



लोक सभा के पटल पर
रखे जाने वाले कागजात

(अधिप्रमाणित)

08.12.25

श्री बी.एल. कर्मा
उपभोक्ता मामले, खाद्य एवं सार्वजनिक वितरण
राज्यमंत्री
भारत सरकार, नई दिल्ली

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण

वार्षिक रिपोर्ट
2024-2025

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए)

उपभोक्ता मामले विभाग,

कृषि भवन, नई दिल्ली 110001

<https://doqa.gov.in/ccpa>

विषय सूची

क्र. सं.	शीर्षक	पृष्ठ सं.
1.	परिचय	1-5
2.	केंद्रीय प्राधिकरण या महानिदेशक या जिला कलेक्टर द्वारा आदेशित या की गई जांच और पूछताछ	6
3.	केंद्रीय प्राधिकरण द्वारा पारित आदेश	7-19
4.	धारा 18 के तहत केंद्रीय प्राधिकरण की शक्ति और कर्तव्य i. दिशानिर्देश ii. हितधारक की समावेशिता:	20-21
5.	केन्द्रीय प्राधिकरण के आदेशों का कार्यान्वयन और जुर्माना लगाना	22-2
6.	अपील	24
7.	संचार या संदर्भ	25
8.	प्रशासन और स्थापना मामले	26
9.	उपभोक्ता जागरूकता	27
10.	बजट और लेखे	28
11.	सूचना का अधिकार अधिनियम, 2005 (आरटीआई)	29-30
12.	कार्यस्थल पर महिलाओं के यौन उत्पीड़न की रोकथाम	31

माननीय उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण तथा नवीन और नवीकरणीय ऊर्जा मंत्री, भारत सरकार का संदेश

भारत ने उपभोक्ता संरक्षण से संबंधित कानून में एक प्रगतिशील परिवर्तन देखा है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986, भारत में 'उपभोक्ता' की अवधारणा को मान्यता देने और उपभोक्ता को स्पष्ट अधिकार प्रदान वाला पहला कानून था। हालाँकि, वैश्विक आपूर्ति श्रृंखला का उद्भव और ई-कॉमर्स के तेजी से विकास ने उत्पादों और सेवाओं के लिए नया वितरण प्रणाली प्रदान किया और उपभोक्ताओं को नए अवसर प्राप्त हुए। साथ ही, इससे उपभोक्ता अनुचित व्यापार प्रथाओं और भ्रामक विज्ञापनों के नए प्रकारों से प्रभावित होते हैं। टेलिमार्केटिंग, डायरेक्ट सेलिंग और ई-कॉमर्स उपभोक्ता संरक्षण के लिए नई चुनौतियाँ खड़ी कर रहे हैं और इससे उपभोक्ता हानि को रोकने के लिए त्वरित हस्तक्षेप की आवश्यकता होती है। इसलिए, उपभोक्ताओं के अधिकारों को और अधिक सुदृढ़ करने के लिए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 को लागू किया गया। नए अधिनियम, 2019 के तहत, एक केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण की स्थापना की गई है, जो उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, भ्रामक विज्ञापनों और अनुचित व्यापार प्रथाओं से संबंधित कदम उठाएगी, जो एक वर्ग के रूप में उपभोक्ताओं पर प्रतिकूल प्रभाव डालती है।

वार्षिक रिपोर्ट 2024-2025 की अवधि के दौरान, सीसीपीए ने उपभोक्ता संरक्षण को सुदृढ़ करने और उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन को रोकने के उद्देश्य से विभिन्न पहलें कीं। इनमें ग्रीनवॉशिंग और भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम एवं विनियमन के लिए दिशानिर्देशों का जारी किया जाना, के साथ-साथ कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम हेतु दिशानिर्देश, 2025 भी शामिल हैं।

