे आहे. उत्पादनाच्या आकड्याच्या भाषेत (परवानाधारक उत्पादकांकडून)<sup>१०</sup> बोलायचे तर, २००६ साली गोव्याचे फेणी उत्पादन हे १२.४ लक्ष लिटर<sup>११</sup> इतके होते तर भारतात बनलेल्या परदेशी मद्याचे उत्पादन हे २४० लक्ष लिटर होते. एका उत्पादकाची उत्पादनक्षमता आणि त्याचे राहणीमान यावरून या उद्योगाची श्रेणी ठरवायची असेल तर लघुउद्योग हा दर्जा ठीक आहे पण फेणीचे एकूणच सामाजिक व आर्थिक क्षेत्रातील स्थान पाहता हा दर्जा फारच छोटा वाटतो. हा मुद्दा येथे रेटावयाचा नाही. सर्वेक्षणात गोळा केलेली प्राथमिक माहिती ही सामाजिक-आर्थिक, दर्जात्मक पद्धतीने मांडण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे व त्यातून फेणीच्या स्थान दाखवण्यात आले आहे.

## सामाजिक-आर्थिक निर्देशक

फेणी क्षेत्रातील मुख्य घटक म्हणजे : उत्पादक, घाऊक विक्रेते, किरकोळ विक्रेते व बॉटलर. अबकारीकर खात्याने (चौकट १८ : अबकारीकर) परवाना देताना जसे गट पाडले आहेत त्यानुसारच हे गट आहेत. याव्यतिरिक्त या क्षेत्रात मध्यस्थही आहेत. मध्यस्थ हे प्रत्येक दोन कामांदरम्यान मालाची जी वाहतूक करावी लागते ते काम करतात. हे जरी वेगवेगळे टप्पे व कामे असले तरी काही बॉटलर हे फेणी उत्पादकही आहेत तर काही उत्पादकांनी आपले स्वतःची मद्यालयेही उघडलेली आहेत. अशी अनेक उदाहरणे पाहायला मिळतात. एकूणच व्यापक नजरेतून या बदलांकडे पाहता पुरवठा साखळीदरम्यान एक मोठे वैशिष्ट्य पाहायला मिळत आहे. आता अनेक उत्पादक पुरवठा साखळीतील थेट अंतिम ग्राहकालाच आपले उत्पादन पोचवण्याचा विचार करू लागले आहेत. यातूनच ते आता आपल्या उद्योगाचे कसे व्यवस्थापन करत आहेत याचे दर्शन होते.

## चौकट १८ : फेणीसाठी अबकारी परवाना

गोवा अबकारी कर कायदा, १९६४न्वये राज्य अबकारी खाते फेणी उत्पादनातील विविध टप्प्यांना परवाना देते. याविषयीचे नियम कायद्यातील पाठ क्र. ८ 'काजूरसापासून मद्यनिर्मिती'मध्ये नमूद आहेत. काजूबाग मालकी स्वरूपावरून काजू लागवडीखालील क्षेत्र हे काजूविभाग म्हणून बनवण्यात आले आहेत. दरवर्षी फेब्रुवारी व मार्चमध्ये या विभागांचा लिलाव होतो. काजूरसनिर्मितीसाठी लागणारी काजूबोंडे गोळा करण्यासाठीचा हा वार्षिक लिलाव असतो. काजू रस निर्मितीसाठी सर्वाधिक बोली लावणाऱ्या उमेदवाराला परवाना दिला जातो. किती काजूरस उत्पादित केला जाईल त्यावरून लिलावाची बोली रक्कम द्यावी लागते. जर का निविदा अपेक्षेप्रमाणे नसतील किंवा कोणी पुढे येत नसेल तर अबकारी खाते ही निविदा रद्द ठरवते. काहीवेळा तर एखाद्या काजूविभागाचा लिलावच होत नाही. २००२सालच्या आर्थिक तपासणी अहवालामध्ये असे नमूद करण्यात आले आहे की १९९९ ते २००२ या कालावधीदरम्यान सुमारे २५० काजूविभागांचा लिलावच झाला नव्हता आणि यामुळे सुमारे १२.७ लाख रुपयांच्या अबकारी करास मुकावे लागले होते. तसेच काजूरसापासून फेणी निर्मितीसाठी वेगळा परवाना मिळवावा लागतो. अनेकदा जिने काजूविभागातील माल खरेदीसाठी निविदा सादर केलेली असते ती व्यक्तीही फेणी उत्पादन परवान्यासाठी अर्ज करत असते. ही एक वार्षिक प्रक्रिया असून अर्जदाराने अबकारी खात्याला त्याच्याकडे वापरात असलेल्या भट्ट्या व त्यांचे स्थल याविषयी माहिती द्यावयाची असते.

संख्यारूपात पाहायचे झाले तर किती राज्य अबकारी परवाने देण्यात आले आहेत (तक्ता १ : फेणी क्षेत्र)<sup>१३</sup> एवढीच माहिती

उपलब्ध आहे. गोव्यात २५००हून अधिक परवानाधारक भट्ट्या आहेत यावरूनच उत्पादनातील स्पर्धा व स्वरूप लक्षात येते. बहुतांश फेणी उत्पादकांकडे एक एकच भट्टी आहे. तर अवघ्या ३ टक्के उत्पादकांकडे ५ वा अधिक भट्ट्या आहेत. तर पुरवठा साखळीच्या दुसऱ्या टोकाला राज्यात ६५००हून अधिक परवानाधारक किरकोळ विक्रेते आहेत. यामध्ये मद्यालये, तावेर्न, दुकाने, रेस्टॉरंट यांचा समावेश आहे. तर थेट पुरवठा मार्गावर मात्र असे चित्र पाहायला मिळत नाही. तसेच फेणीचे बाटलीबंद उत्पादन हे एकूण उत्पादनाच्या मानाने फारच कमी असते. त्यामुळे १९ बॉटलरच्या समूहातील अनेकांकडे विविध ब्रँड पाहायला मिळतात.

## तक्ता १ : फेणी क्षेत्र (२००५-०६)

विभाग	संख्या
परवानाधारक भट्ट्या	२६५६
किरकोळ विक्रेते	६५८९
घाऊक विक्रेते	९४
बॉटलर	१९

सौजन्य : मुखोपाध्याय इटी एएल. (२००८)

विविध गटांच्या सामाजिक व आर्थिक स्थितीमध्ये अगदी टोकाचे फरक दिसतात. काजू बॉंड हे लवकर खराब होत असल्या कारणाने बहुतेक फेणी उत्पादक हे काजू माल उपलब्ध क्षेत्राजवळच उत्पादन घेतात. यामुळे तालुक्याच्या अगदी अंतर्गत भागांमध्ये टेकड्यांवरही हे उत्पादक आढळतात. सत्तरी (३२%), डिचोली (१६%) या तालुक्यांमध्ये बहुतांश परवानाधारक भट्ट्या (तक्ता ४ : काजूचे भौगोलिक स्वरूप) आहेत. दुर्गम भागात राहत असल्यामुळेच जीआयवरील चर्चेदरम्यान गोव्यातील याच प्रदेशांतील प्रतिनिधींच्या सहभागाचे प्रमाण हे सर्वांत कमी आढळत असे. या क्षेत्रातील टोकाच्या फरकांचे आणखी एक उदाहरण म्हणजे औपचारिक शिक्षण. एका पाहणीत असे आढळून आले आहे की, एक समूह म्हणून फेणी उत्पादक, बॉटलर व किरकोळ विक्रेते यांच्यामध्ये शिक्षणाचे प्रमाण खूपच आढळले होते. ७९ टक्के व्यावसायिकांनी दहावीनंतर शाळेचे तोंडच पाहिलेले नाही. तर सर्व बॉटलर हे किमान बारावी शिकलेले तर ८६ टक्के हे पदवीधारक होते. घाऊक विक्रेत्यांमध्ये मात्र त्यामानाने शिक्षणाचे प्रमाण अधिक होते. या वर्गातील ६० टक्क्यांहून अधिक प्रतिनिधी हे १०वी ते १२वी दरम्यान शिकलेले आहेत. शिक्षणातील या तफावतीबरोबरच रोजगार कामांमध्येही अशी तफावत आढळते. फेणी उत्पादन हा एक हंगामी व्यवसाय आहे. मार्च ते मे दरम्यान काजूबोंडे उपलब्ध असतात. यामुळे फेणी

उत्पादनासाठीची सारी पूर्वतयारी (उदा. परवाना मिळवणे) मार्चपूर्वी करावी लागते किंवा मे महिना संपल्यानंतर (उदा. भट्टीचे भाग सुटे करणे). काजूबोंडाच्या उपलब्धतेनुसार उत्पादकांच्या मिळकतीचे प्रमाण अवलंबून असते. ९५ टक्क्यांहून अधिक उत्पादक इतर काळात दुसरे काम करतात तर यापैकी ६५ टक्के लोक हे शेतात काम करतात. एका अर्थाने प्रत्येक टप्प्यावरील व्यावसायिक हे एकमेकांपेक्षा वेगळा असू शकतो. उर्वरित काळात बॉटलर फेणीसाठी तसेच इतर ब्रँडची घाऊक विक्रीही करत असतो. तसेच किरकोळ विक्रेतेही वर्षभर या एकाच क्षेत्रात असतात.

एकूणच अशा परिस्थितीत फेणीसंबंधी सर्व माहिती एकत्रित करणे खूपच मोठे आव्हान आहे. केवळ गोवा म्हणून नव्हे तर एक 'मद्य' म्हणून ही माहिती आहे. अबकारी खात्याने जमा केलेली माहितीतून खरी परिस्थिती प्रतिबिंबित होईल की नाही हे सांगणे खूपच कठीण आहे. म्हणूनच मग काजू पीक लागवडीखालील क्षेत्र, अबकारी कर महसूल व इतर सारी आकडेवारी पाहता फेणीच्या आर्थिक विस्ताराची नेमकी व्याप्ती किती आहे हे ठामपणे सांगता येत नाही.

फेणीच्या विस्ताराचे मापन करणारा पहिला घटक म्हणजे काजू लागवड क्षेत्र (तालिका २ : काजू पुरवठ्यातील अर्थकारण) १९८६पासून वीस वर्षांमध्ये काजू लागवडीखालील क्षेत्रामध्ये १८ % वाढ झालेली आहे. या विस्ताराबरोबरच गोव्यातील कृषीक्षेत्राखालील जमीनीतही वाढ झालेली आहे. असे असेल तरी, याद्वारे फेणी उत्पादनात नेमकी किती वाढ झाले हे काही स्पष्ट होत नाही. या विस्तारामागे काजूबियांचे वाढलेले व्यापारी महत्त्वही लपलेले असल्यामुळे, लागवड वाढल्यामुळे वाढलेले सारेच उत्पादन फेणीनिर्मितीसाठी वापरले गेले नसणार हे समजून घ्यावे लागेल. गोव्यात विकसित केल्या गेलेल्या काजू जाती या काजूरस वाढीपेक्षा काजूबी उत्पादनात वाढ व्हावी या हेतूने विकसित केल्या गेल्या आहेत. या दृष्टीने गोवा सरकारच्या इतर खात्यांकडून गोळा केलेली माहिती पाहिल्यावर असे दिसून येते की १९८७ ते २००५ या कालावधीदरम्यान काजूबी उत्पादनामध्ये तब्बल १५० % वाढ नोंद झालेली आहे. ही माहिती वरील दाव्याला पुष्टी देते. तालिकेतील माहितीनुसार परवान्यांची संख्या ही केवळ काजूलागवडीखाली क्षेत्र वाढल्यामुळे वाढली नसल्याचे दर्शविते. उलट, फेणी उत्पादक परवाना संख्येत लक्षणीय घट आढळून येते. पाठ क्र. ३मधील माहितीच्या निरीक्षणावरून एक कारण वाटते की परराज्यातून काजूबोंडे गोव्यात आणण्याचे प्रमाण फारच वाढलेले आहे. यामुळेच फेणीनिर्मितीसाठी स्थानिक काजूउत्पादन पुरवठा हा दुनिवार्य नाही हे स्पष्ट होते.

तालिका २ : काजू पुरवठ्यामागचे अर्थकारण

वर्ष	काजूभट्टी परवाना संख्या	काजू लागवडीखालील क्षेत्र (हेक्टर)
१९८६	३०३७	४६८८८
१९९६	३९९१	५१३६०
२०००	३२१७	५३७६७
२००८	२७०३	५५६१२

अबकारी कर खाते काजूसंबंधी इतर माहितीही गोळा करते यामध्ये किती लिटर फेणी उत्पादन झाले व अबकारी महसूल किती मिळाला (तालिका ३: उत्पादन व अबकारी महसूल) यांचा समावेश असतो. फेणी उत्पादन (आणि उत्पादकांची परवाना संख्या) यामध्ये म्हणजेच १९८६साली ते ९.९ लाख लिटर असल्यापासून गेल्या वीस वर्षांत निम्म्याहून अधिक घट झालेली आहे. तर २००६मध्ये लक्षणीयदृष्ट्या ते १२ लाख लिटरवर पोचले. फेणी उत्पादन आणि भट्टीची संख्या यांच्यातील संबंध हा गोंधळात टाकतो. प्रत्येक भट्टीद्वारे केलेले उत्पादन हे माहित नसल्याने आणि सर्वेक्षणाद्वारेही ही माहिती जमवणे शक्य नसल्याने या गोंधळामागे गमक काही कळून येत नाही. यामागचे खरे कारण कदाचित उत्पादकांकडून खोटी माहिती देणे आणि भट्टीचे उत्पादनही वाढवणे (परराज्यातून आणलेल्या बोंडांचा वापर करून?) यामध्ये दडलेले असेल. गोव्यातील एकूण मद्यनिर्मितीचा विचार करता फेणी उत्पादनाचा वाटा हा खूपच कमी आहे. उदा. २००६मध्ये, नारळ फेणीचे उत्पादन हे ५ लाख लिटर होते, बिअरचे १९२ लाख तर भारतीय बनावटीची परदेशी दारूचे उत्पादन २४० लाख लिटर होते. देशीदारूद्वारे मिळणाऱ्या अबकारी करामध्येही कमालीची वाढ झाल्याचे आढळून येते. इतर देशी दारूमध्ये समावेश असल्याने फेणीपासून मिळणारा नेमका अबकारी महसूल सांगता येत नाही.

तालिका ३: फेणी उत्पादन व अबकारी महसूल

साल	फेणी उत्पादन (लाख लिटर)	अबकारी महसूल (लाख रुपये)
१९८६	९.८६	९.४६
१९९६	७.३६	९.२५
२०००	४.८४	६.००
२००६	१२.३९	६२.५५

टीप : हा अबकारी कर हा देशी दारूचा आहे, यामध्ये नारळफेणीचाही समावेश आहे.



## काजूमद्याची भौगोलिक माहिती

### काजू विभाग व फेणी उत्पादन

अबकारी करासंदर्भातील माहितीद्वारे आपल्याला तालुकास्तरीय फेणी उत्पादन व विक्री याविषयीचे चित्र स्पष्ट होऊ शकते. गोवा अबकारी कर कायदा, १९६४न्वये (१९६४मधील क्र.५) असलेल्या माहितीनुसार काजूफेणीची भौगोलिक विभागणी आपल्याला समजून घेता येते. या कायद्यातील दुसरे कलम हे फेणी उत्पादनातील विविध टप्पे, काजूविभागांच्या लिलावापासून काजू रसगाळणीच्या परवान्यापर्यंतची कामे नियंत्रित करते (चौकट १८ : अबकारी कर). ही सारी माहिती अर्थातच संदिग्ध आहे यात दुमत नाही- मद्यव्यवसायाला असलेली कायदेशीर बंधनांमागचे हे एक उघड गुपित आहे.

### फेणी उत्पादनाचे प्रदेश

तालिका ४मध्ये काजूविभाग व फेणीनिर्मितीसाठीचा परवाना यांची आकडेवारी आपण पाहिली. गोव्यात काजूलागवडीचे प्रमुख तालुके म्हणजे उत्तर गोव्यातील सत्तरी (१९%), पेडणे (१५%), डिचोली

(१४%) व दक्षिण गोव्यातील सांगे (१३%) यांचा समावेश होतो. हे तालुके गोव्यातील अंतर्गत भागात असून उंचसखल टेकड्या व पठारांनी व्यापलेले आहेत. तसेच डिचोली, सत्तरी व केपे हे तालुके गोव्यातील खाणप्रदेश म्हणूनही ओळखला जातो.

त्यामुळे बहुतेक काजू विभाग हे या तालुक्यांमध्ये आढळतात. यामध्ये एकट्या सत्तरीचा वाटा हा ३५ टक्के इतका आहे. तर उत्तर गोव्यामध्ये ७५ टक्के काजूविभाग सामावलेले आहेत. काजूक्षेत्रात आणखी एक परवाना लागतो तो म्हणजे फेणीनिर्मितीसाठी. यापूर्वीच सांगितल्याप्रमाणे, काजूबोंडे हे लगेच खराब होत असल्याने काजूभट्टी ही सामान्यतः अशा उत्पादन प्रदेशाजवळच असते. ज्याप्रमाणे काजूबोंडे वाहतुकीचे उघड गुपित माहित आहे, तसेच एका काजूविभागातून दुसऱ्या काजूविभागात काजूरस किंवा काजूबोंडे वाहतूक करून नेण्यास कायदेशीर बंदी आहे. यामुळे काजूउत्पादन क्षेत्र व फेणी निर्मितीची भट्टी हे जवळजवळच असतात. एकूण फेणीनिर्मिती भट्ट्यांपैकी उत्तर गोव्याचा वाटा हा ७८% इतका आहे आणि यातही ३२% भट्ट्या या सत्तरीत वसलेल्या आहेत. काजूक्षेत्राचे हे भौगोलिक चित्र विस्तारत आहे. बार्देश तालुक्यात केवळ ६% काजूविभाग आहेत पण या तालुक्यामध्ये परवानाधारक

तालिका ४ : काजू पिकाची भौगोलिक विभागणी व फेणी उत्पादन

तालुका	काजू लागवड क्षेत्र (०००हेक्टर)	काजू विभाग	परवानाधारक भट्ट्या
उत्तर गोवा	४०.१०९	११६५	२०६७
तिसवाडी	४.०५४	७६	१५०
बार्देश	६.४२८	९१	२५३
पेडणे	८.२६४	१४०	१४०
डिचोली	७.७३८	१६९	४२४
सत्तरी	१०.२५५	५६१	८५३
फोंडा	३.३७	१२८	२४७
दक्षिण गोवा	१४.९१२	३६७	५८९
सांगे	६.९५५	१५०	२२१
काणकोण	३.२४१	९०	११०
केपे	२.४४८	७९	१२९
सासणी	१.९१५	१७	७८
मुर्गाव	०.३५३	३१	५१
संपूर्ण गोवा	५५.०२१	१५३२	२६५६

टीप : माहिती २००५-०६ सालची आहे

संदर्भ : मुखोपाध्याय इटी एल. (२००८)

भट्ट्यांचे प्रमाण हे एकूण भट्ट्यांच्या १० % इतके आहे.

### फेणीची मोठी घाऊक विक्री होणारे तालुके

पुरवठा साखळीतील एकएक टप्पा जसजसे पुढे जाऊ तसे काजूचे क्षेत्र हे विस्तारत गेल्याचे जाणवते. फेणीची किंवा देशीदारूची विक्री करणाऱ्यासाठी लागणाऱ्या परवान्यांचे संख्यात्मक प्रमाण हे सर्वच तालुक्यात आढळते. पण अबकारी खाते फेणीसाठी वेगळा व देशीदारूसाठी वेगळा विक्रीपरवाना देत नसल्याने फेणीबाबतचे हे चित्र स्पष्ट होत नाही. भारतीय बनावटीची विदेशी दारू व देशी दारू यांना एकत्रितपणे झखुल्या मालाची किरकोळ विक्रीफव 'बाटलीबंद मालाची किरकोळ विक्री' अशा स्वरूपात विक्री परवाना दिला जातो. यामुळे मद्यसेवनाच्या प्रमाणाचे प्रदेशवार स्वरूप, बदलते प्रवाह यांची माहिती मिळू शकत नाही. तसेच फेणीचे सेवन किंवा भारतीय बनावटीच्या विदेशी मद्याच्या सेवनाचे प्रमाण विभागवार कळत नाही. तरी सर्वेक्षणादरम्यान घेतलेल्या मुलाखतींदरम्यान यासंदर्भात काही माहिती मिळाली आहे.

किरकोळ विक्री परवाना, एकूण लोकसंख्या व पर्यटकांचे प्रमाण या सान्या एकत्रित माहितीतून थोडे चित्र अधिक स्पष्ट होते, हे नक्की. अधिक लोकसंख्या असलेला तसेच पर्यटकांचा ओघ अधिक असलेल्या तालुक्यामध्ये सर्वाधिक किरकोळ विक्री परवाने आहेत (आकृती २ : मुख्य तालुके). १९ टक्के स्थानिक लोकसंख्या व २८ टक्के पर्यटक भेट देणारा तालुका असलेल्या सासणीचा किरकोळ विक्री परवान्यांमधील वाटा हा ३५ % आहे. विशेष म्हणजे सासणी हा तालुका दक्षिण गोव्यात येतो. या तालुक्यात केवळ १ % काजूविभाग आहेत तर भट्ट्यांचे प्रमाण हे केवळ ३ % आहे. या उलट २२ % भट्ट्या असलेला सत्तरी व १६ % भट्ट्या असलेला डिचोली तालुका हे कमी लोकसंख्येचे (अनुक्रमे ७ % व ४%) तसेच कमी पर्यटक भेट देणारे तालुके आहेत. तसेच या दोन तालुक्यांत खाणक्षेत्राचे प्रमाणही अधिक आहे. यामुळे या तालुक्यांतील किरकोळ विक्री परवान्यांचे प्रमाण हे केवळ ६ % आहे.

सामान्यतः देशीदारूची आणि विशेषतः फेणीसंबंधी जी आकडेवारी उपलब्ध आहे त्यावरून फेणीचे नेमके किती सेवन होते याचे चित्र स्पष्ट करणे अवघड आहे. सर्वेक्षणादरम्यान केलेले निरीक्षण तसेच पुरवठा साखळीतील विविध टप्प्यांवर काम करणाऱ्या प्रतिनिधींनी सांगितलेल्या माहितीनुसार, बाटलीबंद स्वरूपात किंवा ब्रँड स्वरूपात फेणीची विक्री ही खूपच कमी आहे. फेणीचे 'बिग बॉस'सारखे जे काही ब्रँड आहेत ते बाजारातील प्रमुख ब्रँड आहेत. फेणीसाठी एकूण १९ परवानाधारक बॉटलर सून त्यांनी विविध ब्रँड विकसित केलेले आहेत. (छायाचित्र १३ : लॉग अँड बॉटलर).

तसेच जे काही प्रमुख उत्पादक (मास्टर डिस्टिलर्स) आहेत त्यांनीही आपले उत्पादन हे त्यांच्या ओळखीच्या रूपातून ब्रँड म्हणून विकसित केलेले आहे. या पुढील विभागात फेणीच्या पुरवठामार्गावरून असे विविध ब्रँड शोधण्यात आलेले आहेत.

### फेणीचा पुरवठा मार्ग

फेणी निर्मिती तसेच बॉटलिंग क्षेत्रातील वैविध्याप्रमाणेच फेणीचे पुरवठामार्ग, सेवनसंस्कृती व सेवनस्थळे यांच्यातही वैविध्य अनुभवायला मिळते. अनेकजण घरामध्ये एकट्याने किंवा मित्राबरोबर फेणी सेवन करतात. ही फेणी थेट उत्पादकाकडून किंवा बाटलीबंद स्वरूपात असेल तर मद्यालयातून खरेदी केलेली असते. तसेच मद्यालयातील मदहोश माहोल आणि गोंगाटाच्या वातावरणातही फेणीचा आस्वाद घेणारे अनेकजण आहेत. तसेच पंचतारांकित हॉटेलांच्या बारमध्येही कॉकटेलमध्येही फेणीने स्थान पटकावले आहे. काही नियमित मद्यप्रेमी हे संध्याकाळी आपल्या नेहमीच्या मद्यालयात जाऊन सील नसलेली फेणीबाटली खरेदी करतात.

फेणीसेवनाची ही विविध ठिकाणे ही विविध निकषांनुसार, ज्याप्रमाणे मास्टर डिस्टिलरची विभागणी झाली आहे त्याप्रमाणे विभागण्यात आलेले आहेत. या पुरवठा मार्गाची विभागणी करण्यासाठी ग्राहकाचे ज्ञान, त्याची समज आणि सेवनातील सवयी व संस्कृती यांचाही अवलंब करण्यात आला आहे. सर्वेक्षणादरम्यान केलेल्या निरीक्षणावरून वेगळेपण असणारे असेही पुरवठामार्ग शोधण्यात आले आहेत :

- **छोटा व थेट** : हा पुरवठा मार्ग हा मास्टर डिस्टिलरच्या ओळखीवर बनलेला असतो. यामध्ये अंतिम ग्राहक व उत्पादक यांच्यात थेट संबंध असतात.

- **लांब व बॉटलर** : या मार्गावर बाटलीबंद फेणी पुरवली जाते. येथे उत्पादकाची ओळख महत्त्वाची नसते तर ग्राहक व उत्पादक यांच्यात थेट संबंध नसतात.

### छोटा व थेट पुरवठा मार्ग

सर्वेक्षणादरम्यान एकप्रकारची माहिती सातत्याने मिळत होती ती म्हणजे थेट उत्पादकच किरकोळ विक्रीकेंद्रांना उदा. बार, हॉटेल, मद्यालये यांना आपला माल विकतो. सर्वेक्षणात मुलाखत घेतलेल्या उत्पादकांपैकी ७५ टक्के लोक हे थेट किरकोळ विक्रेत्यालाच आपला माल विकतात. तर किरकोळ विक्रेत्यांकडून मिळालेल्या माहितीद्वारे सुमारे ८० टक्के माल हा रेस्टॉरंटमध्येच विकला जातो तर अध्यापिका अधिक माल हा फेणी उत्पादकांच्या मालकीच्याच हॉटेलांमधून विकला जातो. या पुरवठा मार्गातही वैविध्य आढळते



(छायाचित्र १२ :छोटा व थेट पुरवठा मार्ग, छोटा व थेट)



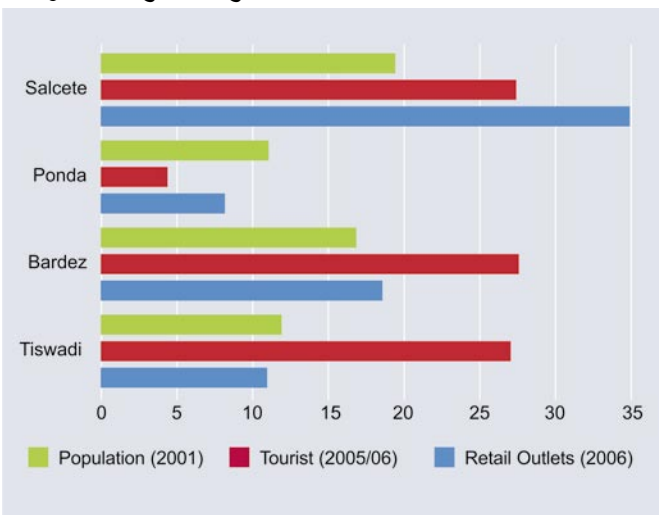
(छायाचित्र १२ : छोटा व थेट):

- **थेट उत्पादकाने पुरवलेला माल** : अंतिम ग्राहकाला हा उत्पादक आपला माल विकतो. एकतर ग्राहक भट्टीच्या ठिकाणी येतो किंवा उत्पादक ग्राहकाच्या घरी मध्यस्थाच्या मदतीने आपला माल पोचवतो.

- **उत्पादकाचा स्वतःचा बाटलीबंद ब्रँड** : उत्पादकाने उत्पादनाबरोबरच स्वतःची बॉटलिंग व्यवस्था तयार केली असून आपल्या उत्पादनाचा ब्रँड विकसित केला आहे.

-**उत्पादकाच्या मालकीचे मद्यालय किंवा किरकोळ विक्री दुकान** : अनेक उत्पादक हे आपला माल थेट विकण्याच्या उद्देशाने मद्यालय किंवा विक्री दुकान सुरू करतात. याठिकाणी ते केवळ त्यांचाच माल ठेवतात.

(आकृती २ : मुख्य तालुके)



- **मद्यालय किंवा किरकोळ विक्री दुकान** : ग्राहक हा मद्यालय किंवा किरकोळ विक्री दुकानातून माल खरेदी करतो. या छोट्या व थेट पुरवठामार्गाचे मुख्य वैशिष्ट्य म्हणजे मास्टर डिस्टिलरच्या ओळख ही या मार्गाच्या केंद्रस्थानी असते. खूपच कमी मध्यस्थांची उपस्थिती ठेवत, मास्टर डिस्टिलरची ओळख ही थेट अंतिम ग्राहकापर्यंत पोचवली जाते. एक मद्यप्रेमी व मास्टर डिस्टिलर यांच्यातील या थेट व्यावहारिक संबंधातून घट्ट असे सामाजिक बंध जुळल्याचे अनुभवास येते. काही ठिकाणी हे संबंध कौटुंबिक, परंपरागत आलेले असतात व मित्रपरिवारामध्ये विस्तारलेले असतात. दरवर्षी हा मद्यप्रेमी खास फेणी माल घेण्यासाठी गोव्यात येतो. अशा अनेक मद्यप्रेमींनी आपल्या मास्टर डिस्टिलरविषयी माहिती दिली. यामुळे विविध मास्टर डिस्टिलरविषयी माहिती गोळा करता आली. तसेच मद्यालये, तावेर्न येथे विविध प्रकारचे, विविध ब्रँडचे मद्य विकले जाते, अशा ठिकाणीही उत्तम दर्जाच्या फेणीने आपली स्वतःचे व हक्काचे असे स्थान निर्माण केलेले आहे. अशा किरकोळ विक्री केंद्रांमध्ये उत्पादक व विक्रेता यांच्यात निर्माण झालेल्या सामाजिक बंधातूनच फेणीच्या दर्जाचे प्रतिबिंब उमटते. पणजीतील एक रेस्टॉरंट मालकाने, जो आपल्याकडे असलेल्या फेणीच्या दर्जाची हमी देतो, काही नियमित ग्राहकांचे उदाहरण दिले : "हे बघा, सामान्यतः मी नेहमीच उत्तम फेणीमालाच्या शोधात असतो. कोणीतरी सांगते की अमूक उत्पादक चांगला आहे. तेव्हा मी त्याच्याकडून फेणीचा नमुना खरेदी करतो व तो माझ्या नियमित ग्राहकांना देतो. जर का माझ्या ग्राहकांना फेणीचा दर्जा आवडला तर मग तो माल खरेदी करतो."

या पुरवठा मार्गाचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे, हा मार्ग नेहमीच मास्टर डिस्टिलरची लोकांमध्ये असलेली ओळख आणि ग्राहकाचे या क्षेत्रातील ज्ञान यावरून तोलला जातो. उत्पादकांची

### आकृती ३: छोटा व थेट पुरवठा मार्ग



एक आपली ओळख असते, काही जण तर लोकप्रियच असतात. उत्पादकाची हीच ओळख त्याला ग्राहकवर्ग मिळवून देते. म्हापसा येथील एक उत्पादक-बॉटलर जो तिन्ही प्रकारे फेणी बनवतो (लावणी, कॉइल व सिंगल-बॅच इंडस्ट्रियल पद्धत) त्याने बॉटलिंगबरोबरच आपले स्वतःचे असे ब्रँड विकसित केले आहेत. त्याचे उदाहरण फारच बोलके आहे. लावणीद्वारे फेणीनिर्मिती ही त्याची खासियत आहे. हे उत्पादन तो ब्रँडनावाखाली विकतो तसेच खुली विक्रीही करतो. तो म्हणतो : “माझे काही खास ग्राहक आहेत जे खुल्या स्वरूपातच फेणी खरेदी करतात (...) कोणी एकदा माझा ग्राहक बनला की तो शेवटपर्यंत संबंध ठेवतो. माझ्या ब्रँडेड मालाबद्दलही मी अशीच भावना बाळगतो की एखादा नवा ग्राहक जेव्हा माझी बाटली खरेदी करतो तेव्हा तो माझ्या उत्पादनाशी मरेपर्यंत नाते जोडेल. कारण एकच दर्जा आणि चांगल्या मालाची हमी. बाकी काही नाही.”

यालाच जोडून पणजीतील एक किरकोळ विक्रेता, ज्याचे अवघेच ग्राहक हे पणजी शहरात राहतात, म्हणतो : “लोक स्थानिक दुकानातूनच खरेदी करतात. थेट उत्पादकाकडून वा मद्यालयातून. अगदी मोठा ‘कळसो’ही खरेदी करतात.” हा ग्राहकवर्ग पाहूनच काही उत्पादकांनी आता आपले उत्पादन बाटलीबंद स्वरूपात सादर केले आहे तर काहीजण असा प्रयोग करण्याचा विचार करत आहेत. या ठिकाणी दोन घटक जाणवतात. एका बाजूला उत्पादक हा आपल्या मालाची हमी देत थेट अंतिम ग्राहकाला आपला माल पुरवू पाहत आहे तर दुसरीकडे बॉटलिंगमध्येही आपला पाय रोवून या व्यवसायातील सारी आर्थिक सूत्रे आपल्या हातात घेऊ पाहत आहे.

उत्पादकाची लोकप्रियता, त्याच्या मालाचा दर्जा याची जाहिरात ही मौखिक होते. एक ग्राहक दुसऱ्या ग्राहकाला सांगतो, दुसरा तिसऱ्याला... अशी. पणजीतील एक रेस्टॉरंट मालक

आपला अनुभव सांगतो की मास्टर डिस्टिलर शोधण्यासाठी तो काही तालुक्यांतील मद्यालयांची कशी पाहणी करतो ते. उत्तम फेणीची माहिती मिळवण्यासाठी त्याचा दुसरा स्रोत म्हणजे त्याचे नियमित ग्राहक. त्याचप्रमाणे तिसवाडी तालुक्यातील एक मास्टर डिस्टिलर जो लावणीद्वारे फेणी गाळतो त्याने या छोट्या व थेट पुरवठामार्गाविषयी अधिक माहिती दिली. “माझे ग्राहक हे स्थानिक व आसपासच्या भागातलेच आहे. एकतर हे ग्राहक थेट माझ्याकडे मालखरेदीसाठी येतात किंवा त्या ग्राहकांना मी नेमक्या कोणत्या मद्यालयांना माल पुरवतो हे पक्के ठाऊक आहे, त्यामुळे ते त्या मद्यालयात जातात व कळसो खरेदी करतात.”

फेणीउत्पादकाच्या ओळखीचा, समाजातील स्थानाचा जसा या पुरवठा मार्गावर प्रभाव पडतो तसाच प्रभाव ग्राहकाचाही पडतो. ग्राहकांना या छोट्या व थेट मार्गातील फेणीचा दर्जा माहीत असतो. आणि त्याचे उत्पादकाशी किंवा विक्रीकेंद्राशी थेट संबंध प्रस्थापित झालेले असतात. या पुरवठामार्गातील एक वैशिष्ट्य म्हणजे एखाद्याच्या घरी दारातच फेणी खरेदीची पद्धत. मध्यस्थ हा उत्पादकाकडून ग्राहकापर्यंत मालाची वाहतूक करतो व उत्पादकाची माहिती ग्राहकापर्यंत पोचवतो. अनेकदा या मध्यस्थाकडे एकाच उत्पादकाने बनवलेल्या किंवा दोन उत्पादकांनी बनवलेल्या दोन वेगळ्या बॅचमधील मालही असतो. यामुळे ग्राहकाला दोन्ही प्रकारच्या मालाचा दर्जा चाखता येतो. अशा प्रकारातूनच मग एका पुरवठा मार्गावरील उत्पादक हा दुसऱ्या पुरवठामार्गावरील ग्राहकाशी नाते जोडू शकतो. तसेच मद्यालयांमध्येही ग्राहक व रिटेलर यांच्यामध्ये प्रस्थापित झालेल्या संबंधांचा प्रभाव या पुरवठामार्गावर होतो. याविषयी पणजीतील एक बारमालक सांगतो, “तुम्ही माझ्या रेस्टॉरंटमध्ये येऊन विचारले की ‘तुमच्याकडे चांगली काजू आहे का?’ मी ‘हो’ म्हणून. मी म्हणून की तुम्ही यापैकी काही नमुन्यांचा स्वाद घ्या. तुम्हाला जो माल आवडेल तो तुम्ही प्या.” सर्वेक्षणादरम्यान अशा नानाविध अनुभवांना सामोरे जावे लागले. ग्राहकाची शिवाय ग्राहक हे केवळ वासावर फेणीचा दर्जा ताडण्याचा प्रयत्न करतात. याविषयी पूर्वीही माहिती देण्यात आली आहे. : “यासाठी तुम्हाला तुमच्या नाकाला प्रशिक्षण द्यावे लागेल. तुमच्याकडे अनुभवी नाक असेल तर तुम्ही फेणीत एक बोट बुडवा व त्याचा वास घ्या. तुम्हाला लगेच त्या फेणीचा दर्जा उमगेल.” थोडक्यात या पुरवठा मार्गावर फेणीच्या दर्जाचे व शुद्धतेचे खरे निकष हे ग्राहकच आहेत. हा पुरवठा मार्ग छोटा व थेट असल्याने उत्पादकाचे सामाजिक स्थान व ग्राहकाशी असलेले नाते यांचा परस्पर संबंध असतो.

### लांब व बाटलीबंद फेणी पुरवठा मार्ग

फेणीचा दुसरा पुरवठामार्ग म्हणजे 'लांब व बाटलीबंद मार्ग'. म्हणजे फेणी ही एक ब्रँड म्हणून बाटलीबंद स्वरूपात विकली जाते. या मार्गाविषयी अधिक जाणून घेण्यापूर्वी हे समजून घेतले पाहिजे की छोट्या व थेट पुरवठा मार्गाचीच काही वैशिष्ट्ये यालाही लागू होतात. उदा. अनेक बॉटलरचे समाजात विशिष्ट स्थान असते, ओळख असते. या मार्गावर फेणीच्या दर्जाचा विशेष फरक पडत नसला तरी बॉटलरच्या माध्यमातून ग्राहकांना उत्पादकासंबंधी किती माहिती पोचवली जाते (किंवा किती माहिती लपवली जाते) हे महत्त्वाचे ठरते. हाच निकष काही मद्यालयांनाही लागू होतो जिथे बाहेर ब्रँडेड मद्यउत्पादने दर्शनीभागात ठेवलेली असतात पण आतमध्ये मात्र खुल्या स्वरूपातील फेणी विकली जात असते.

फेणीचे बाटलीबंद उत्पादन ही परंपरा गोव्याने पोर्तुगीजांकडून अबकारी यंत्रणेच्या माध्यमातून घेतली. 'व्हिनोज नेटिवोज' (देशी दारू) व 'व्हिनोज युरोपियोज' (युरोपियन मद्य) यांच्यातील फरक दाखवण्याच्या उद्देशाने तावेर्न व बार यांची निर्मिती करण्यात आली. यातून पुढे करनियमांची आवश्यकता म्हणून जिथे केवळ बाटलीबंद मद्य विक्री केली जाते त्या इमारतीला (उदा. बार) परवाना देण्याचा नियम बनवण्यात आला.

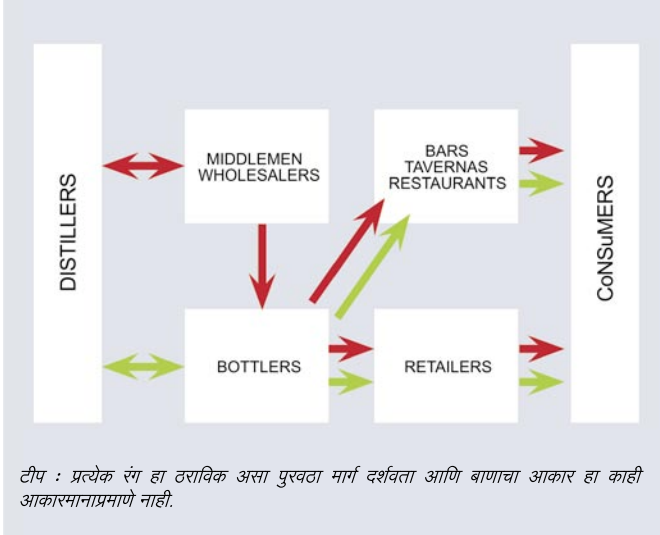
स्थानिकांची खुल्या मद्यालाच मिळणारी पसंती पाहता बाटलीबंद फेणीचे पुरवठा मार्ग हे अपेक्षेप्रमाणे विकसित झाले नाहीत. बाटलीबंद फेणी विक्री करणारी प्रामुख्याने दोन ठिकाणे आहेत : परवानाधारक मद्यविक्री दुकान, बार व थोड्या श्रीमंत भागांमध्ये रेस्टॉरंट. असे असले तरी, विविध सामाजिक-आर्थिक वर्गातील लोकांमध्ये फेणी लोकप्रिय आहे. इतर वस्तूंप्रमाणेच ग्राहकागणिक चव बदलत जात असल्यानेच विविध किमतीतील विविध ब्रँड बॉटलरनी विकसित केलेले आहेत.

या पुरवठामार्गाचे वेगळेपण म्हणजे येथे मास्टर डिस्टिलरची उपस्थिती तितकीशी महत्त्वाची ठरत नाही. बाटलीबंद फेणी उत्पादनांवरील लेबलवर उर्ध्वपातन प्रक्रिया, स्थान किंवा उत्पादक याविषयी क्वचितच माहिती छापलेली आढळते. याविषयी एक अपवादात्मक उदाहरण म्हणजे आनंद डिस्टिलरीचा 'ओल्ड वॅट' ब्रँड. या ब्रँडची फेणी लाकडामध्ये मुरवलेली असते. मागच्या पाठात चर्चा केल्याप्रमाणे फेणीचा दर्जा योग्य राखण्यासाठी बॉटलर हे विविध उपाय योजतात. अनेक बॉटलर हे उत्पादकांशी चांगले संबंध ठेवून असतात. ही सारी माहिती अप्रत्यक्षपणे अंतिम ग्राहकापर्यंत पोचत असते. उदा. पणजीतील एका नामांकित मद्यालयाचा मालक सांगतो, "जे खरे मद्यप्रेमी आहेत ते फेणीलाच प्राधान्य देतात, किंवा ते स्थानिक ब्रँडलाच पसंत देतात. जर का स्थानिक ब्रँड



(छायाचित्र १३ : लांब व बाटलीबंद पुरवठा मार्ग)

### (आकृती ४ : लांब व बाटलीबंद पुरवठा मार्ग)



त्यांना रुचला नाही तर ते झबिग बॉसफया त्यांच्या ओळखीचा ब्रँडला पसंती देतात.”

या पुरवठामार्गामध्ये मास्टर डिस्टिलरचे नगण्य स्थान याबरोबरच ग्राहकांमध्येही उत्पादनाबाबत कमी ज्ञान असते. एका बॉटलरने सांगितले की बाटलीबंद फेणीला सामान्यतः बिगसगोमंतकीयच पसंती देतात. पणजीतील एक प्रमुख दुकानदार सांगतो की, बाटलीबंद फेणीच्या खरेदीसाठी बहुतांश हे पर्यटकच येतात. याविषयी बार्देशमधील एका दुकानदाराने अधिक प्रकाश टाकला : “काय होते की काही दुकानांमध्ये केवळ पर्यटकच भेट देतात. हे दुकान म्हणजे पर्यटनस्थळच असते. येथे गोमंतकीय ग्राहक कमी असतात. (...) पर्यटकांना येथील ब्रँडबाबत, फेणीच्या दर्जाबाबत काहीच माहिती नसते. दुकानदार सांगेल तसे ते खरेदी करतात.”

अगदी वरच्या सामाजिक व आर्थिक स्तरातील ग्राहकांसाठीही बाटलीबंद फेणी उत्पादन हे बार, रेस्टॉरंटमध्येही उपलब्ध असते. या वरच्या स्तरातील ग्राहकवर्गासाठी किनारी तालुक्यांतील (उदा. तिसवाडी, बार्देश) बार, रेस्टॉरंट व महागडी हॉटेले ही पुरवठा मार्गातील वेगळा विभाग असतात. कायद्यान्वये या ठिकाणी सील नसलेल्या बाटल्यांतून फेणीविक्री करण्यास मनाई आहे. यामुळे अशा ठिकाणी सामान्यतः मादाम रोसा डिस्टिलरीचा ‘बिग बॉस’ यासारखे प्रसिद्ध ब्रँडच विक्री करतात. या पुरवठा मार्गावरील ग्राहकांच्या या सेवनाच्या सवयी, परंपरा या खूपच वेगळ्या असून बहुतेकजण फेणीचे सेवन हे कॉकटेलच्या माध्यमातून करतात (खाली पहा). या ठिकाणी इतर पुरवठामार्गातील

ग्राहकांप्रमाणे केवळ फेणीच पिणारे ग्राहक अभावाने आढळतात. बाटलीबंद फेणी उत्पादन हे दुकानांतही उपलब्ध असायला हवे यामुळे ग्राहकांच्या निवडीमध्ये इतर मद्यब्रँडबरोबर (भारतीय बनावटीच्या विदेशी मद्य) फेणीच्या ब्रँडचाही समावेश होईल. ज्यांना फेणीची सवय नसते अशा नवख्या ग्राहकांसाठी ब्रँड हाच दर्जा व शुद्धतेचा प्रतीक असतो. अशा ग्राहकवर्गासाठी ब्रँड हा ओळखीचा मुख्य मुद्दा ठरत असतो.

या पुरवठामार्गामध्ये फेणीचे आकर्षण हे बदललेल्या स्वरूपात पाहायला मिळते. एक ग्राहकवर्ग, उदा. पर्यटक हे गोव्यातील सुटीची आठवण म्हणून फेणीकडे पाहत असतात- किनारी पर्यटन आणि फेसाळते मद्य यांची आठवण करून देणारी गोव्यातील सुटी. यामुळे अशा ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी काही ब्रँडनी गोव्यातील मुक्त वातावरणाचे दर्शन घडविणाऱ्या आकर्षक पॅकमध्ये आपली उत्पादने सादर करण्याचा प्रयत्न केला आहे. अनेक बॉटलर्सनी यासाठी विविध आकारांत, रंगसंगतीत बाटल्यांमध्ये व आकर्षक पॅकेजमध्ये उत्पादने सादर केली आहेत. काही ब्रँडचे पॅकेजिंगच इतके आकर्षक आहे की, त्यातील मद्याचा दर्जा त्याला साजेशा नसल्याचे ग्राहकांचे मत बनते. याविषयी एका दुकानदाराने एका ब्रँडविषयीचे उदाहरण सांगितले, “त्या फेणीचा दर्जा तसा काही कमी नव्हता. पण त्या बाटलीचा आकारच इतका आकर्षक होता की त्यामानाने फेणी फिकी वाटत होती.” ग्राहकाला हव्या असणाऱ्या सुलभतेविषयी दुसरा एक दुकानदार म्हणाला, “काही पर्यटक सीलबंद बाटल्यांची मागणी करतात. केवळ गोमंतकीयच खुली फेणी पितात. बाहेरून आलेले मद्यप्रेमी सीलबंद उत्पादनांचा प्राधान्य देतात. अगदी कर्नाटकातून आलेले लोकही विचारतात की ‘तुमच्याकडे सीलबंद बाटली मिळते का?’ नाही म्हटले तर ते खरेदी करत नाहीत, कारण प्रवासादरम्यान त्यांना सीलबंद नसलेली बाटली योग्य वाटत नाही.”

अनेक ब्रँडचा प्रसार हे आणखी एक वैशिष्ट्य या पुरवठामार्गाला लाभलेले आहे. एका बाजूने बाजारात कसे झपाट्याने बदल होताहेत याचे हे द्योतक आहे, तर दुसरीकडे बाजाराची भौगोलिकदृष्ट्या झालेली विभागणी पाहायला मिळते. अनेकप्रकारे या दोन्ही बाजू मिसळलेले चित्र अनुभवाला येते. जसे की एक बॉटलर आपल्या दोन प्रमुख ब्रँडची माहिती देतो व पुढे अनौपचारिकरीत्या सांगतो की या दोन्ही ब्रँडमध्ये काही विशेष फरक नाही. यासंबंधी त्याला विचारले असता तो सांगतो, “दुकानदारांचीच तशी नेहमीच वेगवेगळा ब्रँड आपल्या दुकानात दिसावा अशी मागणी असते. म्हणूनच तर मी वेगवेगळी लेबले लावून आपले उत्पादन विकतो. काही लोकांना मी सांगितल्याप्रमाणे ब्रँडच्या लेबलची एकाधिकारशाही हवी असते तर दुसऱ्याला दुसरे लेबल हवे असते. त्यांना त्यांच्या ग्राहकांची मिसळ करावयास नको असते. म्हणूनच मी ही दोन ब्रँड

बनवले आहेत. फ्रदुसरा एक बॉटलर विशिष्ट विभागातील फेणीची चव ही कसा आपला वेगळा ब्रँड बनवते याविषयी बोलला. तो म्हणाला, “सांगे भागातील काजूपासून नोवा गोवा हा फेणीचा ब्रँड बनवण्यात आला आहे. या फेणीचा ग्राउ थोडा अधिक असतो. तर काणकोणातील काजूपासून ‘येस बॉस’ हा कमी ग्राउ असलेला फेणी ब्रँड बनवला जातो.”

## फेणी आणि पर्यटक मद्यप्रेमी

फिशकरी, फुटबॉल, फिएस्टा आणि फेणी याद्वारे मिळणारा ‘गोमंतकीय अनुभव’ पर्यटकांना चांगलाच लुभावतो. पर्यटक मार्गदर्शक पुस्तके, ब्रॉचर, ट्रॅव्हलॉग आदी साहित्य हे फेणीचा समावेश नसेल तर अपुरेच वाटते. अनेक बॉटलर सांगतात की पर्यटक, मग ते देशी असोत वा परदेशी, हे आपले महत्त्वाचे ग्राहक आहेत. बाटलीबंद फेणीचे ब्रँड याच ग्राहकवर्गात अधिक लोकप्रिय आहेत. म्हणूनच जीआय प्रमाणपत्र मिळाल्यानंतर फेणीला एक जागतिक मद्य म्हणून स्थान मिळेल अशी आशा या व्यावसायिकांना आहे. वर्तमानपत्रांतील प्रसिद्ध झालेल्या माहितीनुसार या दिशेने प्रयत्न सुरू झाल्याचे समजते. उदा. युनायटेड ब्रेवरीजकडून फेणीला एक भारतीय मद्य म्हणून जागतिक स्तरावर सादर करण्याविषयीच्या प्रस्तावाचा अभ्यास केला जात आहे. व्हिया डिस्टिलरी व मादाम रोसा या बॉटलर्सनीही फेणीला परदेशात सादर करण्याचे प्रयत्न केलेले आहेत. वर्तमानपत्रांतील बातम्यांनुसार, २००५-०६ साली फेणीची निर्यात सर्वाधिक म्हणजे ४० हजार केस झाली होती. ही निर्यात अमेरिका, सौदी अरेबिया, कॅनडा, जर्मनी, ब्रिटन या देशांना झाली होती.

मद्यसेवनाच्या सवयी, चव, व माहिती यामध्ये हे पर्यटक वैविध्य आणतात. पर्यटकांसमोर फेणी ही शक्तिशाली व कडक या रूपात सादर करण्याकडे कल दिसतो. पण असे करताना थोडी सावधानता बाळगायला हवी (चौकट १९ : पर्यटक जाळे). फेणीचे हे चुकीचे सादरीकरण फेणीच्या विस्तारणाऱ्या बाजारपेठेवर संकट ओढवू शकते. खास पर्यटकांसाठी व निर्यात बाजारपेठेसाठी फेणी अधिक रुचकर बनवण्याच्या उद्देशाने फेणीला असलेला काजूचा स्वाद हटवण्याचे प्रयत्न केले गेलेले आहेत. या प्रयत्नांत गुंतलेल्या एका बॉटलरनेही तसा कल असल्याचे स्पष्ट केले : “वास हा फेणीचे एक वैशिष्ट्य आहे. पण पर्यटकांना हा वास उग्र स्वरूपाचा वाटतो. पण जर का याला वासच नसेल तर मग हे मद्य फेणी वाटणारच नाही.” दुसरा एक बॉटलरने सांगितले की फेणीचे काही नमुने स्कॉटलंडला नेण्यात आले होते पण वासामुळे ती एक चेष्टाच विषय ठरली. एका इच्छुक खरीददाराने फेणीचा वास घालण्यासाठी ती कोळशातून गाळून घेण्याची प्रक्रिया सुचवली.

## चौकट १९ : फेणी एक पर्यटक जाळे

पर्यटक मार्गदर्शक पुस्तके व प्रवासवर्णन लेखक हे फेणीच्या सेवनाने घशामध्ये जळजळ होते अशा स्वरूपाचे लेखन करून फेणीला एक वाईट ओळख देतात. अनिता देसाई यांनी ‘बॉमगार्टनर्स बॉम्बे’मध्ये म्हणतात, ‘फेणी हे एक विष आहे.’ तशाच प्रकारे गोव्यावर आधारित लोन्ली प्लॅनेट गाइडमध्येही असा उतारा आढळतो :

It's as clear as water, it tastes like aromatic gasoline and it really packs a punch [...] Feni first-timers might be well advised to mix it with a soft drink like Limca or cola' or just close your eyes and shoot it. [...] You can also buy colourful decorative bottles from wine stores (between Rs. 100 and 400), which make a good gift for friends you want to incapacitate.

काहीजण फेणी हे पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी एक उत्तम साधन असल्याचे मानतात पण त्यांची ही अपेक्षा प्रत्यक्षात उतरवणे तितके सोपे नाही.

वर दर्शविल्याप्रमाणे, ज्या तालुक्यांमध्ये पर्यटकांचा ओघ अधिक आहे त्या तालुक्यांमध्ये मद्य विक्रीपरवाने अधिक आहेत (आकृती २ : मुख्य तालुके). अबकारी खात्यातील माहिती ही देशी दारू व फेणी यांच्यासंदर्भातील आकडेवारी वेगवेगळी देऊ शकत नसल्यामुळे पर्यटकांची संख्या आणि मद्यविक्री परवाना यांच्यातील संबंधांचे नेमके चित्र स्पष्ट करता येत नाही. तरी उपलब्ध असलेली माहिती या दिशेने विचार करण्यास नक्की प्रवृत्त करते (तालिका ५ : पर्यटकांचे प्रमाण)

गोव्यात जो पर्यटकांचा लोंढा येतो त्यामध्ये विविध गट आहेत. पहिले दोन प्रमुख गट म्हणून ‘देशी’ व ‘विदेशी’ पर्यटक. विदेशी पर्यटकांमध्ये चार्टर हॉलिडे हा गटही मोठा आहे. १९८०च्या दशकाच्या अखेरीस केवळ १० % प्रमाण असलेला हा चार्टर हॉलिडे पर्यटकांच्या या गटाचा वाटा आता एकूण परदेशी पर्यटकसंख्येत ५० %वर पोचला आहे. या पर्यटक गटाचे विशिष्ट पद्धतीने व्यवस्थापन करता येत असल्याने या गटाचा गोव्यातील सांस्कृतिक, पारंपरिक किंवा फेणीसारखी वेगळी वैशिष्ट्ये कितपत अनुभवता येतील हा प्रश्नच आहे. तर देशी पर्यटकांचा मोठा गट हा बहुधा आठवड्याच्या सुटीवेळी गोव्यास भेट देतो. राज्य पर्यटन विभागाच्या माहितीनुसार देशी पर्यटक हा सामान्यतः ५ दिवसांवर अधिक काळ वास्तव्य करत नाही, आणि हा लघुवास्तव्याची संस्कृती देशी पर्यटकांमध्ये वाढत असल्याचे दिसून येते.

मग मुख्य मुद्दा येतो की अशा प्रकारच्या पर्यटकांसमोर फेणी कशा प्रकारे सादर केली जाते. याटिकाणी मग बार, तावेर्नचा मालक, बारटेंडर, दुकानदार यांची भूमिका महत्त्वाची ठरते. पर्यटक अधिक प्रमाणात भेट देणाऱ्या काही वरच्या स्तरातील बार व रेस्टॉरंटची

## तालिका ५

पर्यटकसंख्या आणि मद्यविक्री परवाने				
तालुका	पर्यटक संख्या		आयएमएफएल व सीएल विक्रीसाठी परवानाधारक दुकाने*	
	देशी	परदेशी	सेवनासाठी	बंदबाटलीतून
उत्तर गोवा	१,२०७,६६८	२००,९२०	३६७७	७६३
तिसवाडी	५५५,२२४	७३,०४६	९४८	२७२
बार्देश	५१८,९९९	१२१,७३७	१४२८	२७३
पेडणे	१८,५३९	५,०६३	३०२	४४
डिचोली	१५,७४८	१५२	२६२	४१
सत्तरी	०	०	१५६	३३
फोंडा	९९,१५८	९२२	५८१	१००
दक्षिण गोवा	७६७,११२	१४१,१५५	३०७२	४७२
सांगे	७,५५३	३३९	२६४	३२
काणकोण	१५,१८४	९,१६०	३२८	४५
केपे	०	०	३८८	२८
सासष्टी	५२४,३९५	११३,१९२	१६०४	२९७
मुर्गाव	२१९,९८०	१८,४६४	४८८	७०
संपूर्ण गोवा	१,९७४,७८०	३४२,०७५	६७४९	१२३५

टीप : २००५-०६ सालातील माहिती  
\* भारतीय बनावटीचे विदेशी मद्य व देशी दारू  
संदर्भ : मुखोपाध्याय इटी एएल. (२००८)

काही सामान्य वैशिष्ट्ये अशी : येथे केवळ बाटलीबंद ब्रँडच उपलब्ध केले जातात, अभावानेच कोणी ग्राहक थेट फेणीची मागणी करतो, आणि जेव्हा फेणीचे सेवन केले जाते ते कॉकटेल स्वरूपात असते (चौकट २० : कॉकटेल). किनारी शॅक भागातील फेणीसेवन संस्कृती आणि येथील संस्कृती यात काही विशेष फरक नाही; विशेष म्हणजे किनारी भागात खुल्या स्वरूपातील फेणी उत्पादनही उपलब्ध असूनही फारसा फरक दिसत नाही.

### चौकट २० : फेणी कॉकटेल

गोव्यात फेणी कॉकटेलचे दोन लोकप्रिय प्रकार आढळतात. यांच्या रासायनिक घटकांमध्ये विशेष फरक नसला तरी ते दोन वेगवेगळे कॉकटेल ब्रँड असल्याचे वाटते :

**गोवन रुम्बा :** काजू फेणी व व्हाइट रम हे समप्रमाणात मिसळून त्यामध्ये गरजेप्रमाणे मोसंबी किंवा अननस रस मिसळून मोठ्या पेल्यामध्ये बर्फासह दिले जाते.

**सिल्व्हर सँड्स :** अननस रस व 'सेव्हन अप' यांच्यामध्ये

दुप्पट प्रमाणात नारळफेणी मिसळली जाते व बर्फ मिसळून हे कॉकटेल मोठ्या ग्लासमधून दिले जाते.

इतर काही प्रसिद्ध कॉकटेलमध्ये फेणी हे प्रमुख मद्य वापरून इतर घटकांच्या प्रमाणात थोडेफार बदल केलेले असतात. उदा. मार्गारिटा कॉकटेलमध्ये टेक्सिलाची जागा काजूफेणीने घेतली आहे तर पिना कोलाडामध्ये व्हाइट रम ऐवजी नारळफेणी वापरली जाते.

फेणीला जागतिक दर्जा मिळवून देण्याच्या प्रयत्नात पर्यटक एक दूत म्हणून कार्यरत असतात, पण त्याही पलीकडे असे आढळले आहे की गोव्यातून जी काही फेणीची निर्यात होते त्यातील प्रमुख हिस्सा हा अनिवासी गोमंतकीयच अधिक प्रमाणात वापरत असतात. अमेरिका, सौदी अरेबिया, कॅनडा, जर्मनी व ब्रिटन या देशांना फेणीनिर्यात होते. एक प्रमुख ब्रँडमालक याविषयी अधिक स्पष्टीकरण देतो : "आम्ही मध्यपूर्व व आखाती देशांमध्ये फेणीला प्रवेश देऊ शकलो कारण तिथे मोठ्या प्रमाणात अनिवासी गोमंतकीय राहतात. या लोकांनीच फेणीला तिथे प्रसिद्धी दिलेली आहे." असे असले तरी १९९०च्या दशकात कॅनडाला फेणी निर्यात करण्याच्या



प्रयत्नांवरून नियमांची बंधने व ब्रँडविषयी विशेष जागृती नसणे या समस्या सामोऱ्या आल्या होत्या. ऑटोरियोच्या मद्य नियंत्रण समितीने फेणीचे नमुने तपासून स्थानिक विक्री दिली. तसाच प्रयत्न टोरोन्टोमध्ये करण्यात आला. पण तिथे मद्याकाचे प्रमाण, नमुन्यांमध्ये वैविध्यता आणि फेणीला दर्प या निकषांवरून मान्यता दिली गेली नाही.

टेक्झिलासारखे फेणीलाही भविष्य लाभेल या हेतूने बॉटलरना पर्यटक महत्त्वाचे वाटतात. यामुळे मद्यसेवनाची नवी संस्कृतीला प्रोत्साहन दिले जात आहे. भारतीय बनावटीच्या विदेशी मद्य ब्रँडशी स्पर्धा करताना फेणी कॉकटेलच्या माध्यमातून कशी सादर केली जाते यावर फेणीचे भविष्य अवलंबून आहे, असे वाटते. तसेच एक आकर्षणाचा भाग म्हणून टेक्झिला-शॉटप्रमाणे मद्यसेवनाची परंपरा बॉटलरी शोधल्यास फेणीप्रसारास मदत होईल. अन्यथा केवळ सामान्य पर्यटकाला आकर्षित करण्याच्या प्रयत्नातून फेणीसमोरील भविष्यातील वाट कठीणच दिसते. एकूणच फेणीच्या प्रसारासाठी जागृती प्रयत्नांची मोठ्या प्रमाणात गरज आहे, असे प्रयत्न आता फेणी संघटनेच्या माध्यमातून व्हायला हवेत.

### फेणीचे निकष

फेणीचे विविध पुरवठा मार्ग, सेवनाची विविध वर्तुळे आणि चालीरीती यातून या मद्यात असलेली वैविध्यता स्पष्ट करते. तसेच फेणीचा स्थानिक (पर्यटकांच्या माध्यमातून) व जागतिक (अनिवासी गोमंतकीयांच्या माध्यमातून) स्तरावरील नव्या बाजारपेठांत कसा प्रवेश होतो हेही यातून दिसून येते. फेणीउत्पादनातील बदलही नवी उपकरणे व तंत्रज्ञानाचा वापर (पाठ ३ पहा) कसा केला जातो हे सांगतात. या सर्व प्रकारांवरून फेणीचा भविष्यातील विकासासंबंधी विविध विचार पुढे येतात आणि येथेच जीआय-निकष महत्त्वाची व निर्णायक भूमिका घेऊ शकतात. फेणीच्या जीआय-निकषांसंदर्भात खाली प्रश्न विचारले जाऊ शकतात :

- सांस्कृतिक व आर्थिक घटकांसंदर्भात हे जीआय निकष गोव्याशी किती सक्षमपणे जुळलेले आहेत?

- सध्या फेणीजगतात आढळणाऱ्या वैविध्यांचा समावेश करण्यासाठी हे जीआय-निकष किती व कसे लवचिक आहेत?

- पारंपरिकदृष्ट्या मान्य होतील तसेच आर्थिकदृष्ट्या शक्य होतील असे फेणीमध्ये भविष्यात बदल करू देण्यास हे जीआय-निकष मान्यता देतील का?

या प्रश्नांचा विचार करताना यापूर्वी आपण पाहिलेले पर्मा हॅम वादाचे उदाहरण पाहणे उपयोगी ठरेल (चौकट ८ : पर्मा हॅम,

पाठ २). पर्मा हॅम संदर्भात, उत्पादन प्रक्रियेतील विविध बाबींनुसार, भौगोलिक प्रदेशांशी विविध स्तरांनुसार हे जीआय-निकष बनण्यात आले होते. उदा. डुकरांचे संगोपन करण्यासाठी जो भौगोलिक प्रदेश निश्चित करण्यात आला होता तो संपूर्ण इटलीमध्ये विस्तारलेला होता. पण हॅमवर प्रक्रिया ही केवळ पर्मा प्रांतातच केली जाण्याचा नियम होता. फेणीचे जीआय-निकष हे अशाचप्रकारे विविध प्रकारच्या प्रदेशांतील बदलांशी साधर्म्य साधणारे असावेत.

### फेणीतील घटक

काजूच्या विशिष्ट भौगोलिक प्रदेशांतून पुरवठा करण्याविषयी असेलली संदिग्धता यापूर्वीच चर्चित गेली आहे (पाठ ३ पहा). जीआय-निकषांचा अभ्यास केल्यावर ही संदिग्धता गुप्तपणे काजूबोंडांची परराज्यातून आयात करण्यास परवानगी दिल्याचाच प्रकार असल्याचे जाणवते. स्थानिक मागणी लक्षात घेऊन हे 'उघड गुप्तित' आवश्यक वाटत असले तरी यावर काहीतरी निश्चितच बंधन व मर्यादा आवश्यक आहे. फेणीनिर्मिती करण्यासाठी आवश्यक दर्जाचाच काजू गोव्यात आणला जावा यासंबंधी त्यात बंधन असणे आवश्यक आहे. फेणीच्या वैशिष्ट्याचे संरक्षण व्हावे व फेणीउत्पादनास भविष्यातही स्थान लाभेल यासाठी काजूच्या जैववैविध्य हा निकष वापरण्याची तरतूद या बंधनात असावी. या संदर्भात उत्पादनाचे अधिक प्रमाण व कमतरता अशा स्थितीमध्ये टेक्झिलाचे उदाहरण मार्गदर्शक ठरेल (चौकट २१ : अनकॉर्किंग टेक्झिला). अगेवची केवळ एकच जात वापरण्याच्या बंधनामुळे टेक्झिलाचा जैववैविध्याचा पाया हा छोटा आहे, यामुळे अगेव उत्पादन हे कीड व कीटकांना अधिक प्रमाणात बळी पडत आहे तर अधिक उत्पादनासाठी रासायनिक घटकांची अधिक प्रमाणात मात्रा वापरणे भाग पडत आहे. म्हणूनच काजूबोंडांचा पुरवठा करणाऱ्या प्रदेशावर भौगोलिक सीमेचे बंधन घालणे ही बाब अवघड ठरते. अशावेळी स्कॉचचे उदाहरण राबवणे हे सर्वार्थाने योग्य वाटते. स्कॉचच्या जीआय-निकषांमध्ये बार्लेचा पुरवठा हा स्थानिक भागातूनच व्हावा असे बंधन नाही. तो स्कॉटलंडमधून किंवा सान्या युरोपमधूनही केला तरी चालतो. पण फेणीबाबतची परिस्थिती वेगळी आहे. कारण काजूबोंडे लगेच खराब होता त्यामुळे भौगोलिक सीमेचे बंधन आवश्यक वाटते.

### चौकट २१ : अनकॉर्किंग टेक्झिला स्टोरी

टेक्झिला हे मेकिस्कोत निर्माण होणारे व जगभर लोकप्रिय असणारे मद्य आहे. टेक्झिलासारखे फेणीनेही यश मिळवावे असे अनेकांनी सर्वेक्षणादरम्यान सुचवले होते. पण या मद्याचा जवळून अभ्यास केल्यास याविषयी वेगळे मत तयार होते. फेणीप्रमाणेच या मद्याला

मोटा व श्रीमंत असा इतिहास आहे. या मद्याविषयी १५००च्या शतकाच्या मद्यापासूनच्या नोंदी इतिहासात आढळतात. अगेव टेक्निकला ना वेबर (ब्लू अगेव)चे हृदय भाजून त्यावर किण्वन व पुढे उर्ध्वपातन क्रिया करून टेक्निकला बनवले जाते. जालिस्को राज्यामध्ये टेक्निकला हे शहर वसलेले आहे. १९७४ साली टेक्निकलासाठी 'डिनॉमिनेशन ऑफ ओरिजिन' (जीआयसारखाच हा नियम आहे) ही नियंत्रण यंत्रणा अस्तित्वात आली. ब्लू अगेवचा पुरवठा करण्यासाठी भौगोलिक प्रदेश हा तसा मोठा आहे. यामध्ये जालिस्को राज्य तसेच शेजारील गयानाजुआतो, मिकोसने, नायारित तमावलिपस या राज्यांचाही समावेश आहे. पण निकषामध्ये केवळ ब्लू अगेवचाच उल्लेख असल्याने अगेव टेक्निकलानाच्या इतर जातींचे व्यावसायिक उत्पादन घेतले जात नाही. यामुळेच जैविक असमतोल साधला जात असून हा प्रकार पर्यावरणीय न्हासाकडे घेऊन जात असल्याबद्दल पर्यावरणप्रेमींकडून आवाज उठवला जातो. तसेच अगेवचे औद्योगिक उत्पादन केले जात असल्याने, भरघोस उत्पादन व तुटवडा असे चक्र नेहमीच चालू असते.

१९७४च्या नियमाप्रमाणे टेक्निकला क्लब नियमांमध्ये दोन प्रकारच्या टेक्निकलांना मान्यता आहे :

- टेक्निकला १०० % अगेव : ही फक्त अगेव शुगरपासूनच बनते व यासाठी विशिष्ट प्रदेशातच बॉटलिंग करावे लागते.

- टेक्निकला मिक्स्टो : अगेव शुगर व इतर प्रकारच्या शुगर वापरून ही बनते व मोठ्या प्रमाणात ती निर्यात होते.

यातील दुसऱ्या प्रकाराबद्दल क्लब नियमांमध्ये थोडी शिथिलता आढळून येते. सुरवातीला टेक्निकला मिक्स्टोमधील अगेव शर्करेचे किमान प्रमाण हे ७० टक्के निश्चित करण्यात आले होते. पण पुढे ते ५१ %पर्यंत कमी करण्यात आले. यामुळे मग इतर प्रकारची साखर (उसाची किंवा इतर पारंपरिक साखर) वापरण्यासाठी मुभा मिळाली व यातूनच मग ब्लू अगेवच्या उत्पादनाशी असलेला प्रादेशिक संबंध कमी होत गेला.

टेक्निकला मिक्स्टो ही मोठ्या प्रमाणात निर्यात केली जाते. एकूण निर्यातीपैकी ७५ टक्के उत्पादने हे बाटलीबंद स्वरूपात अमेरिकेत निर्यात केले जाते. टेक्निकला मिक्स्टोविषयी स्थानिक बॉटलिंगचा प्रकार बाजारात आणण्याविरुद्ध निर्यातदार व वितरण कंपन्यांनी जोरदार विरोध केला. म्हणूनच आता अनेक मेक्सिकन कंपन्या या बहुराष्ट्रीय मद्य उद्योग समूहांच्या (उदा. दायजिओ, फॉर्च्युन ब्रँड) मालकीच्या झाल्या आहेत. या बदलांमुळे टेक्निकला क्लबच्या नियमांमधील भौगोलिक धागा हळूहळू क्षीण होत जात असून टेक्निकलाच्या पारंपरिक वैशिष्ट्यांमध्ये बदल होत चालला आहे.

टेक्निकलाचा हा अनुभव फेणीच्या जीआय-निकषांबाबत बारकाईने पाहण्याचा इशारा देतो. याठिकाणी एक वादाचा मुद्दा म्हणजे इतर प्रकारची साखर मिसळणे हे योग्य ठरते का? (चौकट २१ : अनकॉर्किंग टेक्निकला). वेळोवेळी टेक्निकला मिक्स्टोमधील अगेव शुगरची किमान आवश्यकतेचे प्रमाण कमी केले गेले आहे. फेणीसंबंधीचे असे निकष हे खूपच स्पष्ट आहेत की फेणीनिर्मितीसाठीचा प्रमुख व एकमेव घटक म्हणजे आंबवलेला काजू रस. स्कॉचपेक्षा फेणीसंदर्भात हा उत्पादनाचा निकष स्पष्ट आहे. कारण स्कॉचमध्ये इतर धान्य व काही रंग देणारे घटक (कॅरामलसारखे) वापरण्यास परवानगी दिली जाते.

### निर्मिती उपकरणे व तंत्र

फेणीचे जीआय-नियम हे केवळ लावणी पॉट-स्टीलचीच निवड करतात. यातूनच हे जीआय निकष पारंपरिक मूल्यांना महत्त्व देत असल्याचे जाणवते. यामुळे इतर उपकरणे व तंत्र यांना फेणी जीआय-क्लबमध्ये स्थान मिळालेले नाही. सर्वेक्षणातील पाहणीनुसार, या नियमामुळे सुमारे ८० टक्के फेणी उत्पादकांना जीआय-क्लबमध्ये स्थान मिळू शकणार नाही. या समस्येकडे वेळीच लक्ष देण्याची गरज आहे.

तसेच द्वि-उर्ध्वपातन प्रक्रियेसंदर्भातील एकमताद्वारे कॉइलसह एक्स्ट्रालोकल/मॉडर्न पॉट-स्टीलला भविष्यात मान्यता देण्याची शक्यता तर नाही ना? यासंबंधी फेणी संघटनेने सामाजिकदृष्ट्या मान्य असलेले निकषांसंदर्भात तडजोड करण्याविषयी स्थानिक ग्राहक, उत्पादकांचा समूह यांच्याशी संवाद साधणे गरजेचे आहे. यासंबंधी स्कॉच व्हिस्कीचा अनुभव लाभदायक ठरू शकतो (चौकट १२ : स्कॉच व्हिस्की, पाठ २). १८६०मध्ये स्कॉचनिर्मितीसाठी कॉफे भट्टीचा अवलंब करण्याचे प्रमाण वाढल्याने पारंपरिक भट्टी (बाले-बेस्ड) वापरणाऱ्या उत्पादकांना तडतोड स्वीकारणे भाग पडले होते. स्कॉचची व्याख्या बदलण्याचा मोठा इतिहास अनुभवता पाहता, नवे तंत्रज्ञान, नव्या उपकरणांमुळे नव्या संधी शोधण्यास लाभ झाला आहे आणि याचा परिणाम पारंपरिक पद्धतींवर झाला आहे. १९व्या शतकाच्या सुरवातीस पारंपरिक भट्टीचा निकषामध्ये समावेश करण्यात आला व पुढे पुन्हा तिला वगळल्याने झालेले बदल यामुळे स्कॉचचा भौगोलिक स्थानाशी असलेल्या संबंधांमध्येही बदल झाला (चौकट २२ : स्कॉचचा शोध).

### चौकट २२ : स्कॉचचा शोध : व्याख्यांचा इतिहास

साहित्य व तंत्रातील बदल तसेच कच्चा माल पुरवण्यासंदर्भातील भौगोलिक प्रदेशातील बदल यामुळे स्कॉचच्या निकषांमध्ये

कशाप्रकारे बदल केले गेले, यावर स्कॉचचा इतिहास प्रकाश टाकतो. १८व्या शतकात तसेच १९व्या शतकाच्या सुरवातीस, स्कॉचचे पारंपरिक निकष ठरले गेले होते. स्कॉचनिर्मितीसाठी पारंपरिक भट्टी वापरली जात असे तसेच केवळ स्कॉटलंडमधील बार्लेच वापरला जात असे. 'अँक्रा विते' (स्कॉटलंडमधील प्युअर माल्ट व्हिस्की) व 'उस्केबॉग' (आयर्लंडमधील परंपरेशी अधिक जवळचा संबंध असलेली एक स्पाइस्ड श्रेणी) यांच्यामधील फरक दाखवणारे हे वैशिष्ट्य होते. १९व्या शतकाच्या सुरवातीपर्यंत, स्कॉटलंडमधील उत्पादित झालेल्या माल्टेड बार्लेपासून पॉट-स्टीलच्या साह्याने स्कॉच व्हिस्कीची निर्मिती होते हे समीकरण सर्वाना कळून आले होते.

१९०८-०९ मध्ये व्हिस्की रॉयल कमिशनच्या माध्यमातून स्कॉचच्या व्याख्येमध्ये महत्त्वाचे बदल घडले. या कमिशनला विविध वादांवर तोडगे काढावे लागले. यामध्ये कॉफे भट्टीचा स्कॉच निर्मितीसाठी वापर करू दिला जावा का, बार्लेव्यतिरिक्त इतर धान्यांपासून गाळलेला मद्यार्क स्कॉचसाठी वापरण्यास परवानगी द्यावी की नको, आणि महत्त्वाचा मुद्दा म्हणजे बार्लेच्या उत्पादनाचा भूप्रदेश कोणता असावा, अशा मुद्द्यांचा समावेश होता. कमिशनने स्कॉचची सुचवलेली साधी-सोपी व्याख्या अशी : 'व्हिस्की हे कडधान्यांपासून बनवलेले, त्यात माल्टद्वारे शर्करेचे प्रमाण वाढवून बनवलेले मद्य तर स्कॉच व्हिस्की हे वरीलप्रकारेच पण केवळ स्कॉटलंडमध्ये बनवलेले मद्य होय.'

या कायदेशीर व्याख्येमध्ये निर्मिती उपकरण किंवा तंत्र वापरण्यावर काही बंधन ठेवलेले नव्हते. तसेच भट्टीचा प्रकार हा मद्याच्या दर्जावर प्रभाव टाकतो हा मुद्दा कमिशनने खोडून काढला. तसेच केवळ माल्टेड बार्लेचाच वापर करणे असे काही स्पष्टपणे नमूद न करता कमिशनने इतर धान्यांपासूनही मद्यार्क निर्मितीला एकप्रकारे चालना दिली. तसेच पारंपरिक भट्टीमध्ये द्वि-उर्ध्वपातनाचे जी परंपरा होती त्याची गरज असल्याचे काही नमूद केले नाही. तसेच कास्कमध्ये मद्य मुखवण्याविषयीही काही नियम घातला नाही.

स्कॉचविषयी जीआय-निकषांमध्ये सुधारणा करण्याचा तिसरा प्रयत्न हा २०व्या शतकात झस्कॉच व्हिस्की कायदा, १९८८ संमत करून झाला. या कायद्यान्वये, १९९० साली स्कॉच व्हिस्की ऑर्डर संमत करण्यात आली. यामध्ये खालील व्याख्या सुचवण्यात आली :

- स्कॉटलंडमधील डिस्टिलरीमध्ये माल्टेड बार्ले (ज्यासाठी इतर कडधान्य जातींचे पूर्ण दाणेच वापरणे) व पाणी वापरून बनवलेले मद्य

- या मद्याची मद्यार्कक्षमता ही आकारमानानुसार ९४.८ टक्के असेल आणि हे मद्य स्कॉटलंडमध्ये कमाल ७०० लिटर क्षमतेच्या ओक लाकडाच्या पिंपामध्ये किमान ३ वर्षे मुखून पक्क केलेले असेल.

- ज्यामध्ये पाणी व स्पिरिट कॅरामल याव्यतिरिक्त इतर कोणताही घटक नंतर घातला गेलेला नसेल.

या व्याख्येमध्ये समावेशाचे कमी मापदंड वापरल्याचे कळून येते. यामुळे झइतर कडधान्यांचे पूर्ण दाणेच वापरण्यास परवानगी, व स्थानिक बार्ले उत्पादन वापरण्याचे बंधन न ठेवणे तसेच मद्यनिर्मितीसाठी विशिष्ट तंत्रज्ञानाचाच अवलंब करण्याचे बंधन नसणे आणि मद्य मुखवण्यासाठीचा कालावधी हा कमीत कमी म्हणजे ३ वर्षेच ठेवणे, या तरतुदींमुळे स्कॉच व्हिस्कीसाठी सर्वच निर्मिती पद्धती व साहित्य वापरण्यास मुभा देण्यात आली.

फेणी संघटनेने जीआय-निकषांमधील तीन घटकांसंबंधी स्पष्ट निर्णय घेण्यासाठी या क्षेत्रातील विविध स्तरावरील व्यावसायिक व ग्राहक यांच्या मतभावनांचा विचार करणे गरजेचे आहे, असे वाटते. जर का कॉइल वापरून एक्स्ट्रा लोकल /मॉडर्न तंत्राद्वारे फेणीनिर्मिती तंत्रावर तडजोड करण्यात आली तर त्यांचा या निकषांमध्ये समावेश होऊ शकेल. केवळ फेणी निर्मितीसाठी वापरण्यात येणारे घटक : आंबलेला काजू रस व द्वि-उर्ध्वपातनावेळी तोडप व आंबलेला काजू रस यांचाच समावेश केला तसेच दोन पारंपरिक व एक्स्ट्रा लोकल/मॉडर्न पॉटस्टीलचा समावेश तर सिंगल बॅच निर्मिती करणाऱ्या इंडस्ट्रिअल पॉट-स्टीलला वगळले तर याचा लाभ सध्या मोठ्या संख्येतील उत्पादकवर्गाला या क्लबमध्ये सहभागी करून घेता येईल. लावणी डिस्टिलर्सना त्यांचे वेगळेपण दाखवण्यासाठी तसेच त्यांच्या उत्पादनाचे वैशिष्ट्य दाखवण्यासाठी इतर संधी असतीलच.

### फेणीनिर्मिती प्रदेश

सध्याच्या निकषांमध्ये गोव्याच्या राजकीय सीमा याच फेणीच्या पारंपरिक निर्मितीच्या भौगोलिक सीमा म्हणून मानण्यात आल्या आहेत. काही मद्यप्रेमींच्या मते काजूफेणी हे उत्तर गोव्याचे तर नारळफेणी हे दक्षिण गोव्याचे वैशिष्ट्य राहिलेले आहे. अनेक उत्पादक व बॉटलरही याविषयी सहमती दर्शवतात. काळाप्रमाणे या मतांमध्येही बदल होत गेला आहे तसेच काजू लागवडीची आता संपूर्ण गोव्यात व्यापली गेल्याने फेणीनिर्मितीचे क्षेत्रही गोव्यातील इतर भागात विस्तारते आहे (तालिका २). काजू लागवडीचे क्षेत्र विस्तारले असले तरी त्याचप्रमाणात फेणीनिर्मितीची स्थळेही विस्तारावीत असे म्हणणे योग्य ठरणार नाही.

यामुळे जीआयने या फेणीक्षेत्राचा विस्तार आणि सर्वमान्य अशी फेणीनिर्मितीची ठिकाणे यावर एकमत करण्याची संधी दिली आहे.

२००५-०६कालावधीतील फेणीनिर्मितीसाठीच्या परवान्यांसाठीचे प्रमाण पाहिले तर असे लक्षात येते की, काजू ही उत्तर गोव्याचीच मक्तेदारी राहिलेली आहे कारण ७८ टक्के परवाने हे उत्तरेतील आहेत. अजून तालुकावार परवान्यांच्या संख्येकडे बारकाईने पाहिले तर सत्तरी, डिचोली, बार्देश, फोंडा या चार तालुक्यांचा वाटा अधिक आहे (चौकट ४). यामुळे या तालुकावार परवान्यांचे प्रमाण लक्षात घेऊन फेणीनिर्मितीसाठी भौगोलिक सीमा ठरवण्यासाठी एकमत होणे आवश्यक आहे. अशा निर्णयामुळे जीआयची जी भौगोलिक हक्क संरक्षित करण्याची जी संकल्पना आहे ती प्रत्यक्षात उतरवण्यास मदत होईल.

### निर्मितीप्रक्रियेनंतरची प्रक्रिया

दोन्ही प्रकारच्या पुरवठामार्गावर निर्मितीनंतरच्या प्रक्रियांतही वैविध्य व विविध निकष आढळतात. याविषयी यापूर्वी माहिती देण्यात आली आहे. यापैकी झॅजिंगफही क्रिया आता नष्ट होत चालली आहे. बॉटलड पुरवठा मार्ग अजूनही विकसित होत आहे तरी त्याने एजिंग, ब्लेंडिंग व बॉटलिंगमध्ये काही विशेष निकष, मापदंड निर्माण केलेले नाहीत. तर छोटा व थेट पुरवठामार्ग हा, एकाच उत्पादकाभोवती फिरत असतो. स्कॉचच्या 'सिंगल माल्ट' सारखेच हे चित्र आहे. सध्या या फेणी उत्पादन झाल्यानंतरच्या पुढील प्रक्रियांबाबतच्या जीआय-निकषांबाबत काही नियम लागू करण्यात आलेले नाहीत. उत्पादकापासून अंतिम ग्राहकापर्यंत उत्पादन कसे पोचते ही प्रक्रिया खूपच महत्त्वाची आहे म्हणूनच यालाही योग्य निकष लावले गेले पाहिजेत. तसेच हा प्रश्न फेणीच्या दर्जाचा आणि अस्तित्वाचा आहे. तसेच या प्रक्रियांचा फेणी निर्मितीत मोठा सामाजिक संबंधही आहे. टेक्निसांदर्भातील अनुभवांपासून या दोन्ही प्रक्रियांचा किती जवळचा संबंध आहे हे समजते (चौकट २२ : अनकार्किंग टेक्निसा). टेक्निसा मिक्स्टोचे निकष हे मोठ्या प्रमाणात निर्यात करण्यात मुभा देत असल्याने बॉटलिंग व उत्पादनाच्या दर्जावर नियंत्रण राखण्याचे अधिकार उत्पादकाकडे राहिलेला नाही. कारण सान्या बहुराष्ट्रीय कंपनी आता अमेरिकेत वसल्या आहेत. तर स्कॉचसाठी स्थानिक बॉटलिंगविषयी जीआय-निकषांमध्ये काही बंधने नाहीत. पण आता अशी बंधने राखण्याचा विचार केला जात आहे. यामुळे स्कॉचची निर्यातवाढ होण्यास मुभा मिळाली आहे. घाऊक निर्यात, कंटेनरमधून निर्यातीसाठी कमी खर्च, तर निर्यात बाजारपेठेत आयातकर अशा विचित्र स्थितीत बॉटलिंगच्या आयातीवर बंधने येतात. तर दुसरीकडे, स्थानिक बॉटलिंग व

पॅकेजिंग क्षेत्र झपाट्याने वाढण्यास मदत होत आहे. अर्थकारणातील अशा विविध घटकांबरोबरच, स्कॉच व्हिस्कीसमोर चिंता आहे की घाऊक निर्यात माल हा निर्यात बाजारपेठेत कसा वापरला जात आहे. विशेषतः इतर मद्यांमध्ये स्कॉच मिसळण्याच्या प्रकारांची चिंता. बहुतेक ठिकाणी, सिंगल माल्ट स्कॉच व्हिस्की ही बाटलीबंद स्वरूपातच निर्यात केली जाते. हल्लीच बॉटलिंग गरजांबरोबर चर्चा केल्यानंतर झब्लेंडेड माल्ट स्कॉच व्हिस्कीफही नवी श्रेणी बाजारात आली आहे.

तसेच योग्य वेळेला मागण्या कशा अमलात आणल्या जातात हे टेक्निसा व स्कॉचची ही उदाहरणे दाखवतात. मुरलेल्या कालावधीवरून टेक्निसाचे चार ब्रँड बाजारात आहेत : ब्लॅको किंवा जोव्हन (२ महिन्यांपेक्षा कमी एजिंग), रेपॉसॅंडो (किमान २ महिने एजिंग), अनेजो (१ वर्षांपेक्षा कमी एजिंग) व एक्स्ट्रा अनेजो (किमान तीन वर्षे एजिंग). स्कॉचसाठी एजिंगचा हा निकष ओक लाकडाच्या पिंपामध्ये किमान तीन वर्षे स्कॉच मुरावी असा आहे. तर पारंपरिक पद्धतीतील सिंगल माल्टसाठी हा एजिंग कालावधी किमान ८ वर्षांचा असतो. ब्लेंडिंगमध्येही झॅजिंगफसारखा प्रकार आहे. जिथे विविध मद्यप्रकार एकमेकांत योग्य प्रकारे मिसळवित, त्यांचे एकजिनसीकरण व्हावे म्हणून किमान विशिष्ट कालावधीसाठी एकत्र ठेवली जातात. फेणी संघटनेनेही उत्पादन प्रक्रियेनंतरच्या क्रियांनाही जीआय-निकषांच्या माध्यमातून काही नियम लागू केले पाहिजेत.

### भौगोलिक निर्देशक व भविष्यातील लेबल

सद्यःस्थितीतील किंवा काही सुधारणा करून जीआय निकष लागू केल्यावर विविध स्तरांवर विविध प्रकारे त्याचे परिणाम दिसणार आहेत. यापूर्वी उल्लेख केलेल्या दोन पुरवठामार्गांनुसार या परिणामांच्या स्वरूपात फरक नसेल. छोट्या व थेट मार्गावरील प्रतिनिधींना या निकषांचा सुरवातीला कमी लाभ होईल. उत्पादक व ग्राहक यांच्यात थेट व विश्वासाचे संबंध असल्यामुळे कोणत्या तिसऱ्या व्यक्ती वा संस्थेकडून यांना दर्जाप्रमाणपत्राची आवश्यकता भासणार नाही. वेगळ्या अर्थाने सांगायचे तर, लांब व बॉटलड पुरवठामार्गावरील प्रतिनिधींना जीआय म्हणजे आणखी एक नियंत्रणाचा टप्पा असून यामुळे काही घाबरून जाण्याचे कारण नाही असे वाटणार आहे. फेणी संघटनेने ग्राहक, डिस्टिलर व बॉटलर यांच्याशी व्यापक स्वरूपात संबंध जोडले तरच जीआयचे स्वागत होईल.

इतर उत्पादनांचा एक आश्चर्यकारक परिणाम म्हणजे जीआयच्या विशाल छत्राखाली होणारी प्रसारप्रक्रिया होय. उदा. स्कॉचसाठीचे जीआयनिकष हे तसे खुले व कमी आहेत तरी

<b>चौकट २३ : जीआय छत्रीखालील गट</b>	
स्काॅच संदर्भ आधार	मेझकल उत्पादन प्रकार
प्युअर माल्ट व्हिस्की १०० % बार्ले माल्ट व्हिस्की	टाइप १ मेझकल * १०० % अगेव : शंकरायुक्त १०० % अगेवच्या रसापाून निर्मिती
स्काॅच व्हिस्की * बार्ले व इतर कडधान्यांच्या पूर्ण दाण्यांचा वापर करून कायदेशीर व्याख्येनुसार निर्मिती (संदर्भ चौकट २३)	टाइप २ मेझकल * ८० % अगेव शुगर व २० % नॉन-अगेव शुगर मिश्रणाच्या रसापाून निर्मिती
ब्लेंडेड माल्ट्स विविध माल्ट व्हिस्की व ग्रेन व्हिस्कीपासून निर्मिती ; सामान्यतः ८० % कडधान्ये व २० % माल्ट	ब्लेंडेड मेझकल विविध अगेवपासून तसेच विविध डिस्टिलरीमधून बनलेल्या मेझकलचे मिश्रण
सिंगल माल्ट केवळ एकाच डिस्टिलरीतील माल्ट व्हिस्कीचाच समावेश; यामध्येही सिंगल-कास्क माल्ट व असे नावीन्यपूर्ण प्रकार	सिंगल मेझकल एकाच डिस्टिलरीमधून तसेच एकाच बॅचमधून बनलेली मेझकल
स्पेयसाइड सिंगल माल्ट स्पेय नदीजवळील स्ट्रॅथस्पेय या प्रांतामध्ये बनवलेली सिंगल माल्ट स्काॅच व्हिस्की	मेझकल पॅपालोट डि गुरेरो गुरेरो प्रांतात उत्पादित झालेल्या पापालोट अगेवपासून निर्मिती
* देशातील योग्य जीआय कायद्यांनुसार व्याख्यांची निर्मिती संदर्भ : जॉर्ज लार्सन यांनी दिलेली माहिती ; अधिक माहिती मेझकल नियंत्रण समितीकडून ( <a href="http://www.oxaca.gob.mx">www.oxaca.gob.mx</a> ) मिळेल.	

त्यामुळे ब्लेंडच्या माध्यमातून सिंगल माल्टचे अस्तित्व राखणे शक्य झाले आहे. त्याही पुढचे पाऊल म्हणजे निर्मितीचे साल, मुरण्याचा कालावधी, कास्किंगची पद्धत यावरूनही प्रकार पडले गेले आहेत. स्काॅचचा संदर्भ घेत मेझकलच्या जीआय-छत्रीखालीही असे प्रसाराच्या प्रकार बनवणे शक्य आहे (चौकट २४ : जीआय छत्रीखालचे गट). अगेवसी जातीतील माग्ये वनस्पतीचे उर्ध्वपातन करून मेझकल बनवले जाते. माग्येच्या १००हून अधिक जाती आहेत. यातील मेझकलनिर्मितीसाठी प्राधान्य दिलेल्या जाती म्हणजे माग्ये एस्पाडिन, टेपस्टेट, लार्गा (लॉग) आणि माग्ये अझुल. तर ओक्सका प्रांतात माग्येचे मुख्य उत्पादन होते. तसेच झाकाटिकस, सॅन लुइस पोटोसी, गुरेरो वाय दुरांगो या प्रांतातही त्याचे उत्पादन काढले जाते. विविध सरकारी संस्थांच्या सहकार्याने या प्रांतातील उत्पादकांनी मेझकल नियंत्रण समिती स्थापन केली आहे. या समितीच्या माध्यमातून मद्यउत्पादन व प्रसाराचे नियोजन केले जाते. जून १९९७मध्ये एनओएम-०७०-एससीएफआय-१९९४न्वये मेझकलला संरक्षण लाभले. या नियमानुसार मेझकलचे दोन प्रकार ठरवण्यात आले (चौकट २३ : जीआय छत्रीखालील गट) व हे

दोन्ही प्रकार मेक्सिकोतच बाटलीबंद होणे बंधनकारक आहे. तरी स्काॅचप्रमाणेच या दोन प्रकारातील जो फरक आहे, तो पाहणे महत्त्वाचे वाटते.

जीआय छत्रीखाली जीआयमधील निकषांचे पालन करून विविध प्रकारांची निर्मिती यासाठी स्काॅच व मेझकले उदाहरण मार्गदर्शक ठरते. ग्राहकाची चव ही सतत बदलत असते व वेळोवेळी ग्राहक वेगळी चव देणारी उत्पादने मागत असतात हा सामान्य अनुभव उत्पादकाने नेहमीच लक्षात ठेवायला हवा. फेणीमध्येही दोन्ही पुरवठामार्गांवर असे वैविध्य व प्रकार उपलब्ध आहेत.

फेणीची लेबले ही भविष्यात फेणीमधील वैविध्यता व फरक स्पष्ट करण्यासाठी महत्त्वाची ठरणार आहेत. यापूर्वी नारळ फेणीविषयी दिलेली माहितीची उजळणी करताना असे सांगवसे वाटते की पहिला फरक हा काजू व नारळ इथपासून सुरु होणार आहे. स्काॅच व मेझकलप्रमाणे फेणी ही सुद्धा एकाच पदार्थाचा रस आंबवून तयार केली जाते. यामुळे येथे साखर किंवा इतर घटक वापरायला जागाच नाही. तांत्रिक भाषेत बोलायचे तर फेणी ही 'प्युअर माल्ट व्हिस्की' आहे. छोट्या व थेट पुरवठा मार्गावर फेणी ही एकाच मास्टर

डिस्टिलरकडून बनवला जाते यामुळे ती 'सिंगल माल्ट' प्रकारात मोडते. लांब व बॉटलड मार्गावरही उत्पादकानेच बॉटलिंग काम केले असेल तर त्या बॉटलड फेणीलाही डब्लिंगल माल्टफम्हणता येईल. काही बॉटलर असे प्रकार करत असावेत. सामान्यतः लांब व बॉटलड पुरवठामार्गावरील फेणी ही 'ब्लेंडेड माल्ट' प्रकारात मोडेल.

फरक स्पष्ट करण्याचे इतर निकषही आहेतच. एक्स्ट्रा लोकल/मॉडर्न पॉट-स्टील पद्धतीचा समावेश झाला असल्याचे मानले तर पॉट-स्टील प्रकारानुसारही फेणीचे प्रकार पाडणे सोपे होईल. यामुळे मग मद्यप्रेमींना हा ब्रँड लावणी पद्धतीने बनवला आहे असे सांगणे उत्पादकांना, बॉटलरना तसेच विक्रेत्यांना सांगणे सोपे व आनंदाचे वाटेल. याच निकषांनुसार फेणीतील प्रादेशिक फरकही स्पष्ट करणे शक्य आहे. स्पेयसाइडप्रमाणे सत्तरीतही अधिक संख्येने डिस्टिलरी आहेत. यामुळे असे फरक स्पष्ट करणारे लेबल भविष्यात विकसित करणे शक्य आहे.

(१०) अबकारी खात्याची माहिती ही योग्य असली तरी अचूक नाही हे एक उघड गुपित आहे. सर्वेक्षण करताना हे अनुभवास आले

(११) भारतीय अंकपद्धतीतील एक भाग, १ लक्ष म्हणजे १००,०००

(१२) या पाठात नमूद केलेली ही आकडेवारी ही सर्वेक्षणादरम्यान गोळा केलेली आहे. तशी नसल्याचा त्याचा संदर्भही देण्यात आलेला आहे.

## पाठ ५

### मागोवा

विविध संस्था, भारत सरकार, विचारवंत आणि सर्वांत महत्त्वाचे म्हणजे उत्पादकांचे समूह यांच्याकडून भौगोलिक निर्देशक संकल्पनेला जो व्यापक पाठिंबा, लोकप्रियता मिळत आहे ती साहजिकच आहे. उत्पादनाच्या उगमस्थानाची ओळख सांगणाऱ्या इतर चिन्हांप्रमाणेच (उदा. सेंद्रिय, फेअरट्रेड), जीआयचे निकष हे एका विशिष्ट प्रदेशातील उत्पादकांच्या समूहाने पारंपरिक पद्धतीने चालवत आणलेल्या आणि वैशिष्ट्यपूर्ण ढरणारा अशा पद्धतींना एका दर्जाचा, मापदंडाचा आणि संरक्षक नियमांचा आयाम जीआयच्या माध्यमातून मिळत आहे. हे समूह स्वतःच आपल्या समूहाचे नियम बनवतात, पाळतात आणि या समूहांची जी नोंदणीकृत संस्था आहे तीच या नियमांची मालक आहे.





पाठ क्रं. २मध्ये नमूद केल्याप्रमाणे, स्थानिक व पारंपरिक पद्धतींसाठी जीआयचे स्वरूप हे एकरूप होणारे आहे, यामुळे या पारंपरिक पद्धतींना कायद्याच्या चौकटीत बांधता येणे शक्य झाले आहे. अशी चिरकाल टिकणारी कायद्याची चौकट उभारली गेली तरी जे पारंपरिक ज्ञान आहे ते मात्र सर्वांचेच राहिले आहे, त्याच्यावर कोणाची मक्तेदारी सिद्ध होत नाही. या साऱ्या वैशिष्ट्यांमुळे जीआय ही संकल्पना, स्थानिकांचे आर्थिक, व्यावसायिक हक्क संरक्षित करण्याबरोबरच एक विकासाचे धोरण म्हणून राबवले जात आहे याविषयी काही आश्चर्य वाटू नये. मावरी मार्क (चौकट २, पाठ २), पर्मा हॅम (चौकट ८, पाठ २), ग्रॅना पॅडानो चीज (चौकट ९, पाठ २) ही पाठ २मध्ये नमूद केलेली उदाहरणे या जीआय संकल्पनेची व्यापकता दाखवतात. तरी या संकल्पनेत झुजविलेले भविष्य असल्याचे जे उत्साहाने आणि अतिरेकाने सांगितले जाते त्याकडे थोडे सावधानतेने, बारकाईनेच लक्ष दिले गेले पाहिजे. या शेवटच्या पाठात अहवालात आढळलेले निष्कर्ष आणि फेणी-जीआय तसेच भारतातील जीआय यंत्रणेविषयीच्या सूचना नमूद करण्यात आल्या आहेत.

### भौगोलिक निर्देशकांच्या अभ्यासासाठी सैद्धांतिक पद्धती

फेणी-जीआय प्राप्त करण्यासाठी संबंधित घटक व स्रोतांना यशस्वीपणे एकत्रित करणे हे फेणीतील आर्थिक, व्यावसायिक उद्दिष्टे लपल्याचे द्योतक आहे. गोवा सरकार, गोवा उद्योग व व्यापार महासंघ आणि फेणी संघटना यांच्या प्रयत्नांचे बारकाईने अवलोकन केल्यास जीआयमधून एक सामाजिक मतैक्य साधण्यासाठी लागणाऱ्या विविध प्रकारे कराव्या

लागणाऱ्या तयारीची कल्पना येते. इतर उत्पादक समूहांनाही जीआय-प्रमाणपत्रासाठी लागणारी तयारी, सर्वांना एकत्र आणण्यासाठी करावे लागणारे व्याप, यासाठी लागणारे उपयुक्त स्रोत, नियमपूर्तीची प्रक्रिया आदींबाबत तयारी करण्यासाठी फेणीच्या अनुभवाची शिदोरी आणि प्रयत्नांवर टाकलेला मागोवा लाभदायक ठरू शकतो. या संशोधनामध्ये वापरलेल्या सैद्धांतिक धोरणातून जीआय-क्लबनिर्मितीसाठी लागणाऱ्या प्रयत्नांवर प्रकाश टाकण्यात आला आहे :

- 'क्लब' संकल्पना ही जीआयसाठी लागणाऱ्या क्लब-नियम बनवण्यासाठी कराव्या लागणारी तडजोड, एकमत याकडे लक्ष वेधते. तसेच ज्या संस्था, वैयक्तिक व्यावसायिक एकमेकाविरुद्ध व्यावसायिक, आर्थिक स्पर्धा करतात ते सहकार्यांचा गोफ कसा विणतात यावरही प्रकाश टाकते.

- जीआय संकल्पनेचा मूळ गाभा म्हणजे स्थानिक व्यावसायिक प्रक्रिया परंपरांचे, उत्पादनाच्या वैशिष्ट्यांचे संवर्धन होय आणि जीआयमध्ये असलेल्या वैविध्यपूर्ण नैतिक मूल्यांच्या माध्यमातून या भौगोलिक परंपरा, वैशिष्ट्ये यांना संरक्षण पुरवणे होय.

'क्लब' संकल्पना समजून घेताना एक आवाहन आहे की, जेव्हा केव्हा क्लबसदृश परिस्थिती उभी राहते तेव्हा हे जीआय निकष कायद्याचे रूप धारण करतात. कायदेशीरदृष्ट्या क्लबसदस्यांना हे नियम पाळावे लागतात, अमलात आणावे लागतात. उदा. जीआय नोंदणी अहवालादरम्यान नमूद केलेले निकष. तर जे हे नियम पाळण्यात असमर्थ ठरतात त्यांना या क्लबमधून वगळण्यात येते व त्यांना



जीआय-क्लबचे नाव वापरण्यापासून निर्बंध घातले जातात. यासंबंधी पाठ २ मध्ये काही उदाहरणे दिली आहेत. उदा. हॅम उत्पादकांचा समूह आणि ब्रिटनमधील एक रिटेल चेन अॅस्डा यांच्यातील वाद (चौकट ८, पाठ २). एक सक्षम क्लब तयार करण्यास विविध घटकांची जरूरी असते. सदस्य नियम, क्लबच्या नियम अंमलबजावणीबाबत तपासणी यंत्रणा, क्लबच्या भौगोलिक सीमारेषांची निर्मिती अशा घटकांचा यात समावेश असतो. जीआयच्या भाषेत सांगायचे झाले तर पुढे हे घटक उत्पादनाचे निकष, मापदंड बनतात, हक्करक्षणासाठी कायदेशीर नियम बनतात. सैद्धांतिकदृष्ट्या उत्पादनाचे निकष मान्य करणे सोपे असते - कारण हे निकष उत्पादनाच्या पारंपरिक, स्थानिक प्रक्रियापद्धतींवरूनच बनवण्यात आलेले असतात तसेच या निकषांमुळे मिळणाऱ्या संरक्षणाचा लाभ हा सामूहिकरित्या त्या उत्पादकसमूहाला मिळत असतात. असे असले तरी या अहवालामध्ये, जीआय-उत्पादनाचे एक वेगळे वैशिष्ट्य असलेली 'सहकारातून स्पर्धा' अशी विशिष्ट प्रकारची स्पर्धाही जन्म घेत असते याकडेही लक्ष वेधण्यात आले आहे. (चौकट ११, पाठ २). जीआय-उत्पादनाच्या पुरवठा साखळीशी निगडित असलेल्या संस्था, वैयक्तिक व्यावसायिक हे अधिकाधिक आर्थिक लाभ मिळवण्यासाठी स्पर्धाकही असतात. उदा. डिस्टिलर व बॉटलर हे कळसोच्या दरावरून एकमेकाशी स्पर्धा करतात. तसेच बाजारातील वाट्यावरूनही विक्रेत्यांदरम्यान चढाओढ चालते. असे असले तरी त्यांच्यातही परस्परवलंबनाचा धागा जुळलेला असतो, कारण जीआयचे निकष पाळण्यासाठी त्यांना एकमेकाशी सहकार्य करणे भाग पडत असते.

या संशोधनातील दुसरा विचार हा जीआयच्या सांस्कृतिक आयामाशी निगडित आहे. जीआय-उत्पादनाला दीर्घ असा इतिहास असतो, ज्याद्वारे उत्पादन निर्मिती व वापराविषयीचे पारंपरिक निकष हे प्रतिबिंबित होतात. उदा. नैसर्गिकदृष्ट्या झाडावरून पडलेले काजूबोंडच वापरावे हा फेणीसंदर्भात पारंपरिक, सांस्कृतिक निकष आहे. हे निकष उत्पादन कसे बनवले जाते यावर बंधने घालतात. हे निकष सतत तयार होत असतात, आणि नवे तंत्र, नवे उपकरण, नवे यंत्र व नवी बाजारसंधी यांच्यामुळे त्यांच्या बदलही घडून येत असतात. उदा. स्कॉच (चौकट १२, पाठ २). तसेच बदलाच्या काही संधी या त्या उत्पादनाच्या असलेल्या पारंपरिक, सांस्कृतिक आयामांमुळे या मान्य न करण्यासारख्या असतात. जीआय-क्लबच्या निर्मितीत एकमत होण्यामध्ये अशा संधी अडथळा आणत असतात.

संशोधनामधील हे दोन घटक, हे जीआय निर्मितीसाठीच्या महत्त्वाच्या बाबींकडे लक्ष देण्यास मदत करतात तसेच उत्पादनाचे पारंपरिक निकष व नवे कायदे यांना एकत्रितपणे आणण्यात आपल्याला मदत करतात. जीआयसंबंधी आपला असलेला सुरवातीचा उत्साहावरही आपण विचार केला तर हे जीआय नियम आपल्याला

दिलेल्या आश्वासनांची पूर्ती करतात की नाही याचे उत्तर शोधणे सुलभ होते. या पद्धतीची भूमिका बाळगण्याचे समर्थन करत, या अहवालात भारतातील जीआय संकल्पनेविषयी असे संशोधन करण्याची गरजही व्यक्त करण्यात आली आहे. जीआयचा प्रसार आणि त्याला मिळणारे केंद्र व राज्य सरकारांचे तसेच तत्सम संस्थांचे पाठबळ हे चित्र खरोखरच उत्साहवर्धक आहे. भारतात जीआय कायदा अमलात आणल्यानंतर अवघ्या काही वर्षांतच जीआयसाठीच्या अर्जांची संख्या १६२वर पोचली आहे तर यातील ९० अर्जांना प्रमाणपत्र लाभलेले आहे. फेणीच्या अनुभवावरून, या अहवालात जीआयच्या माध्यमातून दिली गेलेली आश्वासने प्रत्यक्षात उतरताहेत की नाहीत हे तपासण्यासाठी जीआय-यंत्रणेचे परीक्षण करण्याची गरज व्यक्त करण्यात आली आहे.

### जीआयसाठी विविध घटकांचे एकत्रीकरण

'फेणीसाठी जीआय निर्मिती' यासंबंधी यापूर्वी दिलेले विवेचन हे गोवा सरकारच्या विशेषतः काही पदाधिकारी व विभागांच्या भक्कम पाठिंब्यावर प्रकाश टाकते. तसेच गोवा उद्योग व व्यापार महासंघासारख्या इतर संस्थांची भूमिकाही याकामी महत्त्वाची राहिलेली आहे. तसेच याटिकाणी सांगितलेला इतिहास हा जीआय नोंदणी कार्यालयानेही निभावलेली भूमिका, गोव्यात केलेली जागृती व फेणीच्या अहवालाची मसुदा बनवण्यासाठी केलेले सहकार्य याकडेही लक्ष वेधतो. नोंदणी प्रक्रिया आणि यशस्वी अर्ज बनवण्यासाठी सारी माहिती जमा करणाऱ्यांच्या प्रयत्नांची प्रशंसा करण्यासाठीही ही सारी माहिती उपयुक्त ठरते. फेणी अर्जासंदर्भातचा हा अनुभव भारतातील इतर उत्पादनांच्या जीआयप्रक्रियांशी साधर्म्य दाखवतो तसेच पुरवठा साखळीतील प्रत्येक व्यावसायिकाला, संस्थांना यासाठी एकत्र आणण्यासाठी कशा प्रकारे प्रयत्न करावे लागतात यावरही प्रकाश टाकतो. जीआयमधील निकषांवर विविध घटकांमध्ये एकमत होण्यासाठी भारत सरकारसारखी त्रयस्थ संस्था महत्त्वाची भूमिका बजावते. तरी फेणी-जीआयचा अभ्यास केल्यावर या घटकांचा समावेश करण्याबाबत दोन मुद्द्यांवर चिंता व्यक्त होते.

एकमत होण्यासाठी, तडजोडीसाठी खूपच कमी जागा आहे. यामुळे जीआय संकल्पनेचा प्रसार करण्यासाठी तिला लोकप्रिय करण्यासाठी सरकारने केलेले व्यापक व सर्वकष प्रयत्न दिसून येतात. फेणीबाबत सांगायचे झाले तर गोवा राज्य सरकारचा पाठिंबा हा खूपच मोठा होता. फेणीच्या जीआय-अर्जप्रक्रियेतील विविध टप्प्यांदरम्यान सरकारने विविध घटकांचा पाठिंबा मिळवून देण्याबाबत, अर्ज प्रक्रिया सुरळीत होईल याबाबत विशेष काळजी घेतली आणि मग यातूनच राज्य सरकारचे विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते फेणी संघटनेबरोबर एक अर्जदार बनले. यातून एक जटिल प्रश्न सामोरा येतो तो म्हणजे फेणीक्षेत्राविषयी

विविध अपेक्षा, संबंध याबाबत सरकारची त्रयस्थ भूमिका राहिली आहे का? जीआयमधील स्वतःच्या अधिकारांचे रक्षण करण्यासाठी भविष्यात सरकार आपल्या भूमिकेत कसा व कोणता बदल करेल?

तशीच चिंता जीआय नोंदणी कार्यालयाच्या सहभागाबाबतही उत्पन्न होते. जीआय नोंदणी कार्यालय तिच्याशी नियमित करण्यात आलेली चर्चा यातून फेणीचा जीआय-अर्ज बनवण्यासाठी मोलाचा लाभ झाला. पण जीआय-अर्जाच्या दर्जाची छाननी करताना हे कार्यालय या सहभागाबाबत किती तडजोड करते? विविध अर्जांचे नमुने तसेच जीआय-निकषांबाबतचा मसुदा यांचा अभ्यास केल्यावर फेणीची पारंपरिक निर्मिती पद्धतीवर प्रश्नचिन्ह निर्माण होते. गोव्यात झालेल्या दोन सल्लागार बैठकांमध्ये फेणीसंदर्भातील अनेक घटकांकडे दुर्लक्ष करण्यात आले. उदा. नारळफेणी, एक्स्ट्रालोकल/ मॉडर्न निर्मिती तंत्राचा मोठ्या प्रमाणात होत असलेला अवलंब, आदी. विविध प्रकारे या सल्लागार पथकाचा अभ्यास हा केवळ फेणीच्या रासायनिक घटकांपुरताच मर्यादित राहिला आणि यामुळे फेणीनिर्मितीचा इतिहास, परंपरा यांच्याकडे तितकेसे लक्ष देण्यात आले नाही. या सर्व अभ्यासावरून, या अहवालात खालील सूचना कराव्याशा वाटतात :

- राज्य सरकारने विविध उत्पादक समूहांना जीआयबाबत सहकार्य करावे व गरजेप्रमाणे निकषांबाबत एकमत होण्याबाबत योग्य जागा व व्यासपीठ उपलब्ध करून द्यावे. त्याचबरोबर त्रयस्थाची भूमिका चोख निभावताना, राज्य सरकारने संबंधित उत्पादनातील विविध पद्धती वापरणाऱ्या उत्पादकांचा समावेश करता येईल याकडेही लक्ष द्यावे. एक अर्जदार म्हणून नव्हे तर केवळ संबंधित घटकांचा अधिकाधिक समावेश या क्लबमध्ये होईल यासाठीच सरकारने आपले स्थान दाखवले पाहिजे.

- जीआय नोंदणी कार्यालयाने जीआय प्रक्रियेबाबत माहिती देणे, अर्जदारांना प्रोत्साहन देणे ही कामे चालू ठेवावीतच. तसेच संबंधित उत्पादनाच्या निकषाचणीसाठी त्या विशिष्ट उत्पादनासंदर्भातील अनुभवी प्रतिनिधींचा समावेश असावा तसेच सल्लागार समूहामध्येही स्थानिक ग्राहक व तज्ज्ञांना स्थान असावे.

- उत्पादनाचा जीआय-अर्ज हा जीआय-जर्नलमध्ये प्रकाशित करण्याबरोबरच तो त्या उत्पादनाशी निगडित असलेल्या स्थानिक प्रदेशातही त्यामध्ये नमूद करण्यात आलेली माहिती सर्वांना मिळावी यासाठी प्रकाशित करण्यात यावा. स्थानिक वर्तमानपत्रांमध्ये स्थानिक भाषांमधून हा अर्ज प्रसिद्ध करणे, तसेच टीव्ही, रेडिओ व इतर माध्यमांद्वारेही या अर्जाची माहिती लोकांपर्यंत पोचवावी.

## फेणी निर्मिती

दैनंदिन जीवनात फेणीने कसा गोफ विणला आहे हे फेणीचे एक वेगळे

वैशिष्ट्य आहे. दुर्दैवाने, या संशोधनामध्ये फेणीसंदर्भातील स्थानिक रूढी, सामाजिक स्थान, वैद्यकीय उपचार पद्धती, पाककला व इतर वापरांबाबत व्यापकदृष्टीने न्याय देता आलेला नाही. तरी फेणी निर्मिती आणि फेणीचा वापर यातील एकत्रित वारसा व परंपरा यावर आमचा स्पष्ट भर राहिलेला आहे. डिस्टिलर व बॉटलर, मास्टर डिस्टिलर व ग्राहक यांच्यातील दीर्घ व जिज्ञाळ्याचे संबंध फेणीच्या सर्वच पुरवठासाखळ्यांमधील प्रत्येक टप्प्यावर प्रतिबिंबित होतात.

फेणीसंदर्भात आणखी एक महत्त्वाचा मुद्दा म्हणजे, उत्पादन व वापरामध्ये असलेला सामाजिक संदर्भ. फेणीनिर्मितीमध्ये एका उत्पादकाने सांगितलेल्या आपल्या बालपणीच्या आठवणींतून (चौकट १३, पाठ ३) तसेच फेणीसेवनाच्या पारंपरिक प्रथा यातून हा सामाजिक संदर्भ निर्देशित होतो.

या अहवालात फेणीची समाजात खोलवर रुजलेल्या मुळांवरही हे संशोधन प्रकाश टाकते. केवळ एकच घटक (काजूबोंड) वापरून उत्पादन करण्याच्या वैशिष्ट्याबरोबरच फेणी उर्ध्वपातनातील साहित्य, तंत्र यातूनही स्थानिक कारागिरांचे कसब दिसून येते. इतर सांस्कृतिक घटकांबरोबरच फेणीवरही इतर तंत्र, साहित्यांचा प्रभाव पडला आहे आणि त्याला समाजमान्यताही मिळाली आहे. या संशोधनात फेणीसंदर्भातील तीन प्रकारच्या भट्ट्यांचा उल्लेख आहे :

- पारंपरिक भट्टी ज्यामध्ये लावणीमध्ये उत्पादन गोळा केले जाते.
- एक्स्ट्रालोकल /मॉडर्न भट्टी ज्यामध्ये सिमेंटच्या पाण्याच्या टाकीत कॉइल बुडवून ठेवली जाते.
- सिंगल बॅच इंडस्ट्रिअल डिस्टिलिंग यंत्रणा

पायाच्या तुडव्याऐवजी मेकॅनिकल क्रशरचा अवलंब असा प्रकारच्या विविध बदलांमधून फेणीक्षेत्रातील वैविध्यता दिसून येते. आणखी एक महत्त्वाचा मुद्दा येथे नोंदवावासा वाटतो तो म्हणजे ग्राउसंदर्भात आहे. आश्चर्य म्हणजे या संशोधनादरम्यान फेणीच्या ग्राउची पातळी ही २१वर असावी यावर विविध घटकांत एकमत असल्याचे आढळून आले पण ही पातळीच जीआयनिकषांमध्ये नाही आहे (आकृती १, पाठ ३) आणि या कृतीतून असा ग्राउ राखणाऱ्या डिस्टिलर व बॉटलरना जीआय-क्लबमधून बाहेरच ठेवण्यात आलेले आहे. पारंपरिक त्रि-उर्ध्वपातनाऐवजी द्वि-उर्ध्वपातन पद्धतीला मिळालेली मान्यता म्हणजे काळानुसार बदलणाऱ्या निकषांचे द्योतक आहे.

## फेणीचे भौगोलिक निर्देशक

फेणी-जीआयचे अवलोकन विविध मुद्द्यांवर प्रकाश टाकते (चौकट

१६, पाठ २). एका बाजूला नैसर्गिकपणे झाडावरून पडलेल्या काजूबोंडांच्या वापराद्वारे पारंपरिक पद्धतीला प्राधान्य दिल्याचे आढळते. तसेच लावणी या पारंपरिक निर्मितीपद्धतीला किती महत्त्वाचे स्थान देण्यात आले आहे हे दिसून येते. तर दुसरीकडे द्वि-उर्ध्वपातन प्रक्रिया पद्धतीला मान्यता देत पारंपरिक निकषांमध्ये कसे बदल होत आहेत याचाही प्रत्यय येतो तर सर्वाधिक वापरात असलेल्या एक्स्ट्रालोकल /मॉडर्न तंत्राला स्थान देण्यात आलेले नसल्याचेही पाहायला मिळते. एकूणच, फेणीचे हे निकष मार्गदर्शक व सखोल असे आहेत तर काही बाबतीत या निकषांनी मूक बाळगल्याचे किंवा अपूर्ण असल्याचे आढळून येते. उदा. दुसऱ्या उर्ध्वपातसाठीचे मिश्रणाचे प्रमाण (१३० लिटर तोडप ११० लिटर आंबलेला काजूरस) आणि फेणीचा ग्राउ हा १९ ते २० या पातळीत असावा. तसेच काजूचा पुरवठ्याचा भौगोलिक प्रदेशाबाबत किंवा काजूबोंडाची फोडणी कशी व्हावी यावरही काही निकष घालण्यात आलेले नाहीत. यापूर्वी चर्चा केल्याप्रमाणे, या निकषांसंदर्भातील दोन महत्त्वाच्या मुद्द्यांवर पुनर्विचार करण्याची आवश्यकता आहे : नारळफेणी व उत्पादन निर्मितीनंतरच्या प्रक्रिया.

फेणी-जीआयमधील हे निकष लक्षात घेत, फेणी संघटनेने उत्पादक व ग्राहक या दोन महत्त्वाच्या घटकांमध्ये फेणीच्या निकषांवर एकमत करण्याबाबत या संदर्भातील लोकांमध्ये संवाद साधावयाला हवा.

### भौगोलिक निदेशकाद्वारे फेणीचे संरक्षण

स्थानिक उत्पादकांना त्याचे पारंपरिक स्रोत, पारंपरिक साधने व प्रक्रियांचा अवलंब करून उत्पादननिर्मितीस संरक्षण व स्थानिक विकास ही जीआय देत असलेली आश्वासने चिंतादायक आहेत. यासंदर्भात या संशोधनात खालील निरीक्षणे नोंदवण्यात आली आहेत :

पहिले म्हणजे, काजूपुरवठ्यासाठी कोणतीही भौगोलिक सीमारेषा न ठरवणे म्हणजे परराज्यातून गोव्यात काजूमाल आणला जातो हे 'उघड गुपित' मान्य करण्यासारखेच आहे. असे असले तरी, उत्पादक व बॉटलरना या दर्जातील फरकाबाबत ज्ञान आहे. काजूबोंडांचे त्वरित होणारे किण्वन लक्षात घेता, अशी सीमारेषा ठरवून गोव्याबाहेरील काजूमाल वापरण्यावर निर्बंध घालण्याचा विचार करावयास हवा.

दुसरे म्हणजे, गोव्यात काजूलागवडीखालील क्षेत्राचा विस्तार (तालिका २, पाठ ४). काजू लागवडीचा विविध भागांत झालेल्या विस्ताराप्रमाणेच फेणीनिर्मिती स्थानाचीही त्या प्रमाणात संख्या वाढावी असे काही जरूरी नाही. यामुळे जीआयच्या माध्यमातून, फेणीचा इतिहास पुन्हा तपासून गोव्यातील नेमके कोणते तालुके फेणीउत्पादनास उपयुक्त आहेत यावर विचार करण्याची संधी आहे.

याविषयी एकमत होण्यासाठी ग्राहक व लोकसहभाग महत्त्वाचा आहे.

तिसरे म्हणजे, जीआय-निकषांमध्ये लावणीचा स्पष्ट उल्लेख आहे. पारंपरिक भट्टीचा स्थानिक साहित्य व कारागिरांच्या अर्थकारणात असलेले स्थान लक्षात घेता येे निकषाचा परिणाम मोठा होणार आहे.

चौथे म्हणजे, उत्पादन निर्मितीनंतरच्या प्रक्रियांवर काही निकष बनवणे आवश्यक असल्याचे वाटते. पारंपरिक झॅजिंगफ सारख्या परंपरा खूपच महत्त्वाच्या आहेत, यातून नवी संधी (अधिक दर) मिळू शकते पण नवा खर्चही (साठवणूक सुविधा) वाढवू शकते. बॉटलिंगसंदर्भात काही निकष हवेच आहेत. फेणी क्षेत्रावर स्थानिक नियंत्रण राखणे व फेणीचे स्थानिक प्रदेशांशी घट्ट संबंध राखणे यासाठी असे निकष आवश्यक असतात. 'एजिंग' व बॉटलिंगचे निकष यातून गोव्यातील उद्योगालाही लाभ होऊ शकतो.

### नारळ फेणी (ताडी)

नारळफेणीनिर्मितीचा दीर्घ इतिहास पाहता, जीआयमध्ये याविषयी उल्लेख नसणे यामुळे गोंधळ निर्माण होतो. नारळफेणीबाबत अनेक पुरावे, मौखिक परंपरा आहेत ज्याद्वारे काजूफेणीपेक्षा नारळफेणीचे महत्त्व सिद्ध होते (चौकट १७, पाठ ३). 'फेणी' जीआय काजूला मान्य झाला असला तरी, कायदेशीरदृष्ट्या, नारळफेणी हा शब्दप्रयोग वापरण्यास कोणीही अडवू शकणार नाही. यामुळे खालील सूचना नोंदवाव्याशा वाटतात : काजूबरोबर नारळाचाही या निकषांमध्ये समावेश करावा व दोन्ही गटांना 'फेणी' दर्जाचा लाभ घेऊ द्यावा. नारळताडी की काजूबोंड यापासून उत्पादन बनवले आहे ते बाटलीच्या लेबलवर प्रसिद्ध केले की ग्राहकालाही त्याचा लाभ होईल.

### भौगोलिक निर्देशक आणि फेणीचे पुरवठा मार्ग

या संशोधनात दोन प्रमुख मार्ग निवडण्यात आले आहेत : 'छोटा व थेट' आणि 'लांब व बॉटलड'.

छोटा व थेट मार्ग हा मास्टर डिस्टिलरच्या सामाजिक मान, त्याची ओळख तसेच ग्राहकांचे ज्ञान यावरून ओळखता येतो. (आकृती ३, पाठ ४). या दोन्ही पुरवठा मार्गांमध्ये वैविध्य असले तरी काही बाबी दोन्हीमध्ये आढळतात. लांब व बॉटलड मार्गांमध्ये उत्पादक व अंतिम ग्राहक यांच्यामध्ये अनेक मध्यस्थ असतात व यामुळे उत्पादकाची ओळख ही महत्त्वाची ठरत नाही (आकृती ४, पाठ ४). येथे हे ध्यानात घ्यावे लागेल की या मार्गांमधील फरक हा दर्जा वा फेणीच्या दरामध्ये नाही तर दोन्ही मार्गांनी स्वतःचे असे दर्जा व दरस्तर विकसित केलेले आहेत.

फेणी-जीआयचा हा पहिलाच टप्पा असल्याने भविष्यात याचे नेमके काय परिणाम होतील याविषयी आत्ताच भाष्य करणे उचित

टरणार नाही.

विशेष म्हणजे, सर्वेक्षणादरम्यान केवळ २ % फेणी उत्पादकांना या जीआय प्रमाणपत्राबाबत माहिती होती. छोट्या व थेट पुरवठामार्गात संवाद कमीप्रमाणात होत असल्याचा हा परिणाम आहे. कारण उत्पादक व ग्राहक यांच्यात तिसरा मध्यस्थ क्रचितच आढळतो. खुल्या स्वरूपात फेणीचा वापर हा खोलवर रुजला असल्याने तो चालूच राहण्याची शक्यता आहे आणि अशा ग्राहकांसाठी जीआय प्रमाणपत्राची काही गरज भासणार नाही. पण काही पुरवठा मार्गावर मात्र जीआयद्वारे व्यवसाय विस्ताराच्या मोठ्या संधी मिळू शकतात. विशेषतः ज्या उत्पादकांनी स्वतःची बॉटलिंग यंत्रणा व मद्यालये उभारली आहेत त्यांच्यासाठी ब्रँड विकसित करण्यासाठी मोठा लाभ मिळू शकतो. या दोन्ही घटकांनी फेणीचा दर्जा आणि तिचे वैशिष्ट्ये यांचे संवर्धन करण्याप्रती उत्सुकता दाखवली आहे. जीआयच्या वापरामुळे जीआय-छत्राखाली विविध प्रकार निर्मितीसाठी धोरण राबवण्याची संधीही यामुळे मिळू शकते (चौकट २३, पाठ ४). 'लांब व बॉटल्ड' पुरवठा मार्गावर जीआयचा परिणाम त्वरित दिसणार आहे आणि याच पुरवठा मार्गाला मोठा लाभ होणार आहे. फेणी संघटनेचे महत्त्व लक्षात येईल तसतसे अधिक बॉटलर्स या संघटनेत समाविष्ट होण्यास तयार होतील. याद्वारे त्यांना त्यांचे उत्पादन हे अप्रमाणित फेणीपेक्षा वेगळे असल्याचे ग्राहकाला पटवणे सोपे व सुलभ होईल. काही निकषांबाबतचे वाद कसे सोडवले जातात यावर फेणीच्या भविष्यातील लेबल संस्कृतीचा पाया रचला जाणार आहे. उदा. एक्स्ट्रालोकल /मॉडर्न कॉइल पद्धतीला मान्यता दिली तर लावणी पद्धती वापरणाऱ्या उत्पादक, बॉटलरना आपले उत्पादन त्यापेक्षा वेगळे आहे हे लेबलवरून दाखवता येईल. स्कॉच व मेझकलप्रमाणेच जीआयच्या माध्यमातून फेणीचे ब्रँडवैविध्य साधता येईल.

फेणी संघटनेबाबत विशेष जागृती व शिक्षण मोहीम राबवण्याची गरज आहे. आज पर्यटकांमध्ये ज्याप्रकारे फेणी सादर केली जाते ते दुर्दैव आहे (चौकट १९, पाठ ४). आजच्या परिस्थितीत पर्यटक हे फेणी प्रसारात दूत बनू शकत नाहीत किंवा त्यांच्यावर विसंबूनही राहता येणार नाही. कारण, फेणीची अधिक निर्यात ही अनिवासी गोमंतकीयवर्गच वापरतो. तर फेणीच्या परंपरेविषयी, तिच्या सेवन चालीरीतींविषयी अधिक प्रमाणात पर्यटकांमध्ये जागृती केली तर फेणीप्रसारासाठी त्याचा चांगला लाभ होईल असे वाटते. फेणीची ओळख सुधारण्यासाठी फेणी संघटनेने विशेष उपक्रम राबवण्याची गरज आहे. स्थानिक ग्राहकांच्या सहकार्यातून ती असे करू शकते. जीआयमधील तरतुदी या भविष्यात मोठी संधी निर्माण करू शकतात. पण या संधी केवळ श्रीमंत अशी स्थानिक उत्पादन परंपरा, त्यातील वैविध्य यांच्या पायावरच उभ्या राहू शकतात.

# परिशिष्ट

---

## परिशिष्ट १ : भौगोलिक स्वामित्व निर्देशकास कायद्याचे संरक्षण

### भौगोलिक स्वामित्व निर्देशकाचे संरक्षण करण्यासाठी कायद्यातील बाबी

ट्रीप्स करारामध्ये जीआयचे संरक्षण करण्याबाबतही स्पष्ट अशी बंधने घालून देण्यात आली आहेत. जीआयमधील आपले हक्क संरक्षित करण्यासाठी सदस्य देशांनी इच्छुकांना जीआयमधील असलेल्या कायदेशीर बाबींचे सोपस्कार करण्याचे बंधनकारक केले आहे. अशा कायदेशीर तरतुदींची गैरहजेरी ही सदस्य देशांमध्ये असलेल्या विविध प्रकारच्या तरतुदींचेच प्रतिबिंब आहे. सामान्यतः तीन प्रकारचे कायदेशीर संरक्षण उपलब्ध असते : व्यापार चालिरितीमधील कायदे, ट्रेडमार्क कायदा व विशेष संरक्षण नियम.

**व्यापार चालिरितीमधील कायदे :** या प्रकारामध्ये जीआयसाठी थेट किंवा अनुकूल अशा संरक्षण तरतुदी नसतात. त्याऐवजी, जीआयचा समावेश असलेल्या काही व्यापारी पद्धतींचा अवलंब करण्यास मनाई घालणाऱ्या, उदा. ग्राहकाला फसवणाऱ्या, गैरमार्गाने स्पर्धा करणाऱ्या पद्धती तरतुदींद्वारे अप्रत्यक्ष संरक्षण दिले जाते. माल, सेवा यांचे चुकीच्या पद्धतीने सादर करणे किंवा चुकीची जाहिरात करणे यांचा यात समावेश होतो. समान कायदे असणाऱ्या देशांमध्ये, जीआयसाठी अप्रत्यक्ष संरक्षण देताना, जिथे स्पर्धाकाच्या चिन्हाची नक्कल करून गोंधळ निर्माण होण्याची स्थिती असते, ग्राहक आणि उत्पादक यांच्यातील विश्वासाला बाधा येण्याची भीती असते तिथे 'पासिंग ऑफ' द्वारे पळवाट शोधली जाते. या पारंपरिक पद्धतीविषयी मतभेद असतानाही मुद्दा येतो की एकजण इतरांच्या विश्वासाचा गैरवापर करून काम करत असतो आणि याद्वारे ग्राहक (ज्याची फसवणूक होते) व उत्पादक (ज्याच्या विश्वासाला तडा जातो) यांच्यावर वाईट परिणाम होतो.

**ट्रेडमार्क कायदा :** उत्पादनासंबंधीची विशिष्ट खुणा, चिन्हे यांचे संरक्षण करणे हे या कायद्याचे मुख्य उद्दिष्ट असते. सामान्यतः यासाठी भौगोलिक परिभाषेची नोंदणी (उदा. मेड इन इंडिया) करणे शक्य नसते. जेव्हा ते उत्पादन विशिष्ट प्रदेशात बनवले जात नसेल तर ट्रेडमार्ककवर भौगोलिक परिभाषेचा वापर हा फसवा ठरतो. सामान्यतः ट्रेडमार्क हा एक वैयक्तिक विशेषाधिकार असल्याने कायद्यातील अनेक तरतुदी भौगोलिक परिभाषांचा वापर हा सार्वजनिक हेतूसाठीच करण्याचे सांगतात. असे असले तरी, असे अनेक ट्रेडमार्क पाहायला मिळतात जिथे भौगोलिक परिभाषांचा वापर केलेला असतो. उदा.

केवळ आकर्षण उत्पन्न करण्यासाठी (उदा. मॉटब्लॅक) किंवा एखाद्या संस्थेशी निगडित असलेली भौगोलिक परिभाषा ही दुय्यम असते (उदा. ऑक्सफर्ड युनिवर्सिटी प्रेस). काही देशांमध्ये जीआयच्या संरक्षणासाठी काही खास ट्रेडमार्कची यंत्रणा उपलब्ध आहेत. यासाठी काही सामूहिक चिन्हे, हमीचिन्हे व प्रमाणिकरण चिन्हे वापरली जातात.

**खास संरक्षणाचा प्रकार :** या प्रकारामध्ये जीआयच्या संरक्षणासाठी खास कायदा केलेला असतो. उदा. भारतातील जीआय कायदा. भारतासह अनेक ठिकाणी जीआय नोंदणी यंत्रणा विकसित करण्यात आली आहे. अशा संरक्षण यंत्रणेत जीआयसाठी कसे संरक्षण देण्यात यावे याविषयी कायद्यात तरतुदी आहेत. यामुळे खास संरक्षण मिळालेल्या भौगोलिक बाबींपासून सामान्यतः वापरल्या जाणाऱ्या बाबींना वेगळे करण्यात येते. भारतातील जीआय कायद्यातील सल्लागार गट बैठकांप्रमाणेच नोंदणी यंत्रणेतील बहुतेक कायदांमध्ये अर्जाची उपलब्धतेसाठी तरतूद असते. या अर्जांमध्ये संरक्षण मागणाऱ्या निर्देशकाविषयी सर्वकष माहिती उपलब्ध असते. तो ज्ञानिर्देशकविशिष्ट परिभाषेत मांडणारी, त्याच्यातील विशिष्ट गुणधर्म स्पष्ट करणारी आणि या गुणधर्माचा प्रादेशिक सीमारेषांच्या चौकटीशी असलेला संबंध स्पष्ट करणारी अशी माहिती असते.

असे विविध कायदेशीर संरक्षणाचे प्रकार असूनही, उत्पादक समूहाच्या दृष्टिकोनातून काही विशिष्ट असे समान घटक असतातच. यामुळे उत्पादक गटाला आपल्या उत्पादनास जीआयद्वारे संरक्षण मिळवून देण्यासाठी कायद्यातील सर्व बाजूंचा विचार करणे आवश्यक ठरते. यामुळे काही गट वरील तिन्ही संरक्षण प्रकारांचा वापर करण्याची शक्यता असते. उदा. दार्जिलिंग चहाचे उदाहरण घेऊया. भारतात जीआय कायदा निर्माण होण्यापूर्वीच दार्जिलिंगचे बोधचिन्ह १९८३ साली बनवण्यात आले होते (छायाचित्र ३, पाठ १) आणि त्याची ट्रेडमार्क किंवा प्रमाणित ट्रेडमार्क म्हणून विविध देशांमध्ये नोंदणी करण्यात आली होती (उदा. अमेरिका, ब्रिटन, कॅनडा, जपान, इजिप्त व अनेक युरोपीय देश). भारतात स्थानिक जीआय म्हणून प्रथम ऑक्टोबर २००४मध्ये दार्जिलिंग चहाची नोंदणी करण्यात आली. व त्यानुसार संरक्षण हक्क मिळवण्यासाठी इतर देशांनाही या तरतुदींची तसेच 'पासिंग ऑफ'ची माहिती देण्यात आली.

या अहवालात बासमती आणि राइसटेकचा ट्रेडमार्क (चौकट २, पाठ १) याविषयी आपण केलेल्या चर्चेतून कायद्याचे स्वरूप स्पष्ट होते. बासमतीची जरी जीआयद्वारे नोंदणी झालेली नसली तरी, ज्ञव्यापारातील पद्धतींविषयीचे कायदेफया मुद्द्यावरून भारत सरकार या कंपनीला आव्हान देऊ शकले. आणि ब्रिटनमध्ये राइसटेकला आपला ट्रेडमार्क संरक्षित करता आला नाही व पुढे तो रद्द करावा लागला. त्याचप्रमाणे, जेव्हा स्काॅच व्हिस्की संघटनेने डायर मिकिन ब्रुवरीजला दिलेला हायलॅंड चीफ ट्रेडमार्कविरुद्ध आव्हान दिले (पाठ २) तेव्हा सुद्धा ग्राहकाची फसवणूक होतेय व उत्पादकाच्या विश्वासाला

तडा जातोय या भारतीय कायद्यात असलेल्या तरतुदीनुसारच तिथेही लढा देण्यात आला.

## परिशिष्ट २ : भारतात भौगोलिक निर्देशकासाठी अर्ज करताना

### वारंवार विचारले जाणारे प्रश्न

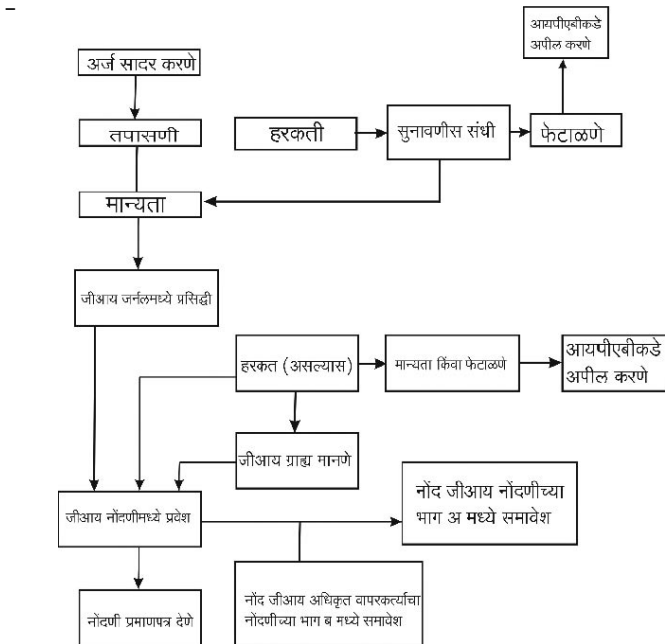
विविध प्रश्नांच्या माध्यमातून, भारतातील जीआय कायद्यातील वैशिष्ट्ये, तरतुदी याविषयी खाली विवेचन करण्यात आले आहे.

#### भौगोलिक निर्देशकाच्या नोंदणीसाठी कोण अर्ज करू शकतो?

- व्यक्तीची, उत्पादकांची कोणतीही संस्था, किंवा कायद्यान्वये स्थापन झालेली संस्था किंवा यंत्रणा अर्ज करू शकते;
- जीआय-अर्ज यशस्वीपणे नोंद झाला की अर्जदार हा त्या जीआयचा नोंदणीकृत मालक ठरतो.

#### कायदेशीरदृष्ट्या कोण जीआयचा लाभ घेऊ शकतो?

- उत्पादन बनवणारे उत्पादक हे त्या उत्पादनाच्या जीआयचा अधिकृतरीत्या वापर करण्यासाठी त्या जीआय संघटनेकडे नोंदणी करू शकतात.



अधिकृत वापरकर्त्यांस उत्पादकासाठी नोंद झालेल्या भौगोलिक निर्देशकाचा लाभ घेण्यास खास अधिकार मिळतात तसेच कोणी जीआय निकषांचे उल्लंघन केले असल्यास तो कायद्याची मदतही घेऊ शकतो.

#### भौगोलिक निर्देशकासाठी नोंदणी बंधनकारक आहे का आणि त्याचा अर्जदाराला कसा लाभ होतो?

- नाही. नोंदणी ही बंधनकारक नाही, पण,
- तशी नोंदणी असल्यास कोणी स्पर्धकाने आपल्या उत्पादनाची नक्कल केल्यास किंवा जीआय निकषांचे उल्लंघन केल्यास कायद्याचे संरक्षण अर्जदारास मिळते.
- केवळ जीआयचा नोंदणीकृत मालक व अधिकृत वापरकर्ते हेच जीआयचे उल्लंघन करणाऱ्यांविरुद्ध कायदेशीर कारवाई सुरु करू शकतात.

#### जीआयचे संरक्षण किती काळ लाभते व त्याचे नूतनीकरण करावे लागते का?

- सुरवातीला १० वर्षे काळासाठी संरक्षण लाभते.
- होय, वेळोवेळी दर १० वर्षांनी जीआयचे नूतनीकरण करता येते.
- जर का जीआयचे नूतनीकरण केले नाही तर त्या उत्पादनासाठीचा जीआय कायदा जीआय नोंदणीवहीतून हटवला जातो.

#### एखाद्या नोंदणीकृत जीआयचे कधी उल्लंघन झाले आहे असे समजले जाते?

- कोणी अनधिकृत उत्पादक हे जीआय निकष आपल्या उत्पादनासाठी वापरतो किंवा त्याचे उत्पादन हे जीआय निर्देशित भौगोलिक प्रदेशात बनले आहे असे खोटेच सांगतो तेव्हा ती ग्राहकाची फसवणूक ठरते अशावेळी त्या अनधिकृत उत्पादकाने जीआयचे उल्लंघन केले आहे असे समजले जाते.

- जीआयचा वापर हा अयोग्य स्पर्धेच्या दृष्टीतून (उदा. जीआय उत्पादन नष्ट करण्याचा प्रयत्न करणे) केला जातो.

#### नोंदणीकृत भौगोलिक निर्देशकाचे हस्तांतरण करता येते का?

- नाही, जीआय निकष हे त्या विशिष्ट भौगोलिक क्षेत्राशी बांधलेले असतात.
- टेकेदारी, हस्तांतरण, परवाना, बंधन, तारण किंवा अशा कुठल्याही कारारासाठी जीआय वापरता येत नाही. जेव्हा अधिकृत वापरकर्त्यांचे

निधन होते तेव्हा कायदानुसार जीआयचे लाभ त्याच्या वारसाला मिळतात.

### अधिकृत भौगोलिक निर्देशक किंवा नोंदणीकृत अधिकृत वापरकर्ता याला नोंदणीतून हटवता येता का?

- होय. तक्रार निवारण समिती किंवा भौगोलिक निर्देशक निबंधक यांना अधिकृत वापरकर्त्यास नोंदणीतून हटवण्याचे अधिकार असतात.

### अधिकृत भौगोलिक निर्देशकामध्ये सुधारणा, बदल करता येतात का?

- होय. जीआयमधील निकषात सुधारणा करण्यासाठी किंवा तो रद्द करण्याची तरतूद आहे.

- उत्पादनाचे निकष बदलण्यासाठीही तरतूद आहे.

## भौगोलिक निर्देशकासाठी अर्ज करताना

जीआय-अर्जामध्ये उत्पादन प्रक्रियेसंबंधी विविध नियम, निकष, मापदंड यांचा समावेश असणे गरजेचे असते. जीआय कायद्यातील नियम ३२(१)नुसार खालील घटकांचा अर्जामध्ये समावेश असावा :

- नियोजित निकष हा उत्पादनाचे भौगोलिक स्थान दाखवण्यास कसा लाभदायक ठरतो?
- उत्पादनाची श्रेणी, दर्जा;
- भौगोलिक प्रदेश;
- त्याच्या स्वरूपाची वैशिष्ट्ये;
- उत्पादकाची माहिती;
- अर्जदार कोणते अधिकार घेऊ इच्छितो त्याचे करारपत्र (अॅफिडेवित);
- भौगोलिक ओळख दाखवण्यासाठीचे निकष, वैशिष्ट्ये;
- उत्पादनाच्या वैशिष्ट्यांची माहिती;
- नियोजित सीमारेषांबद्दल लेखी चतुःसीमा;
- जीआयमध्ये असणाऱ्या नियमांनुसार विकासाची वैशिष्ट्ये.
- भौगोलिक प्रदेशाचा प्रमाणित नकाशांच्या प्रती
- विशेष मनुष्यबळ (वापरले जात असेल तर);
- उत्पादकांची संख्या; आणि

- जीआयचे नियंत्रण राखण्यासाठी निकष, दर्जा तपासणी यंत्रणेची माहिती.

खाली दिलेला आराखडा हा ही सारी प्रक्रिया स्पष्ट करतो. अर्ज सादर केल्यानंतर त्या अर्जाला विशिष्ट क्रमांक मिळतो. त्यानंतर जीआय कायद्यातील तरतुदी व नियमांचे हा अर्ज पालन करतो की नाही याची तपासणी केली जाते. यासाठी निबंधक त्या उत्पादनाच्या क्षेत्रातील तज्ज्ञ प्रतिनिधींचा एक सल्लागार गट बनवतो व त्या गटाला ही तपासणीची जबाबदारी सोपवतो. या गटाचा तपासणी अहवाल सादर झाल्यानंतर अर्ज ग्राह्य ठरतो. या अर्जाविरुद्ध कोणी हरकत घेतली नाही तर तो मान्य केला जातो व मान्य झालेल्या अर्जाची प्रसिद्धी जीआय जर्नलमध्ये केली जाते. त्या अर्जाविरुद्ध हरकती, विरोध, आक्षेप नोंदवण्यासाठी चार महिन्यांचा कालावधी असतो. सर्व हरकती (आल्या असल्यास) फेटाळल्या गेल्या तर हा अर्ज नोंदणी प्रक्रियेतील भाग 'अ'नुसार नोंदणीसाठी किंवा केंद्र सरकारकडे पाठवला जातो. भौगोलिक निर्देशकाची नोंदणी झाल्यावर, त्या भौगोलिक क्षेत्रात कार्यरत असणारा, त्या उत्पादनाच्या क्षेत्रात असणारा कोणीही उत्पादक हा त्या उत्पादनाच्या जीआय वापरासाठी अधिकृत मालक (भाग 'ब'नुसार) अर्ज करू शकतो. उत्पादकाच्या नोंदणीची प्रक्रिया हीसुद्धा भौगोलिक निर्देशक अर्जप्रक्रिये सारखीच असते.

जीआय अर्ज खालील पत्त्यावर सादर करावयाचा असतो

भौगोलिक निर्देशक नोंदणी कार्यालय

बौद्धिक संपदा कार्यालय इमारत

इंडस्ट्रिअल इस्टेट, जी.एस.टी मार्ग

गुंडी, चेन्नई - ६०००३२

दूर. क्र. : ०४४-२२५०२०९१-९३ व ९८

फॅक्स : ०४४ - २२५०२०९०

इमेल : gir-ipo@nic.in

वेबसाइट : www.ipindia.gov.in

----

(१) औद्योगिक धोरण आणि प्रसार विभाग, वाणिज्य व उद्योग खाते, भारत सरकारने दिलेल्या माहितीनुसार, [http://ipindia.nic.in/ipr/gi/gi\\_faqs.htm](http://ipindia.nic.in/ipr/gi/gi_faqs.htm).

## परिशिष्ट ३ : अधिक वाचनासाठी संदर्भ

हा अहवाल अतिशय कमी साहित्यांचा संदर्भ देत मांडण्यात आला



आहे. तरी, पाठ २मध्ये, जीआयविषयीच्या अभ्यासासाठी सैद्धांतिक दृष्टिकोन बाळगण्यात आला आहे, त्याविषयीचे संदर्भ येथे देण्यात आले आहेत. तसेच, इतर अर्काविषयी मांडलेले विविध मुद्दे, ऐतिहासिक संदर्भ हे सारे सखोल संशोधनातून मांडण्यात आलेले आहेत. म्हणून या संबंधी अधिक वाचनास मदत व्हावी या हेतूने यापैकी काही साहित्यसंदर्भ येथे देण्यात आले आहेत.

## क्लब संकल्पना

जीआयविषयक अभ्यास करताना बाळगलेल्या दृष्टिकोनांमध्ये एक म्हणजे क्लबची संकल्पना. राज्यशास्त्र आणि सार्वजनिक वित्तव्यवस्थाविषयीच्या साहित्यातून हा उगम पावला आहे जेव्हा १९६०मध्ये खासगी माल व सार्वजनिक माल अशा प्रकारची वैशिष्ट्ये असलेल्या बाजारातील मालाची गरज अभ्यास केला गेला.

बर्गल्स, ई. (१९७६). 'ऑन दि थिअरी ऑफ क्लबज' दि अमेरिकन इकॉनॉमिक रिव्ह्यू ६६ (२) : ११६-१२१.

बुकानन, जे.एम. (१९६५). 'अॅन इकॉनॉमिक थिअरी ऑफ क्लबज.' इकॉनॉमिका ३२ (१२५ : १-१४).

कॉर्न्स, आर. व टी. सँडलर (१९९६). दि थिअरी ऑफ एक्स्टर्नलिटीज, पब्लिक गुड्स, अँड क्लब गुड्स. केंब्रिज, केंब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस.

सॅम्युल्सन, पी.ए. (१९५४). 'दि प्युअर थिअरी ऑफ पब्लिक एक्स्पेंडिचर.' रिव्ह्यू ऑफ इकॉनॉमिक्स अँड स्टॅटिस्टिक्स : ३८७-३८९

सँडलर, टी. व जे. व्शिरहार्ट (१९९७). 'क्लब थिअरी : थर्टी इयर्स लेटर.' पब्लिक चॉईस ९२ (३-४) : ३३५-३५५.

स्टर्नबेन्झ, एफ.पी. व टी. सँडलर (१९९२). 'शेअरिंग अमंग क्लबज : अ क्लब ऑफ क्लबज थिअरी.' ऑक्सफर्ड इकॉनॉमिक पेपर्स ४४(१) : १-१९.

क्लब संकल्पना विकसित झाल्यापासूनच तिचा वापर हा सामूहिक संस्था, सामाजिक यंत्रणा व बहुस्तरीय संस्था यांची निर्मिती करण्यासाठी होतो का याची तपासणी करण्यात आली. याविषयी अधिक माहिती खालील संदर्भसाहित्यात आढळते :

कॉंग्लेटन, आर.डी. (२००४). 'म्युच्युअल अँडव्हांटेजेस ऑफ कोर्शन अँड एक्झिट विदिन प्रायव्हेट क्लबज अँड ट्रीटी ऑर्गनायझेशन्स: टुवर्ड्स अ लॉजिक ऑफ व्हॉलन्टरी असोसिएशन.' रिव्हिजिता डि पॉलिटिका इकॉनॉमिका ९४(७-८) : ४९-७८.

लॉरेन्स, आर.झेड. (२००६). 'रुलमेकिंग अमिड्स्ट ग्रींग डायव्हर्सिटी : ए क्लब-ऑफ-क्लबज अॅप्रोच टु डब्ल्यूटीओ रिफॉर्म अँड न्यू इश्यू सिलेक्शन.' जर्नल ऑफ इंटरनॅशनल इकॉनॉमिक लॉ ९(४) : ८२३-८३५.

प्रकाश, ए. व एम. पोटोस्की (२००७). 'क्लेक्टिव्ह अॅक्शन थ्रू व्हॉलन्टरी इन्व्हार्मेटल प्रोग्रॅम्स : ए क्लब थिअरी पर्सपेक्टिव्ह.' पॉलिसी स्टडीज जर्नल ३५(४) : ७७३-७९२.

कोस्टेलो, एम.जे. (१९९६). 'इम्प्युअर पब्लिक गुड्स, रिलेटिव्ह गेन्स, अँड इंटरनॅशनल कोऑपरेशन.' पॉलिसी स्टडीज जर्नल २४(४) : ५७८-५९४.

क्लबसंकल्पनेविषयी सखोल अभ्यास करण्यासाठी तसेच या अंगाने सामाजिक, सहकारी क्षेत्रातील विविध मुद्द्यांवर लक्ष वेधण्यासाठीची माहिती खालील साहित्यात आढळते :

ऑस्ट्रॉम, ई. (१९९०). 'गव्हर्निंग दि कॉमन्स : दि इव्हॉल्युशन ऑफ इन्स्टिट्यूशन्स फॉर क्लेक्टिव्ह अॅक्शन.' केंब्रिज, केंब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस.

ऑस्ट्रॉम, ई. (२००३). 'हाऊ टाइम्स ऑफ गुड्स अँड प्रॉपर्टी राइट्स जॉइंटली अफेक्ट क्लेक्टिव्ह अॅक्शन.' जर्नल ऑफ थेराॅटिकल पॉलिटिक्स १५(३) : २६९-२७०.

## भौगोलिक निर्देशक म्हणजे स्थानिक वैशिष्ट्य

जीआय उत्पादनांबाबत असलेला दीर्घ इतिहास व विशिष्ट उत्पादन प्रक्रिया याचा अभ्यास करण्यासाठी सांस्कृतिक अभ्यास, मानवी जीवशास्त्र, समाजशास्त्र या विषयांतील साहित्यांच्या साधीने 'स्थानिक वैशिष्ट्य' ही संकल्पना विकसित करण्यात आली आहे. यासाठी वापरलेल्या काही साहित्याचा संदर्भ खालीलप्रमाणे :

अप्पादुराई, ए.(१९८९) : 'दि पास्ट अँड ए स्कार्स रिसोर्स.' मान १६(२) : २०१- २०९.

अप्पादुराई, ए.(१९८६) : 'दि सोशल लाइफ ऑफ थिंग्ज : कर्मांडीटीज इन कल्चरल पर्सपेक्टिव्ह.' केंब्रिज, केंब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस.

बेराई, एल. व पी. मार्शने (२००६) : 'लोकल प्रॉडक्ट्स अँड जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स : टेकिंग अकाउंट ऑफ लोकल नॉलेज अँड बायोडायवर्सिटी.' इंटरनॅशनल सोशल सायन्स जर्नल ५८(१).

कॅलॉन, एम., सी. मेडल, व्ही. राबेहॅरिसोआ (२००२). 'दि इकॉनॉमी

ऑफ क्वालिटीज.' इकॉनॉमी अँड सोसायटी ३१(२) : १९४-२१७.

गॉडमन, जी., बी. सॉर्ज, जे. विल्किन्सन (१९८७). 'फ्रॉम फार्मिंग टु बायोटेक्नॉलॉजी.' ऑक्सफर्ड, युके, ब्लॅकवेल पब्लिशर्स.

मोरॉन, डब्लू. (१९९३). 'रुरल स्पेस अँड इंटलेक्चुअल प्रॉपर्टी.' पोलिटिकल जिऑग्राफी १२(३) : २६३-२७७.

स्पूनर, बी. (१९८६). 'विवर्स अँड डीलर्स : दि ऑथेंटिसिटी ऑफ अँन ओरिएंटल कार्पेट, इन दि सोशल लाइफ ऑफ थिंग्स : कमांडिटीज इन कल्चरल पर्सपेक्टिव', ए. अप्पादुराई (एड.) केंब्रिज, केंब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस : १९५-२३५.

वॅन डर प्लोग, जे.डी. (१९९२). 'दि रिकॉन्स्ट्रक्शुन ऑफ लोकेलिटी. टेक्नॉलॉजी अँड लेबर इन मॉडर्न अॅग्रिकल्चर, इन लेबर अँड लोकेलिटी : अनईव्हन डेवलपमेंट अँड दि रुरल लेबर प्रोसेस.' टी. के. मार्सडेन, पी. लोव, एस. वॉटमोर व डी. फुल्टन पब्लिशर्स : १९-४२.

## भौगोलिक निर्देशक, वापर व विकास

पाठ क्र. २मध्ये जीआयविषयी वाढती उत्सुकता व प्रोत्साहन यांना एका व्यापक चौकटीत बसविण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे. यासाठी दोन पुस्तके मोठी माहिती देणारी ठरली : एक म्हणजे उत्पादनाच्या वापराविषयीच्या सामाजिक चळवळी आणि दुसरे म्हणजे विकाससंकल्पनेपासून इतर कोणत्या गोष्टी उत्पन्न होतात ते.

कॅस्ट्री, एन. (२२०४). 'डिफरन्शियल जिऑग्राफिज : प्लेस, इंडिजिनस राइट्स अँट 'लोकल' रिसोर्सेस.' पोलिटिकल जिऑग्राफी २३(२) : १३३-१६७.

डुपुइस, ई.एम. व डी. गुडमन (२००५). 'शुड वुई गो 'होम' टु इट? टुवर्ड्स ए रिफ्लेक्सिव्ह पॉलिटिक्स ऑफ लोकलिझम' जर्नल ऑफ रुरल स्टडीज २१(३) : ३५९-३७१.

एस्कोबार, ए. (१९९५). 'एन्काउंटरिंग डेवलपमेंट : दि मेकिंग अँड अनमेकिंग ऑफ दि थर्ड वर्ल्ड.' प्रिन्स्टन, प्रिन्स्टन युनिवर्सिटी प्रेस.

एस्कोबार, ए. (२००१). 'कल्चर सिट्स इन प्लेसेस : रिफ्लेक्शन्स ऑन ग्लोबलिझम अँड सबअल्टर्न स्ट्रॅटेजिज ऑफ लोकलायझेशन.' पोलिटिकल जिऑग्राफी २०(२) : १३९-१७४.

गुडमन, डी. व एम. जे. वॉट्स, इडी. (१९९७). 'ग्लोबलायझिंग फूड : अॅग्रियन क्रश्चन्स अँड ग्लोबल रिस्ट्रक्चरिंग.' लंडन, रॉटलेज.

हॉर्वे, डी. (१९९६). झजस्टिस, नेचर अँड दि जिऑग्राफी ऑफ

डिफरन्स.फऑक्सफर्ड, ब्लॅकवेल.

जेनकिन्स, टी.एन. (२०००). 'पुटिंग पोस्टमॉडर्निटी इनटु प्रॅक्टिस : एन्डोजिनस डेवलपमेंट अँड दि रोल ऑफ ट्रॅडिशनल कल्चर्स इन दि रुरल डेवलपमेंट ऑफ मार्जिनल रिजन्स.' इकॉलॉजिकल इकॉनॉमिक्स. ३४(३) : ३०१-३१४.

ली, आर. व टी. मार्सने (२००९). 'दि ग्लोबलायझेशन अँड रि-लोकलायझेशन ऑफ मटेरियल फ्लोज : फोर फेजेस ऑफ फूड अँड रेग्युलेशन.' जर्नल ऑफ लॉ अँड सोसायटी ३६(१) : १२९-१४४.

प्राइनियाक, आर. व ए. डिरिलिक (२००१). 'प्लेसेस अँड पॉलिटिक्स इन अँन एज ऑफ ग्लोबलायझेशन.' ऑक्सफर्ड अँड न्यू यॉर्क : रोमॅन अँड लिटलफिल्ड.

रे, सी. (१९९९). 'एन्डोजिनस डेवलपमेंट इन दि इरा ऑफ रिफ्लेक्सिव्ह मॉडर्निटी.' जर्नल ऑफ रुरल स्टडीज १५(३) : २५७-२६७.

रेनॉल्ड्स, एल.टी., डी.एन. मुरे व जे. विल्किन्सन (२००७).

'फेअर ट्रेड : दि चॅलेंजेस ऑफ ट्रान्सफॉर्मिंग ग्लोबलायझेशन.' लंडन राउटलेज.

वॅन डर प्लोग, जे.डी., एच. रेंटिंग, इटी.एएल. (२०००). 'रुरल डेवलपमेंट : फ्रॉम प्रॅक्टायसेशन अँड पॉलिसीज टुवर्ड्स थिअरी.' सोशालॉजिया रुरलजिज ४०(४) : ३९१-४११.

## भौगोलिक निर्देशक

एक बौद्धिक संपदा अधिकार म्हणून जीआयची हल्लीच निर्मिती झाली असली तरी यासंबंधीचे साहित्य लगेचच प्रकाशित झाले आहे. जीआयसंबंधी खालील साहित्य उपयुक्त वाटते :

इशॉल्स, एम.ए (२००८). 'जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स फॉर फूड प्रॉडक्ट्स : इंटरनॅशनल लीगल अँड रेग्युलेटरी पर्सपेक्टिव्ज.' क्लुवेर लॉ इंटरनॅशनल.

ओकोन्नोर, बी. (२००४). 'दि लॉ ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स.' कामेरून मे.

जीआयचे संरक्षण करण्यासाठी 'कायदेशीर बाबीं'चे केलेले सर्वेक्षण हे जागतिक व्यापार संघटनेच्या ट्रीप्स सचिवालयाने बनवलेल्या अहवालात उपलब्ध केले आहे. सदस्य देशांच्या मागणीनुसार या कायद्याच्या अंमलबाजवणीबाबतचे विविध प्रश्न पडताळण्याच्या उद्देशाने हे सर्वेक्षण खालील साहित्यात उपलब्ध आहे. :

डब्लूटीओ (२००१). 'रिव्ह्यू अंडर आर्टिकल २४२ ऑफ दि

ऑप्लिकेशन ऑफ प्रोव्हिजन्स ऑफ दि सेक्शन ऑफ दि ट्रिप्स अँग्रीमेंट ऑन जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स : समरी ऑफ दि रिस्पॉन्सेस टु चेकलिस्ट ऑफ क्रशचन्स' (आयपी/सी/१२ अँड अँड १). नोट बाय सेक्रेटॅरिएट. आयपी/सी/डब्लू/२५३. (सब्सिस्टेंटली रिवाइज्ड, (आयपी/सी/डब्लू/२५३/रेव.१).

भारतातील जीआयचे नियम याविषयीही सखोल चर्चा व व्यापक दृष्टीने केलेल्या भारतातील व इतर ठिकाणच्या उदाहरणांचे विश्लेषण खालील साहित्यात आढळते :

नायर, एल.आर व कुमार आर. (२००५), 'जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स : ए सर्च स्टडी फॉर आयडेन्टिटी.' नवी दिल्ली, लेक्झिसनेक्सिस बटरवर्थ.

ट्रीप्स करारातील जीआयविषयक तरतुदींविषयीची माहिती खालील साहित्यात आढळते :

एक्सुडेरो, एस. २००१ : इंटरनॅशनल प्रोटेक्शन ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स अँड डेवलपिंग कंट्रीज. ट्रेड वर्किंग पेपर्स नं. १०. साउथ सेंटर, जिनिव्हा. येथे उपलब्ध : <http://www.southcenter.org>

इव्हान्स, जी.ई. व एम. ब्लॅकेनी (२००६). 'प्रोटेक्शन ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स आफ्टर दोहा : क्वो वाडिज?' जर्नल ऑफ इंटरनॅशनल इकॉनॉमिक लॉ, ९(३), ५७५-६१४.

रांगणेकर, डी. २००३. झिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स : ए रिव्यू ऑफ प्रोजेक्ट्स अँट दि ट्रीप्स काउन्सिल : एक्स्टेंडिंग आर्टिकल २३ टु प्रॉडक्ट्स अदर दॅन वाइन्स अँड स्पिरिट्स. फयूएनसीटीएडी-आयसीटीएसडी कॅपिसिटी ब्लिडिंग प्रोजेक्ट ऑन आयपीआर्स अँड सस्टेनेबल डेवलपमेंट : इशू पेपर क्र.४.

यूएनसीटीएडी-आयसीटीएसडी, २००५ : रिसोर्स बुक्स ऑन ट्रीप्स अँड डेवलपमेंट : पार्ट टु - सबस्टॅन्सिव्ह ऑब्लिगेशन्स, २.३ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स, केंब्रिज, केंब्रिज युनिवर्सिटी प्रेस. येथे उपलब्ध : <http://ictsd.snet/ii/publications/11757/?view=document>

जीआयची संकल्पना विकसित होत गेली तसे यातील सामाजिक-आर्थिक घटकांनाही महत्त्व आले. याविषयी 'युरोपियन कमिशन'ने निधी पुरवलेल्या झस्ट्रेट्गदनिंग इंटरनॅशनल रिसर्च ऑन जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्सफयासारख्या सर्वेक्षणांतून गोळा केलेली माहिती खालील साहित्यात आढळते :

जिओवॅनुस्सी, डी. व सहकारी (२००९). 'जीआय- ए गाइड फॉर बेस्ट प्रॅक्टिस.' इंटरनॅशनल ट्रेड सेंटर.

रांगणेकर, डी. (२००४). 'दि सोशियो-इकॉनॉमिक्स ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स : ए रिव्यू एव्हिडन्स फ्रॉम युरोप.'

यूएनसीटीएडी-आयसीटीएसडी कॅपिसिटी ब्लिडिंग प्रोजेक्ट ऑन आयपीआर्स अँड सस्टेनेबल डेवलपमेंट :पेपर क्र. ८. येथे उपलब्ध : <http://ictsd.snet/ii/publications/12218/>

रिशरी एम., बी, गोर्लाक, एस. श्लेजेल, एच. केफे व ए. लिप्रॅंड (२००६). 'असेसिंग दि ऑप्लिकॅबिलिटी ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स अँज ए मिन्स टु इम्प्रूव्ह एन्वार्नोमेंटल क्वालिटी इन अफेक्टेटेड इकोसिस्टिम्स अँड दि कॉम्पिटिटिव्हनेस ऑफ अँग्रिकल्चरल प्रॉडक्ट्स.' ग्रॅम डटफिल्ट व द्विजेन रांगणेकर यांच्या सहकार्याने. फायनल रिपोर्ट, चेतहॅम हाउस, युके. येथे उपलब्ध : [http://www.underutilized-species.org/Documents/PUBLICATIONS/wp3\\_final\\_report.pdf](http://www.underutilized-species.org/Documents/PUBLICATIONS/wp3_final_report.pdf)

सोम, एस.के. व आर. कल्पना शास्त्री ९२००८). 'सोशियो-इकॉनॉमिक इम्प्लिकेशन्स ऑफ जीआय रजिस्ट्रेशन फॉर अँग्रिकल्चरल अँड नॉन-अँग्रिकल्चरल कर्मांडिटीज/प्रॉडक्ट्स इन इंडिया.' यूएनसीटीएडी, भारत, राष्ट्रीय कृषी संशोधन व्यवस्थापन अकादमी, राजेंद्रनगर, हैदराबाद यांचा उपक्रमद्वारे संशोधन.

सिल्वेंडर, बी., डी. बार्जॉल, एफ. अर्फिनी, इडी,(२०००). 'दि सोशियो-इकॉनॉमिक्स ऑफ ओरिजिन लेबलड प्रॉडक्ट्स इन अँग्री-फूड सप्लाय चेन्स : स्पॅशल, इन्स्टिट्यूशनल अँड को-ऑर्डिनेशन आस्पेक्ट्स, अँसेट्स इटी कम्युनिकेशन्स,' १७(१).

सिल्वेंडर, बी., डी. बार्जॉल, एफ. अर्फिनी, इडी,(२०००). 'दि सोशियो-इकॉनॉमिक्स ऑफ ओरिजिन लेबलड प्रॉडक्ट्स इन अँग्री-फूड सप्लाय चेन्स : स्पॅशल, इन्स्टिट्यूशनल अँड को-ऑर्डिनेशन आस्पेक्ट्स, अँसेट्स इटी कम्युनिकेशन्स,' १७(२).

पाठ २मध्ये जीआयसंबंधी दिसत असलेली विविध स्तरावरील उत्सुकता याविषयी खालील साहित्यात संदर्भ आढळतात :

गुप्ता,ए.के. (२००५). 'डब्लूआयपीओ-युएनईपी स्टडी ऑन दि रोल ऑफ इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी राइट्स इन शेअरिंग ऑफ बेनिफिट्स अरायझिंग फ्रॉम दि युज ऑफ बायॉलॉजिकल रिसोर्सेस अँड असोसिएटेड ट्रेडिशनल नॉलेज - स्टडी न. ४.' जागतिक बौद्धिक संपदा संघटना.

लार्सन, जे(२००७). 'रिलेव्हन्स ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स अँड डेसिग्रेन्स ऑफ ओरिजि फॉर दि सस्टेनेबल युज ऑफ जेनेटिक रिसोर्सेस.' व्यावसायिकदृष्ट्या अधिक भर न दिलेल्या जातींवर अभ्यास करणाऱ्या एफएओच्या ग्लोबल फॅसिलिटेशन युनिटद्वारे अभ्यासास चालना. येथे उपलब्ध : <http://www.underutilized-species.org/>

वागळे, एस. (२००७) 'जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स अँज ट्रेड-रिलेटेड इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी. रिलेव्हन्स अँड इम्प्लिकेशन्स फॉर ह्युमन

डेवलपमेंट इन एशिया-पॅसिफिक.' डिस्कशन पेपर फॉर एशिया-पॅसिफिक ट्रेड अँड इन्व्हेस्टमेंट इनिशिएटिव्ह युएनडीपी रिजनल सेंटर इन कोलंबो. येथे उपलब्ध : [http://www2.undprcc.lk/Publications/TRADE/GI\\_Paper\\_12\\_Dec.pdf](http://www2.undprcc.lk/Publications/TRADE/GI_Paper_12_Dec.pdf)

## उदाहरणे व चौकटी

अहवालात दिलेल्या चौकटीतील व इतर उदाहरणांसंबंधीची माहिती ही खालील संदर्भावरून घेण्यात आली आहे.

भारतातील मद्य उत्पादन व सेवन प्रकार

विविध साहित्यात भारतातील मद्य उत्पादन व सेवन प्रकारांविषयी माहिती आढळते. यापैकी काही खाली संदर्भ देण्यात आले आहेत :

अल्शिन, एफ.आर.९१९७९). 'इंडिया : दि एन्शन्ट होम ऑफ डिस्टिलेशन?' मॅन १४(१) : ५५-६३.

गॅरिन, आय.डी व व्ही.डी. गॅरिन (२००१) 'ड्रिंकिंग : अँथ्रोपोलॉजिकल अँप्रोचेस.' न्यू यॉर्क, बर्गहॅन बुक्स.

हार्डिमन, डी. (१९८५). 'फ्रॉम कस्टम टु क्राइम : दि पॉलिटिक्स ऑफ ड्रिंकिंग इन कोलोनियल साउथ गुजरात' आर. गुहा (इडी.), सबअल्टर्न स्टडीज ४. नवी दिल्ली, ऑक्सफर्ड युनिवर्सिटी प्रेस.

मंडल, आर.सी, डी.जी. धांदर, व सी.व्ही. धुमे (१९८५). 'कॅश्यू अँपल लिकर इंडस्ट्री इन गोवा.' अँक्टा हॉर्टिकलचर (आयएसएचएस), १०८ : १७२-१७५.

मँडेलबम, डी.जी. (१९५). 'अल्कोहोल अँड कल्चर.' करंट अँथ्रोपोलॉजी ६(३) : २८१-२९३.

साल्दाना, आय.एम. (१९९५). 'ऑन ड्रिंकिंग अँड 'ड्रंकननेस': हिस्टरी ऑफ लिकर इन कोलोनियल इंडिया.' इकॉनॉमिक अँड पोलिटिकल विकली ३०(३७) : २३२३-२३३१.

## दार्जिलिंग चहा

दास, नाबा कुमार, २००३. 'जिऑग्राफिकल इंडिकेशनस : दि एक्स्पिरियन्स ऑफ इंडियन टी प्रोज्यूसर्स - प्रोटेक्शन ऑफ दार्जिलिंग टी.' पेपर फॉर वर्ल्डवाइड सिम्पोजियम ऑन जिऑग्राफिकल इंडिकेशनस, डब्लूआयपीओ व यूएसपीएसटीओ, सॅन फ्रान्सिस्को, कॅलिफोर्निया, ९-११ जुलै. डब्लूआयपीओ /जीईओ/एसएफओ/०३+८. येथे उपलब्ध : <http://www.wipo.int>

रांगणेकर, डी. (आगामी, २००९). 'दि युज अँड ऑप्लिकेशन ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशनस : दि केस ऑफ दार्जिलिंग टी, इन डी. जिओवानुस्सी, इडी. जिऑग्राफिकल इंडिकेटर्स फॉर डेवलपिंग कंट्रीज.' जीनिव्हा, इंटरनॅशनल ट्रेड सेंटर.

राव, निरंजन २००३. 'जिऑग्राफिकल इंडिकेशनस इन इंडियन काँटेक्ट : ए केस स्टडी ऑफ दार्जिलिंग टी.' वर्किंग पेपर नं. ११०, आयसीआरआयईआर, नवी दिल्ली.

## बासमती

मेरी-विवियन, डी. (२००८). 'फ्रॉम प्लॅट व्हायटी प्रोटेक्शन टु जिऑग्राफिकल इंडिकेशन : ए सर्व फॉर दि लिंक बिटविन बासमती राइस अँड इंडिया/पाकिस्तान.' वर्ल्ड इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी जर्नल, ब्लॅकवेल पब्लिशिंग, ११(४), ३२१-३४४.

रांगणेकर डी. व एस. कुमार (आगामी, २००९). 'अनादर लुक अँट बासमती : जेनेरिसिटी अँड दि प्रॉब्लेम्स ऑफ ए ट्रान्सबॉर्डर जिऑग्राफिकल इंडिकेशन', वर्ल्ड इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी जर्नल (जिऑग्राफिकल इंडिकेशनसवर खास अंक, अतिथी संपादक, द्विजेन रांगणेकर)

सुबय्या,एस. (२००४). 'रिपिंग वॉट दे सो : दि बासमती काँट्रोव्हर्सी अँड दि स्ट्रॅटेजिज फॉर प्रोटेक्टिंग ट्रॅडिशनल नॉलेज', बोस्टन कॉलेज इंटरनॅशनल अँड कॅंपेरिटिव्ह लॉ रिव्ह्यू, २७(२), ५२९-५५९.

## पर्मा हॅम व ग्रॅना पडानो चीज

महंमद इडी, ई.ए.सी. (२००५). 'पाउंड्स ऑफ फ्लेश, दि मर्चंट्स ऑफ पर्मा अँड हॅम-लेट्स : ए रिव्ह्यू ऑफ दि पर्मा हॅम लिटिगेशन अँक्वॉस कॅनडा अँड दि युके.' बौद्धिक संपदा जर्नल, १८, ४४३.

ओकोनूर, बी. व आय. किरिवा (२००४). 'ओव्हव्ह्यू ऑफ दि ईसी केस लॉ प्रोटेक्टिंग जिऑग्राफिकल इंडिकेशनस : दि स्लायसिंग ऑफ पर्मा हॅम अँड दि ग्रेटिंग ऑफ ग्रॅना पॅडानो चीज.फ' युरोपियन बौद्धिक संपदा रिव्ह्यू, २६(७), ३१३-३१८.

रांगणेकर, डी. (२००७). 'ए स्लाइस ऑफ पर्मा हॅम : अंडरस्टँडिंग दि प्रोटेक्शन ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशनस', पीटर यू., इडी, इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी अँड इन्फॉर्मेशन वेल्थ, वॉल्युम ४- मध्ये. आंतरराष्ट्रीय बौद्धिक संपदा कायदा व धोरण. प्राजेर, आयएसबीएन ०-२७५-९८८८२-१. २३८-३०२.

## स्काँच व्हिस्की

स्काँचसंबंधी अनेक पुस्तके, लेख, नियतकालिके आहेत. वेळोवेळी याचे

आपण वाचन केलेले असते. यातीलच काही संदर्भ हे चौकट क्रम १२, २२ व २३मध्ये आहेत ते साहित्य असे :

ब्रॅडर, एम. (१९७४), 'दि ओरिजिनल स्कॉच'. लंडन, हचिन्सन अँड कं. लि.

दिएट्झ, व्ही. ई. (१९९७). 'दि पॉलिटिक्स ऑफ व्हिस्की : स्कॉटिश डिस्टिलर्स, दि एक्साइज, अँड दि पिटीइट स्टेट.' ब्रिटिश स्टडीज जर्नल ३६(१) : ३५-६९.

मॅकडोनाल्ड, ए. (१९३५). 'व्हिस्की.' एडिनबर्ग, परपॉइज प्रेस, पुनर्प्रसिद्धी: २००६, कॅननगेट बुक्स.

रॉन, डब्लू. (१९८९). 'रॅशनलायझेशन अँड डायव्हर्सिफिकेशन इन दि स्कॉच व्हिस्की इंडस्ट्री, १९००-१९३९ : अनादर लुक अट 'ओल्ड' अँड 'न्यू' इंडस्ट्रीज.' इकॉनॉमिक हिस्ट्री रिव्यू ४२(३) : ३७५-३९५.

स्टोरी, एम.सी. (१९६२). 'दि स्कॉच व्हिस्की इंडस्ट्री.' ट्रान्सॅक्शनस अँड पेपर्स (इन्स्टिट्यूट ऑफ ब्रिटिश जिऑग्राफर्स)(३१) : ९७-११४.

## शॅम्पेन

सायमन, ए.एल. (१९७२). 'दि हिस्ट्री ऑफ शॅम्पेन.' लिट्लहॅम्पटन बुक सर्व्हिसेस लि.

## टेक्विला व मेझकल

बोवेन, एस. (आगामी, २००९). 'डेवलपमेंट फ्रॉम विदिन? दि पोटेन्शियल फॉर जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स इन दि ग्लोबल साउथ,' जर्नल ऑफ वर्ल्ड इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी (जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्सवर खास अंक, अतिथी संपादक, द्विजेन रांगणेकर).

बोवेन, एस. व ए.व्ही. झॅपाटा (२००९). 'जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स, टेरॉइर, अँड सोशियोइकॉनॉमिक अँड इकॉलॉजिकल सस्टेनेबिलिटी : दि केस ऑफ टेक्विला.' रुरल स्टडीज जर्नल २५(१) : १०८-११९.

लार्सन, जे.(२००७). 'रिलेव्हन्स ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स अँड डेसिग्नेशन्स ऑफ ओरिजिन फॉर दि सस्टेनेबल युज ऑफ जेनेटिक रिसोर्सेस.' व्यावसायिकदृष्ट्या अधिक भर न दिलेल्या जातींवर अभ्यास करणाऱ्या एफएओच्या ग्लोबल फॅसिलिटेशन युनिटद्वारे अभ्यासास चालना. येथे उपलब्ध : <http://www.underutilized-species.org/>

वॅलेन्झुएला-झॅपाटा, ए.जी. व जी.पी. नॅभन (२००३). 'टेक्विला : ए नॅचरल अँड कल्चरल हिस्ट्री.' टक्सन, युनिवर्सिटी ऑफ अॅरिझोना प्रेस.

## परिशिष्ट ४ : फेणी कालदर्शिका



## परिशिष्ट ५ : प्रकल्प बैठका व मुलाखतींची यादी

### समूह बैठक : ३० एप्रिल २००७

गोवा राज्य विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते आणि फेणी संघटना बनवत असलेली फेणीचा जीआय अर्जाचा मसुद्यावर सूचना गोळा करणे तसेच या संशोधन उपक्रमाची माहिती देणे तसेच फेणी उत्पादकांना एकत्र आणणे या उद्देशाने पहिली समूह बैठक ही दोनापावला येथील गोवा इंटरनॅशनल सेंटरमध्ये झाली. या बैठकीला खालील उत्पादक उपस्थित होते :

संतोष मापारी (बार्देश), अमोल टी. गावकर (डिचोली), प्रताप गोवेकर (डिचोली), तुकाराम नाईक (डिचोली), दिनेश के. नाईक (काणकोण), भोज नाईक (मुर्गाव), रजनीनाथ शिरोडकर (फोंडा), यशवंत तेंडुलकर (सांगे), जानू कुट्टीकर (तिसवाडी), शांताराम गावस (तिसवाडी), श्रीधर बी. पर्वतकर (तिसवाडी), तुळशीदास नाईक (मुर्गाव).

### भागीदारांची बैठक : ५ एप्रिल २००८

फेणीचा अर्ज जीआय नोंदणी कार्यालयात दाखल झालेला असताना जीआयमधील निकष व त्याचे विविधांगी होणारे परिणाम याविषयी सखोल, सविस्तर चर्चा करण्यासाठी एक दिवसभर भागीदारांची बैठक बोलावली गेली. या बैठकीत संशोधन सल्लागार समूहाने जीआय कायदा, मेझकल व टेक्निका उत्पादनांचा जीआयबाबतचा अनुभव, यूएनसीटीएडी/भारत उपक्रमातील संशोधनासाठी वापरलेली उदाहरणे, तसेच जीआयच्या इतिहासाची माहिती सांगणारे सादरीकरण केले. तसेच भारतातील जीआय कायद्याविषयी सादरीकरण करण्यासाठीही प्रतिनिधींना आमंत्रित करण्यात आले होते. सर्वेक्षणातील माहितीही यावेळी सादर करण्यात आली. एकूणच सांगोपांग चर्चा करण्याकडे भर देण्यात आला. उपस्थितांमध्ये खालील प्रतिनिधी सहभागी होते :

**उत्पादक** : प्रताप गोवेकर (डिचोली), श्रीधर बी. पर्वतकर (तिसवाडी), सोनू डी. सावंत (डिचोली), गिरीश धारडेकर (बार्देश), जानू कुट्टीकर (तिसवाडी), दिनेश के. नाईक (काणकोण), हर्क्युलिन गामा (मुर्गाव), दिगंबर नाईक (तिसवाडी), मराठे (सत्तरी), भोज नाईक (मुर्गाव), संतोष मापारी (बार्देश), गुरुदत्त भक्ता (म्हापसा), अमोल टी. गावकर (डिचोली), यशवंत तेंडुलकर (सांगे), अग्रेलो डा

कोस्टा बार्देतो (सासष्टी).

किरकोळ व घाऊक विक्रेते : जॅक्सन लोबो (सासष्टी), ज्योकिम रॉड्रिगीस (मुर्गाव), कामिलो कुटिन्हो (मुर्गाव), रॉक आय गोम्स (सासष्टी).

**बॉटलर्स** : अँथनी फर्नांडिस (सासष्टी), रमेश आर. नेरुरकर (सासष्टी), जॉन मस्कारेन्हास (सासष्टी), मादाम रोसा डिस्टिलरीचे प्रतिनिधी.

गोवा सरकार व इतर संस्थांचे प्रतिनिधी : मायकेल डिसोजा (विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते), मोहन गिरप (विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते), ए. आर. देसाई ( भारतीय कृषी संशोधन संस्था), परब (अबकारी आयोग), पी. के. पिंटो (गोवा उद्योग व वाणिज्य महासंघ).

**प्रकल्प पथक व इतर** : प्रणव मुखोपाध्याय, एस. मयुर, एस. मोर्य, टी.सी. जेम्स, एस. के. सोम, फा. आर. डिसोजा, डेव्हीड विवस, जॉर्ज लार्सन, ऑक्टोवियो एस्पिनोसा, लता नायर, द्विजेन रांगणेकर.

### समूह बैठक : ८ एप्रिल २००८

भागीदारांची बैठक झाल्यावर लगेचच समूह बैठक घेण्यात आली. जीआय-निकष व स्थानिकांना आर्थिक व व्यावसायिक नियंत्रणाची संधी, याविषयी मुद्दे उपस्थित करण्यात आले. भविष्यातील फेणीचे ब्रँड अशा विविध विषयांवर मुद्देसूद व सखोल चर्चा करण्यात आली. खालील प्रतिनिधी या बैठकीस उपस्थित होते :

**उत्पादक** : संतोष मापारी (बार्देश), अमोल टी. गावकर (डिचोली), प्रताप गोवेकर (डिचोली), दिनेश के. देसाई (काणकोण), भोज नाईक (मुर्गाव), रजनीनाथ शिरोडकर (फोंडा), यशवंत तेंडुलकर (सांगे), जानू कुट्टीकर (तिसवाडी), संदेश सावंत (डिचोली), सुदीन सदाशिव मराठे (सत्तरी), गुरुदत्त भक्ता (म्हापसा).

**बॉटलर्स** : मॅक वाझ (म्हापसा), अँथनी डिसोजा (चांदर), जॉन मस्कारेन्हास (सासष्टी), रमेश नेरुरकर (सासष्टी)

### वैयक्तिक मुलाखती

या प्रकल्पाचे काम दोन टप्प्यांत केले गेले : एप्रिल-जून २००७ व एप्रिल-मे २००८. यातील मुलाखती या वैयक्तिक स्वरूपाच्या होत्या. सामान्यतः मुलाखतीदरम्यान दुभाषाच्या मदतीने (अश्विन तोंबट) कोकणी भाषेचाच अधिक तर काही वेळा मराठी व इंग्रजी भाषांचाही वापर केला गेला. या दरम्यान खालील लोकांच्या मुलाखती घेतल्या गेल्या :

**उत्पादक** : प्रताप गोवेकर (डिचोली), अमोल टी. गावकर (डिचोली),

अग्रेलो डा कोस्टा बार्रेटो (सासष्टी), गुरुदत्त भक्ता (म्हापसा), भोज नाईक (मुरगाव), प्रेशियस सोराइश (सासष्टी), दयानंद नाईक (केपे), दिनेश देसाई (काणकोण), जानू कुट्टीकर (तिसवाडी), पॉल डिसा (सासष्टी), रजनीनाथ शिरोडकर (फोंडा), रोहिदास घाडी (डिचोली), सदाशिव मराठे (सत्तरी), सोनू डी. सावंत (डिचोली), श्रीधर बी. पर्वतकर (तिसवाडी), तुकाराम नाईक (डिचोली), उमेश सावंत (बादेंश).

**बॉटलर्स, फिरकोळ व घाऊक विक्रेते** : जॅक्सन लोबो (सासष्टी), रेगन हेन्निक्स (...), मॅक वाझ (म्हापसा), अँथनी फर्नांडिस (सासष्टी), रमेश नेरुरकर (सासष्टी), अर्नेस्टो आल्वारिस (पणजी), लुईस (पणजी).

**सरकारी अधिकारी व इतर** : ए. आर. देसाई (भारतीय कृषी संशोधन संस्था), मारिया डि लॉर्ड ब्राव्हो डा कोस्टा रॉड्रिगीस (गोवा केंद्रीय वाचनालय), पी. के. पिंटो (गोवा उद्योग व वाणिज्य महासंघ), मायकेल डिसोजा (विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते), मोहन गिरप (विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते), कार्लोस फर्नांडिस (गोवा केंद्रीय वाचनालय), एम. मोदस्सर (पर्यटन खाते), परब (अबकारी आयोग), सिरील डिकुन्हा (पत्रकार), मारियो काब्राल, पर्सिव्हल नोरोन्हा (निवृत्त सरकारी अधिकारी).

## कोकणी शब्दप्रयोगांची यादी

कोकणी शब्दप्रयोग: मराठी अर्थ

<b>भान्न:</b>	उर्ध्वपातन प्रक्रियेत पदार्थ ठेवण्यासाठी वापरले जाणारे मोठे गोलाकार भांडे.
<b>भट्टी, भट्टी:</b>	मातीने बनवलेली चूल ज्यापासून उष्णता पुरविली जाते.
<b>कॅजुलो:</b>	ग्लो-वर्म (फायरफ्लाय); तसेच काजूबोंडाच्या रसाचे दुसऱ्यांदा उर्ध्वपातन केल्यानंतर मिळणारा अर्क.
<b>चुमळ:</b>	काजूबोंडाचा लगदा.
<b>फेण/फेणे:</b>	फेस, फेसाळणे.
<b>ग्राउ/डग्री:</b>	फेणीसंदर्भात मद्याची मद्यार्कक्षमता स्पष्ट करण्यासाठी घनता मोजणारे मापक (हायड्रोमीटर).
<b>कळसो / कोळसा:</b>	१४ शेर मापाचे धातूचे किंवा मातीचे भांडे.
<b>कांटो:</b>	झाडावरून जमिनीवर पडलेली काजूबोंडे गोळा करण्यासाठी वापरण्यात येणारी, एका टोकाला खिळा असलेली लाकडी काटी.
<b>कोळंबी:</b>	पायाद्वारे काजूबोंडे फोडण्यासाठी वापरण्यात येत असलेला छोटा खड्डा.
<b>लावणी:</b>	उर्ध्वपातनासाठी विशेषतः पॉट-स्टील तंत्राद्वारे केल्या जाणाऱ्या उर्ध्वपातनासाठी वापरला जाणारा शब्द.
<b>माड/माड्डु:</b>	नारळ किंवा माडाचे झाड, तसेच नारळापासून गोळा केलेल्या ताडीसाठीही हा शब्द वापरला जातो.
<b>मोरेम:</b>	<b>उर्ध्वपातन भांड्यांची नळी बंद करण्यासाठी वापरला जाणारा भाग.</b>
<b>नळी:</b>	भान्न व लावणीला जोडणारी, नैसर्गिक साहित्यापासून बनवलेली नळी.
<b>निरो /निर:</b>	काजूबोंडाचा चुराडा केल्यावर मिळणारा रस; पाणी तसेच रसासाठीही हा शब्द वापरला जातो.
<b>नुडी:</b>	स्थानिक वेळीपासून बनवलेला दोर ज्याचा वापर निरो गाळणीसाठी चुमळ बांधून ठेवण्यासाठी केला जातो.
<b>पंतलोम:</b>	तोडणीवेळी काजूबोंडे गोळा करण्यासाठी वापरली जाणारी बुट्टी, आता याकामी प्लास्टिक बांदल्यांचाही वापर होत आहे.
<b>पिंजरे/पजरा:</b>	फेणी उर्ध्वपातन प्रक्रियेत चुमळ एकत्र ठेवण्यासाठी तसेच निरो गाळताना ट्रक जॅकचा वजन म्हणून वापर करताना याचा वापर करावा लागतो. सामान्यतः लोखंडी किंवा नैसर्गिक साहित्यापासून बनवला जातो,
<b>सोरो/मद्य:</b>	देशी दारू तसेच हुराक यांना संबोधित करणारा शब्द.
<b>तार्वेन/मद्यालय:</b>	पोर्तुगीज भाषेतून आलेला शब्द, मद्य, ताडी विक्रीचे दुकाने आणि पूर्वी विक्रीकर कायद्याच्या भाषेत देशीदारू विक्रीचे दुकान.
<b>हुराक:</b>	काजूबोंडरसाच्या पहिल्या उर्ध्वपातनानंतर मिळणारा अर्क, शब्दकोशाच्या भाषेत मद्याकाचे (अल्कोहोल) प्रमाण कमी असलेले मद्य

संदर्भ :

फ्रान्सिस्को, ए.सी.जे (१९१६) अ डिक्शनरी ऑफ कोंकनीम इनटू इंग्लिश  
 जनार्दन, पी.बी. (१९९९) अ प्रॅक्टिकल कोंकणी-इंग्लिश एनसायक्लोपेडिक डिक्शनरी  
 माफेई, ए.एफ.एक्स (१८८३) अँड इंग्लिश-कोंकणी डिक्शनरी / ए कोंकणी-इंग्लिश डिक्शनरी  
 पिंटो, जे.एम. (१९२३) अँड इंग्लिश-कोंकनीम प्रोनाउन्सिंग पॉकेट डिक्शनरी



## विशेष मागोवा

भौगोलिक स्वामित्व निर्देशक (जीआय) या संकल्पनेला विविध समूह, विचारवंत, धुरीण व ग्रामीण लोकांच्या हक्कांचे संरक्षण व विकास चळवळीशी संबंधित असलेले प्रतिनिधी यांच्यामध्ये वाढता पाटिंबा मिळत आहे. सेंद्रिय, फेअर ट्रेड या उत्पादनाचे उगमस्थान दर्शविणाऱ्या चिन्हसंकल्पनांप्रमाणेच जीआय कायदे हे सुद्धा स्थानिक उत्पादक समूहाच्या पारंपरिक, सर्वमान्य उत्पादनपद्धतीतूनच तयार केले जातात.

उत्पादक समूहाच्या प्रातिनिधिक संस्थेचा हक्क असलेले आणि स्थानिक उत्पादन प्रक्रियांशी निगडित असलेले हे जीआय निकष या उत्पादक समूहाचे सक्षमपणे व सार्वत्रिक संरक्षण करू शकतात. जे उत्पादक समूह बाजारात आपले उत्पादन आणू पाहतात त्यांना हे जीआय निकष आपले उत्पादन स्थानिकरित्या नियंत्रित करण्यासाठी दोन पर्याय उपलब्ध करतात :

- पुरवठा साखळीदरम्यान उत्पादनाची पारंपरिक अशी वैशिष्ट्ये टिकवून ठेवणे.

- या उत्पादन प्रदेशामध्ये आर्थिक लाभ मिळवून देणे.

या संशोधनामध्ये फेब्रुवारी २००९मध्ये जीआय नोंदणी झालेल्या फेणीचा (१) वापर करून जीआयच्या माध्यमातून प्रादेशिक विकास कसा साधता येईल याविषयी ऊहापोह करण्यात आला आहे. फेणीसाठी भौगोलिक स्वामित्व निर्देशक कायदा हा गोवा सरकारचे विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते आणि गोवा काजू फेणी उत्पादक व बॉटलर्स संघटना यांच्या मालकीचा असल्याचे नोंद करण्यात आले आहे. गोवा काजू फेणी उत्पादक व बॉटलर्स संघटना ही जुलै २००६मध्ये सोसायटी म्हणून नोंद करण्यात आली आहे. (चौकट ४, पाठ १).

फेणीसाठीचा अर्ज सादर करताना गोव्यातील फेणीविषयक ऐतिहासिक, पारंपरिक माहिती; फेणी उत्पादनासाठी लागणारे पारंपरिक साहित्य व पद्धती; उत्पादनाचे रासायनिक पृथःकरण याविषयी सविस्तर माहिती गोळा करण्यात आली. फेणीविषयी जीआय निकष बनवताना या संशोधनामध्ये खालील बाबींकडे लक्ष देण्यात आले. त्या अशा :

- 'क्लब' संकल्पना आणि ज्यामुळे जीआय निकषांवर एकमत होण्यासाठी येणाऱ्या अडचणी तसेच या क्षेत्रात एक व्यावसायिक स्पर्धक म्हणून वावरत असले तरी व्यापक हिताच्या दृष्टीने सारे कसे सहकार्य करतील याकडे लक्ष पुरवण्यात आले.

- प्रदीर्घ इतिहास व परंपरा असलेले एक उत्पादन व ज्याच्या उत्पादन प्रक्रियांमध्ये वैविध्य असलेले तरी वेगळेपण जपणारे व त्याला प्रादेशिक वैशिष्ट्याची जोड मिळालेले असे उत्पादन हाच जीआय संकल्पनेचा गाभा आहे.

पाठ २ मध्ये या दोन्ही विचारांविषयी सविस्तर विवेचन करण्यात आले आहे. एखाद्या संघटनेतील, क्लबमधील नियमांप्रमाणेच हे जीआय निकष त्या जीआय क्लबमधील सदस्यांना लागू होतात. जो कोणी हे निकष पाळण्यास असमर्थ ठरतो त्याला क्लबमधून कसे वगळण्यात येते, त्याला जीआय निकषांचा लाभ घेण्यापासून कसे रोखले जाते याविषयी अनेक उदाहरणे देण्यात आली आहेत. पर्मा हॅम (चौकट ८, पाठ २) व ग्रॅना पॅडानो चीज (चौकट ९, पाठ २) या उत्पादनांची उदाहरणे जीआय निकष कसे सखोल व विस्तृत बनवण्यात आले आहेत आणि त्यांचा वापर प्रादेशिक संरक्षणासाठी, प्रादेशिक विकासासाठी कसा सक्षमपणे केला गेला यावर प्रकाश टाकतात.

जीआयमधील अडथळे दाखवताना, या संशोधनात स्पर्धकांमध्ये कसा सहकाराचा बंध तयार होतो (चौकट ११, पाठ २) याविषयीही विवेचन करण्यात आले आहे. स्पर्धा करण्याबरोबरच स्थानिक व संस्था उत्पादक हे उत्पादनाशी निगडित असलेल्या पारंपरिक वैशिष्ट्याशी कसे जोडले गेलेले आहेत हेही अनुभवायला मिळते. यातूनच जीआयला मिळालेला ऐतिहासिक व पारंपरिक आयाम दिसून येतो. तसेच स्कॉच व्हिस्कीच्या उदाहरणाचा वापर करून, या अभ्यासामध्ये निकष कसे तयार होतात आणि नवे तंत्र, नवी साधने यांनाही कशी मान्यता मिळत जाते यावरही प्रकाश टाकण्यात आला आहे. (चौकट १२, पाठ २). फेणीबद्दलच बोलायचे तर पारंपरिक भट्टीमध्येही बदल झाले आहेत तर अनेक उत्पादक त्रि-ऊर्ध्वपातन पद्धतीकडून द्वि-ऊर्ध्वपातन पद्धतीकडे वळल्याचे आणि या बदलालाही सामाजिक, व्यापारी मान्यता मिळाल्याचे पाहायला मिळते.

जीआय प्राप्त करण्यासाठी गोवा सरकारचे विज्ञान व तंत्रज्ञान खाते आणि चेन्नईतील जीआय नोंदणी कार्यालय यांनी बजावलेल्या भूमिकेवरही या अभ्यासात कटाक्ष टाकण्यात आला आहे. जीआयविषयक अर्ज तयार करण्यासाठी लागणारी सर्व माहिती जमवणे व याकामी योग्य दिशा देणे याकामी सरकारी खात्याची महत्त्वाची भूमिका राहिलेली आहे. तर जीआय नोंदणी कार्यालयाच्या सल्ला मार्गदर्शनाचा अर्ज बनवण्यासाठी मोठा हातभार लागला. एकमत बनवणे आणि करारबद्ध होणे या दोन विचारांना वेगळी करणाऱ्या सीमारेषेविषयीही या अभ्यासात नोंद करण्यात आली आहे. खात्याच्या निःपक्ष भूमिकेविषयी (भविष्यातील) भीती व्यक्त करण्यात आली आहे. एक अर्जदार म्हणून तसेच या क्षेत्रातील मतभेद दूर करण्यासाठी एक सरकारी केंद्र म्हणून असा वेगवेगळ्या भूमिका हे खाते कसे वटवेल? तसेच नोंदणी कार्यालयाची भूमिका ही सहकार्याची असली तरी गुणवत्तेची पारख करण्यासंदर्भात शंका उत्पन्न करणारी आहे. आरोग्य सुरक्षा, रासायनिक घटकांचे प्रमाण अशाविषयी अर्जांमध्ये अनेक प्रश्न निर्माण होतात; तसेच यामुळे उत्पादनाला असलेला ऐतिहासिक व पारंपरिक आयामच बाजूला केला गेल्याचे वाटत राहते.

या दोन शंकांचे समाधान करण्यासाठी पाठ क्र. ३ मध्ये जीआय-

निकषांविषयी ऊहापोह करण्यात आला आहे. काजूबोंडाच्या आंबलेल्या रसापासून द्वि-ऊर्ध्वपातन पद्धतीद्वारे बनवलेले उत्पादन अशी फेणीची या जीआय निकषांमध्ये व्याख्या करण्यात आली आहे (चौकट १६, पाठ ३)

पॉट-स्टील पद्धतीनुसार तांब्याच्या भांड्यात (भात्र, काहील) उकळवून मातीच्या लवणीमध्ये (कंडेन्सेशननंतर मिळणारा पदार्थ जमा करण्यासाठीचे भांडे) उत्पादन गोळा केले जाते, दुसऱ्या ऊर्ध्वपातनासाठी १३० लिटर तोडप व ११० लिटर आंबलेला काजू रस वापरून १९ ते २० दरम्यान ग्राउ (मद्यार्काची घनता मोजण्याचे परिमाण) असलेली फेणी तयार केली जाते. फेणी उत्पादनातील पारंपरिक निकष व बदलणारे निकष याविषयी या अभ्यासात ऊहापोह करण्यात आला आहे, याविषयीचे नोंद केलेले काही महत्त्वाचे मुद्दे असे :

- **काजूबोंडांचा पुरवठा** : बहुतेक उत्पादक स्थानिक काजूबोंडेच वापरतात (छायाचित्र ५, पाठ ३); तरी काही उत्पादक गोव्याबाहेरील काजूबोंडे फेणीनिर्मितीसाठी वापरतात (छायाचित्र ६, पाठ ३). याविषयी गोव्यातील काजूबोंडे वापरावीत किंवा गोव्याबाहेरील काजूबोंडावर फेणीनिर्मितीसाठी बंदी घालावी याविषयी जीआय निकषांमध्ये काहीच स्पष्ट करण्यात आलेले नाही.

- **उत्पादन-पूर्व प्रक्रिया पद्धती** : काजूबोंडांचा पायाद्वारे तुडवा आणि दगडाच्या वजनाखाली चुमळमधून (काजूबोंडांचा लगदा) नीरा (काजूबोंड रस) काढणे (छायाचित्र ७, पाठ ३) या पारंपरिक पद्धती स्टोन-मोर्टर क्रशर किंवा मेकॅनिकल क्रशरच्या वापराने इतिहासात जमा झालेल्या आहेत. नव्या तंत्रानुसार ट्रॅक-जॅकच्या वजनाचा वापर करून पिंजऱ्यामध्ये नीरा काढण्याची पद्धत (छायाचित्र ८, पाठ ३) अस्तित्वात आलेली आहे. याविषयी काही निकष नसणे म्हणजेच फेणी जीआय क्लबने या नव्या पद्धतींना मान्यता दिल्यासारखेच ठरते.

- **ऊर्ध्वपातन साहित्य व तंत्र** : या अभ्यासात फेणी निर्मितीसाठीचे मुख्य प्रकार लक्षात घेण्यात आले आहेत. 'पारंपरिक पॉट स्टील'मध्ये मातीच्या लावणीचा वापर (आता काही बदलांनुसार, छायाचित्र ९, पाठ ३), सर्वात लोकप्रिय ठरलेली 'एक्स्ट्रालोकल/मॉडर्न' पद्धतीमध्ये तांब्याची काहील व सिमेंटच्या पाण्याच्या टाकीत बुडवून ठेवण्यात आलेली कॉइल (छायाचित्र १०, पाठ ३), आणि इंडस्ट्रिअल सिंगल-बॅच डिस्टिलिंग. यापैकी जीआयमध्ये पारंपरिक पॉट-स्टीलचा वापर असे स्पष्टपणे नमूद करत इतर पद्धतींना जीआय-क्लबमधून वगळण्यात आले आहे.

- **साहित्य व ग्राउ** : दुसऱ्या ऊर्ध्वपातनासाठी वापरण्यात येणाऱ्या घटकांचे प्रमाण व फेणीचा ग्राउ असलेले अनेक फरक, १८ ते २५ दरम्यान ग्राउ ठेवण्याचे तसेच यातही २१ ग्राउला सर्वाधिक मान्यता असल्याचे सर्वेक्षण (२) नमूद करण्यात आले आहे (आकृती १, पाठ ३). जीआयमध्ये साहित्याचे नेमके प्रमाण व संकुचित ग्राउ यामुळे या पेशा वेगळे प्रमाण वा ग्राउ ठेवणाऱ्या उत्पादकांना जीआयचा लाभ मिळण्यापासून वगळण्यात आले आहे.

या सर्वांविषयी विवेचन करून या अभ्यासात फेणीचे प्रादेशिक महत्त्व व फेणीद्वारे स्थानिक प्रदेशाला कसे अधिकाधिक आर्थिक लाभ मिळतील याविषयी काही सूचना करण्यात आल्या आहेत. पहिला मुद्दा म्हणजे, काजूबोंडांची वाहतूक ही फेणीच्या दर्जावर बोट ठेवते; यामुळे गोव्यात फेणीनिर्मितीसाठी वापरण्यात येणारी काजूबोंडे गोळा करण्यासाठी प्रादेशिक सीमारेषा ठरवणे अधिक योग्य ठरेल. तसेच गोव्यातील काजू लागवडीचा विस्तार झाला असला तरी (तालिका २, पाठ ४) त्याच प्रमाणात फेणी उत्पादनाच्या सीमारेषांमध्येही तसाच विस्तार व्हावा असे काही नाही. त्यामुळे या अभ्यासात, फेणी उत्पादनक्षेत्राविषयी स्पष्ट सीमारेषा आखण्याची सूचना करण्यात आली आहे. फेणीनिर्मितीसाठी उत्तर गोवा जिल्हा ओळखला जातो त्याचप्रमाणे तालुकावार असे निकष बनवणे शक्य असल्याचेही सुचवण्यात आले आहे (तालिका ४, पाठ ४).

दुसरा मुद्दा म्हणजे, विविध ऊर्ध्वपातन प्रक्रियांचा अवलंब केला जात असल्याने जीआय-क्लबमध्ये कोणत्या उत्पादकांना समाविष्ट करण्यात आले आहे आणि कोणत्या उत्पादकांना वगळण्यात आले आहे याविषयीही प्रकाश टाकण्यात आला आहे. सर्वेक्षणातील माहितीनुसार, गोव्यातील सुमारे ७५ % फेणी उत्पादक हे 'एक्स्ट्रालोकल/मॉडर्न' पद्धतीचा वापर करत असल्याचे आढळून आल्याने या उत्पादक गटाला जीआय-निकषात स्थान मिळणे गरजेचे वाटते. तसेच साहित्याच्या प्रमाणाबाबत व फेणीच्या ग्राउबाबतही अनेक मतभेद असल्याचे आढळते. हे सारे लक्षात घेऊन, या अभ्यासात साहित्याचे प्रमाण (काजू बोंडे) (३), प्रक्रिया (द्वि-ऊर्ध्वपातन) व किमान ग्राउ किंवा ग्राउची मोठी रॅज याबाबत सूचना करण्यात आल्या आहेत. या सूचनांद्वारे उत्पादनातील वैविध्य, नवे तंत्रांचा, साहित्यांचा वापर करण्याविषयीची अधिक मुभा तर काही पद्धती वापरण्यास मनाई (उदा. सिंगल बॅच इंडस्ट्रिअल पद्धती) करण्यास सुलभ होईल असे सुचवण्यात आले आहे.

पाठ ४ मध्ये, जीआयमधील तरतुदी व फेणीच्या पुरवठा मार्गांविषयी विवेचन करण्यात आले आहे. अधिकांशाने झखुल्याफरुपातील फेणीचे सेवन केले जाते : ७५ % उत्पादक हे थेट किरकोळ विक्रेत्याला (रिटेलर) आपला माल पुरवतात तर ८० % रिटेलर हे स्वतः आपल्या स्वतःच्या मालकीच्या रेस्टॉरंटमध्येच फेणी विकतात. यामुळे या अभ्यासात दोन उपयुक्त पुरवठा मार्ग शोधण्यात आले आहेत.

- **छोटा व थेट** : उत्पादक व अंतिम ग्राहक वर्ग यांच्यासंबंधीचा हा मार्ग. थेट ग्राहकालाच फेणी पुरवणे किंवा उत्पादकाच्या स्वतःच्याच बार वा दुकानातून फेणी विकणे हा प्रकार आढळतो (आकृती ३, पाठ ४).

- **लांब व बॉटलड** : या मार्गात फेणीचे ब्रँड उपलब्ध आहेत. दुकानांमध्ये ते उपलब्ध असतात. या पुरवठा मार्गातील ग्राहक हे फेणीचा प्रामुख्याने कॉकटेलसाठीच वापर करतात (आकृती ४, पाठ ४).

या दोन्ही पुरवठा मार्गांमध्ये फेणीचा दर्जा व दर यात मोठी तफावत व

वैविध्य आढळते. यात पर्यटक वर्ग हा सामान्यतः लांब व बॉटल्ड मार्गाशीच संबंधित असतो. पर्यटकांमध्ये फेणीविषयी असलेले गैरसमज (चौकट १९, पाठ ४) व कॉकटेलसाठी फेणीला दिले जाणारे प्राधान्य (चौकट २०, पाठ ४) यामुळे फेणीला जागतिक ओळख मिळवून देण्यास पर्यटक असमर्थ ठरत असल्याचा निष्कर्ष या अभ्यासात काढण्यात आला आहे. तसेच फेणीची निर्यात ही मुख्यत्वे जगभर विखुरलेल्या अनिवासी गोमंतकीयच वापरत असल्याचेही आढळून येते.

छोट्या व थेट मार्गामध्ये उत्पादक व अंतिम ग्राहक यांच्या असलेल्या जवळच्या संबंधांमुळे तिसऱ्या मध्यस्थाला स्थानच नसते व यामुळे जीआयचा काही विशेष लाभ होईल असे वाटत नाही. तरी जे उत्पादक हे किरकोळ विक्री व बॉटलिंग व्यवसायातही आहेत त्यांना मात्र जीआयद्वारे आपला ग्राहकवर्ग विस्तारित करण्याची, आपल्या उत्पादनाचे ब्रँड निर्माण करण्याची मोठी संधी मिळू शकेल. तर लांब व बॉटल्ड मार्गच जीआयला प्राधान्य देईल. फेणीचा प्रसार करण्यासाठी व जीआय संकल्पनेला अधिक लोकप्रिय बनवण्यासाठी फेणी संघटनेने या क्षेत्रात अधिक जागृती करणे आणि ग्राहकवर्गात (विशेषतः पर्यटकांमध्ये) प्रसार करणे गरजेचे आहे.

सध्या जीआय निकषांमधून वगळण्यात आलेल्या निर्मितीपश्चात प्रक्रियांविषयीही या अभ्यासात प्रकाश टाकण्यात आला आहे. निर्मितीपश्चात प्रक्रियांविषयी निकष बनवल्यावर पुरवठा साखळीतील विविध टप्प्यांवर उत्पादनाचा दर्जा योग्य राखणे व फेणी निर्मितीत स्थानिक अर्थकारणाचे महत्त्व वाढणे (उदा. पॅकेजिंग व बॉटलिंगद्वारे) शक्य होईल. याविषयी टेक्निकाचे उदाहरण (चौकट २२, पाठ ४) पाहणे उपयुक्त ठरते. फेणी मुरवण्याविषयी (एजिंग) व बॉटलिंगविषयी काही किमान निकष बनवल्यास पारंपरिक पद्धतीचे संरक्षण तर होईलच शिवाय स्थानिक अर्थकारण साधणेही शक्य होईल.

काजू फेणीसारखाची गोव्यातील नारळ फेणीला दीर्घ इतिहास असूनही या उत्पादनाला फेणी-जीआयमध्ये स्थान दिले नसल्याबाबतही नाराजी व्यक्त करण्यात आली आहे. कायदेशीर दृष्ट्या नारळफेणीसाठी हे उत्पादक व ग्राहक यांना झफेणीफही परिभाषा वापरण्यापासून रोखणे अवघड आहे. यामुळे झफेणीफही परिभाषा केवळ काजूसाठी किंवा केवळ फेणी संघटनेच्या मालकीची राहिल याविषयी शंका निर्माण होते. यातून मार्ग काढण्यासाठी नारळ फेणीचाही जीआय निकषांमध्ये समावेश करणे व उत्पादनाच्या लेबलवर दोन्ही फेणीतील फरक स्पष्ट करणे सयुक्तिक ठरते. असा साऱ्या

सूचना, शंका उपस्थित करत, स्कॉच व मेझकल (चौकट २३, पाठ ५) प्रमाणे भविष्यात फेणी जीआयमध्येही उत्पादन वा ब्रँडमध्ये वैविध्य आणणे शक्य असल्याचे सुचवण्यात आले आहे. जीआय छत्रीखाली विविध उत्पादने कशी विकसित होतील व आपले स्थान कसे प्राप्त करतील याविषयीही प्रकाश टाकण्यात आला आहे. आजही फेणीत अशा प्रकारचे वैविध्य आढळते. फेणीचे भविष्यातील ब्रँड हे मूळ कोणते साहित्य वापरले आहे (काजू की नारळ), ऊर्ध्वपातन पद्धती (लावणी की एक्स्ट्रालोकल/मॉडर्न), सिंगल माल्ट (उदा. एकाच उत्पादकाचे उत्पादन) किंवा मिश्रण (अनेक उत्पादकांचे उत्पादन) आणि मद्यार्कश्रमता (उदा. ग्राउचा स्तर) यावरून विकसित करता येतील.

या सर्व सूचना थोडक्यातपणे अशा :

**फेणी संघटना** : उत्पादक, ग्राहक यांच्याशी नियमित संपर्क ठेवून विद्यमान जीआय-निकषांची चाचणी घेणे, योग्य बदल सुचवणे, त्याविषयी सर्व स्तरांमध्ये एकमत घडवणे व याद्वारे फेणीतील वैविध्य राखणे, फेणीच्या तसेच जीआय संकल्पनेच्या प्रसारासाठी उपक्रम राबवणे अशी मुख्य कामे या संघटनेला करावी लागतील.

**गोवा सरकार** : उत्पादक समूहांना जीआयद्वारे संरक्षण मिळवून देण्यासाठी प्रोत्साहित करणे, मदत करणे, विविध समूहांमध्ये एकमत घडवून आणण्यासाठी व्यासपीठ निर्माण करणे ही कामे करावी लागतील. तसेच एक सह-अर्जदार म्हणून नव्हे तर सरकारची व विविध सरकारी विभागांची निःपक्षता जपताना सर्वसमावेशक निर्णयप्रक्रिया राबवणे योग्य ठरेल.

**जीआय नोंदणी कार्यालय** : जीआय संकल्पनेचा प्रसार करण्यासाठी प्रोत्साहन देणे, माहिती उपलब्ध करणे, जीआय निकष ठरवताना स्थानिक अनुभवी प्रतिनिधींना आपल्या सल्लागार समूहात स्थान देणे ही कामे या कार्यालयाने करावीत. तसेच जीआय अर्जाची प्रसिद्धी त्या त्या स्थानिक प्रदेशांत व स्थानिक भाषेत प्रसिद्धी माध्यमांद्वारे करणे अधिक उपयुक्त ठरेल.

**भारत सरकार** : जीआय संकल्पनेचे नियमित पुनर्परीक्षण करावे. उत्पादनाची स्थानिक वैशिष्ट्ये कशी पाळली जातात आणि जीआय निकषांमुळे स्थानिक प्रदेशाचे अर्थकारण कसे जपले जाते याकडे बारकाईने लक्ष पुरवणे गरजेचे आहे. तसेच या परीक्षणामध्ये सल्लागार गट व जीआय अर्जाची प्रसिद्धी याबाबत जीआय नियमांमध्ये सुधारणा करण्याची गरजही स्पष्टपणे नमूद करण्यात यावी.

(१) काजूबोंडांचा रस किंवा नारळाची ताडी यापासून बनवलेल्या द्रवरूपातील उत्पादनाला झफेणीफअसे संबोधले जाते (चौकट १, पाठ १); तरी जीआयमध्ये केवळ काजूफेणीचाच विचार करण्यात आला आहे. यासाठी पाठ ४ मुळे नारळफेणीला जीआयमध्ये स्थान दिले नसल्याबाबतही विवेचन करण्यात आले आहे.

(२) मुखोपाध्याय, पी., एस. मयुरा व एस. मौर्य (२००८), झबेसलाइन सर्व्ह ऑफ फेनी इंडस्ट्रीफ, भौगोलिक स्वामित्व निर्देशक व फेणी यावरील ईएसआरसी संशोधन प्रकल्पासाठी शोध (नागपूर)ची निर्मिती. येथे उपलब्ध : [www.warwick.ac.uk/go/feni](http://www.warwick.ac.uk/go/feni)

(३) नारळ फेणीचे उदाहरण थोडक्यात नमूद करण्यात आले आहे.

## प्रकल्प प्रकाशने

या प्रकल्पाच्या माध्यमातून तयार झालेल्या प्रकाशनांमध्ये केस स्टडी ऑन फेनी तसेच काही जीआयसंदर्भातील सामान्य साहित्याचा समावेश आहे.

### फेनीसंदर्भातील प्रकाशने

प्रणव मुखोपाध्याय, एस. मयुर व एस. मौर्य (२००८), 'बेसलाइन सर्व्हे ऑफ दि फेनी इंडस्ट्री'. शोध, नागपूरद्वारे जीआय व फेनीवरील ईएसआरसी प्रकल्पासाठी निर्मिती.

द्विजेन रांगणेकर (२००८), 'हाउ टु मेक फेनी युनिकली गोवन', हेराल्ड (गोवा), २५ मे.

प्रणव मुखोपाध्याय, द्विजेन रांगणेकर (ड्राफ्ट), 'सोशल अँड इकॉनॉमिक गेन्स फ्रॉम फेनी'

द्विजेन रांगणेकर (ड्राफ्ट), 'मेकिंग प्लेस : नरेटिव्ह ऑन लोकेटिंग जीआयज'.

द्विजेन रांगणेकर (ड्राफ्ट), 'दि एक्सलुजन ऑफ क्लबज : जीआयज अँड दि सोशल कन्स्ट्रक्शन ऑफ कन्सेन्सस'

### जीआयसंदर्भातील प्रकाशने

द्विजेन रांगणेकर (आगामी, २००९), अतिथी संपादक, भौगोलिक निर्देशकांवर खास अंक, वर्ल्ड इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी जर्नल.

□

द्विजेन रांगणेकर)

द्विजेन रांगणेकर व संजय कुमार (आगामी, २००९), 'अनादर लुक अट बासमती : जेनेरिसिटी अँड दि प्रॉब्लेम्स ऑफ व ट्रान्सबॉर्डर जिऑग्राफिकल इंडिकेशन', वर्ल्ड इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी जर्नल (भौगोलिक निर्देशकांवर खास अंक, अतिथी संपादक, द्विजेन रांगणेकर)

द्विजेन रांगणेकर (आगामी, २००९), 'दि इंटेलेक्चुअल प्रापर्टीज ऑफ जिऑग्राफी', युरोपियन इंटेलेक्चुअल प्रापर्टी रिव्यू.

द्विजेन रांगणेकर (आगामी, २००९), 'नो 'लेमन्स' नो मोर : ए स्केच ऑन दि 'इकॉनॉमिक्स ऑफ जिऑग्राफिकल इंडिकेशन्स', इन कार्लोस एम. कोरिया, इडी, रिसर्च हँडबुक ऑन इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी लॉ अँड दि वल्डव्हाई ट्रेड ऑर्गनायझेशन्स, एडवर्ड एल्गार.

द्विजेन रांगणेकर (२००९), 'ए लड्डू फॉर पिनन्स ... ऑर गॉड्स ओन जीआय' इकॉनॉमिक टाइम्स, २३ एप्रिल

संशोधन प्रकल्पातील ही सर्व प्रकाशने व आगामी प्रकाशने प्रकल्पाच्या [www.warwick.ac.uk/go/feni](http://www.warwick.ac.uk/go/feni) या वेबसाइटवर उपलब्ध आहेत.

## आभार

अनेक लोक व संस्था यांच्या सहकार्याने हे संशोधन करण्यात आले आहे. सर्वप्रथम गोव्यातील प्रतिनिधी व संस्था ज्यांनी उदात्तपणे आपला वेळ, आपले ज्ञान यांच्याद्वारे मदत केली यांचे आम्ही आभारी आहोत. सर्वेक्षण, बैठका, भागीदारांच्या बैठका, मुलाखती यांच्या माध्यमातून उपक्रमामध्ये सहभागी झालेले उत्पादक, बॉटलर, विक्रेते यांचा यात समावेश आहे. त्यांनी फेणीसंबंधी अनेक सुरस कथा, अनुभव सांगताना या उत्पादन परंपरेविषयीच्या अभिमानाचेही दर्शन घडवले. त्यांच्यामुळे हे संशोधन पूर्ण करण्यात तसेच फेणी उत्पादनातील तसेच त्याच्या वापरामागे असलेल्या सामाजिक परिस्थितीचे ज्ञान मिळवण्याविषयीची माझी उत्सुकता वाढवण्यास मदत झाली. तसेच फेणीचे नियम व जीआय-अर्जाबाबत असलेले माझे विचार समजून घेणारे अनेक गोवा सरकारातील पदाधिकारी यांचेही मी आभारी आहे. त्यांचे ज्ञान, त्यांच्याकडे असलेली माहिती ही या संशोधनासाठी मार्गदर्शक ठरली. केंद्र सरकार तसेच जीआय नोंदणी कार्यालय येथील अधिकारीवर्गानेही मोलाचे सहकार्य करत माझे संशोधन पूर्ण करण्यात हातभार लावला. अशा व्यक्तींची यादी परिशिष्ट ५मध्ये देण्यात आली आहे.

तसेच सल्लागारगट, नागपुरातील एक सहकारी संस्था, गोव्यातील संशोधन पथक, वॉर्विक येथील एक विचारवंत व संशोधक सहाय्यक, या सर्वांचा त्यांनी दिलेल्या अनमोल सहकार्याबद्दल मी नेहमीच ऋणी राहीन. त्यांच्या सहभागातूनच या संशोधनकार्यास प्रेरणा मिळाली आहे आणि हा अहवाल म्हणजे त्यांनी केलेल्या मार्गदर्शनाचे प्रतिबिंब आहे.

या उपक्रमामध्ये उपसलेले कष्ट हे अविस्मरणीय आणि आव्हानात्मक आहेत. 'शोध'च्या पाठिंब्याशिवाय हे काम अशक्यच होते. प्रणव मुखोपाध्याय आणि कधीच नकार न देणारे संशोधक सहाय्यक एस. मौर्य व एस. मयूर यांचे विशेष आभार यादिकाणी मानलेच पाहिजेत. त्यांच्याच सल्ल्यामुळे, मी अनेक बैठका, मुलाखती घेऊ शकलो. विविध बैठका, मुलाखती यादरम्यान विविध भाषा, शब्दप्रयोग यांची ओळख झाली आणि या बैठका, मुलाखतीतील सर्व माहिती अतिशय समर्पक व योग्य प्रकारे शब्दबद्ध करणारे अश्विन तोंबट यांची मोठी मदत माझ्या संशोधनास झाली.

उपक्रमातील विविध घटक एकत्र करणे आणि हे संशोधन पूर्णत्वास नेणे हे एक मोठे दिव्यच अनुभवाला आले. यासाठी मी वार्विकमधील सहकाऱ्यांनी उत्तम सहकार्य व मदत केल्याबद्दल आभारी आहे. संपूर्ण उपक्रमादरम्यान टीना डेवीस यांचा मोलाचा पाठिंबा राहिला. विद्या यांनीही सफाईदारपणे विविध कामे पुरी केली.

असंख्य मित्र व विचारवंत हे माझ्या ज्ञानाचे, व कल्पनांचे स्रोत राहिलेले आहेत. या संशोधनाला मोलाचे साहाय्य ठरलेल्या साऱ्या चर्चा, संभाषणे येथे नमूद करणे शक्य नाही, पण खालील व्यक्तींचा येथे उल्लेख नमूद करणे आवश्यक आहे : प्रतीक्षा बक्षी, ब्रेन्ना भांडार, जेसन फर्नांडिस, नरेश फर्नांडिस, पेजी फ्रॉयर, अलिशा गिल, राहुल गोस्वामी, लॉरेन्स लियांग, लता नायर, जयन नायर, हेता पंडित, रॉशेल पिंटो व अलितो सिक्केरा. या संशोधनामध्ये जिथे लागेल तिथे मदत करणारा, नेहमीच मला प्रोत्साहन देणारा, हरहुन्नरी असा माझा भाऊ शरीफ यानेही या संशोधनकार्यात मोलाची साथ दिली आहे.

अर्थातच हे सारे आभारांचे ऋण साठले आहे ते ईएसआरसी अनुदानामुळे. त्यांनी दिलेले अनुदान, कोणत्याही अडथळ्याविना काम करण्यासाठी दिलेले त्यांचे सहकार्य यांचा मी शतशः ऋणी राहीन. हा उपक्रमाची कल्पना प्रणवच्या साथीने सुचली होती. तो नेहमीच माझा पाठीराखा राहिलेला आहे. हा अहवाल बनवण्यासाठीही त्याने अनेक नावीन्यपूर्ण कल्पना राबवल्या आहेत. शेवटी हे सारे संशोधन शब्दामध्ये मांडण्यासाठी ज्यांनी मदत केली त्यांचेही आभार मानलेच पाहिजेत. लिझ ओबीचे संपादनकौशल्य, पॉल डिबेनने केलेली आकर्षक रचना तर अल्फा क्रिएटिव्हने या अहवालाचे केलेला मराठी अनुवाद व त्याची केलेली अप्रतिम मांडणी यामुळे हे सारे संशोधन शब्दबद्ध होत आपल्या हातात पोचले आहे.

Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation (CSGR)  
University of Warwick  
Coventry CV4 7AL  
United Kingdom  
+44 (0) 24 765 72533  
+44 (0) 24 765 72548  
csgr@warwick.ac.uk



You are free to copy, distribute and display the work and to make derivative works under the following conditions:

Attribution: you must give the original author credit.

ISBN Number: 978-0-902683-94-5

Printed on paper derived from sustainably managed forests.

Design by Mustard: [www.mustardhot.com](http://www.mustardhot.com)

Photographs: Dwijen Rangnekar, except page 6

Marathi Version: Alpha Creative, Goa.

THE UNIVERSITY OF  
WARWICK