इसके अतिरिक्त, सीसीपीए ने उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, भ्रामक विज्ञापनों और विभिन्न क्षेत्रों में अनुचित व्यापार प्रथाओं के विरुद्ध खास तौर पर प्रवर्तन कार्रवाई की गई। इनमें खाद्य और स्वास्थ्य क्षेत्र में नोटिसों का जारी किया जाना, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर घटिया उत्पादों की बिक्री, कोचिंग इंडस्ट्री में भ्रामक विज्ञापन, कैब एग्रीगेटर्स, सरोगेट विज्ञापन, तथा प्रत्यक्ष बिक्री संस्थाओं द्वारा किए गए उल्लंघनों सहित अन्य मामलों में कार्रवाई शामिल हैं। प्राधिकरण ने कई आदेश भी जारी किए, जिनमें ऐसे निर्देश शामिल थे जो सुधारात्मक विज्ञापनों की आवश्यकता पर बल देते हैं, ताकि उत्पाद वारंटी से संबंधित दावे स्पष्ट, पारदर्शी और सटीक हों। इसके अतिरिक्त, सीसीपीए ने सेवा प्रदाताओं की वेब चेक-इन प्रक्रिया में उपभोक्ता-अनुकूल सुविधाओं को शामिल करना अनिवार्य किया और कोचिंग संस्थानों द्वारा जारी किए जाने वाले उन झूठे और भ्रामक विज्ञापनों को बंद करने का आदेश दिया, जिनमें प्रतियोगी परीक्षाओं से संबंधित महत्वपूर्ण सूचनाएँ छिपाई जाती थीं। इन प्रवर्तन प्रयासों के परिणामस्वरूप, दोषी संस्थाओं पर कुल ₹62 लाख के जुर्माने लगाए गए।

इस संदर्भ में, उपभोक्ता हितों और वैध व्यापारिक प्रथाओं के बीच उचित संतुलन बनाए रखना अत्यंत आवश्यक है। पारदर्शी, सुलभ और निर्बाध बाजार विकल्पों के माध्यम से उपभोक्ताओं को सशक्त बनाकर, हम एक निष्पक्ष, न्यायसंगत और उपभोक्ता-केंद्रित अर्थव्यवस्था को बढ़ावा देने के अपने संकल्प को निरंतर मजबूत करते हैं, जहाँ सूचित उपभोक्ता मांग राष्ट्रीय आर्थिक विकास का एक महत्वपूर्ण स्तंभ मानी जाती है।

प्रल्हाद जोशी

मुख्य आयुक्त का वक्तव्य:

वर्ष 2024-2025 के लिए केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) की वार्षिक रिपोर्ट प्रस्तुत करना मेरे लिए सौभाग्य की बात है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के तहत गठित सीसीपीए को एक वर्ग के रूप में उपभोक्ताओं के अधिकारों की रक्षा, संवर्धन और प्रवर्तन की शक्ति और कार्य सौंपे गए हैं। प्राधिकरण को उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, अनुचित व्यापार प्रथाओं, भ्रामक विज्ञापनों और अन्य मामलों में जांच करने का अधिकार है, जो उपभोक्ताओं के एक वर्ग के हितों पर प्रतिकूल प्रभाव डालते हैं। अपने वैधानिक अधिदेश के अनुसरण में, सीसीपीए माल को वापस मंगाने, कीमतों की प्रतिपूर्ति करने, भ्रामक विज्ञापनों को बंद करने या उनमें संशोधन करने तथा जुर्माना लगाने का निर्देश दे सकता है। इसके अतिरिक्त, प्राधिकरण जागरूकता अभियानों और दिशानिर्देश जारी करने के माध्यम से उपभोक्ता अधिकारों को बढ़ावा देने की दिशा में सक्रिय रूप से काम करता है।

समीक्षाधीन वर्ष के दौरान, सीसीपीए द्वारा जारी निर्देश के अनुसरण में, एक एयरलाइन ने अपनी वेब चेक-इन प्रक्रिया में उपभोक्ता-अनुकूल सुविधा शुरू की है। यह सुविधा उपभोक्ताओं को स्पष्ट रूप से सूचित करती है कि पसंदीदा सीट का चयन किए बिना भी चेक-इन पूरा किया जा सकता है, ऐसी स्थिति में सीट स्वतः आवंटित कर दी जाएगी। यह पारदर्शिता और सूचित उपभोक्ता विकल्प को बढ़ावा देने की दिशा में एक कदम है। एक अलग मामले में, एक ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर काम करने वाले विक्रेता को निर्देश दिया गया कि वह उन उत्पादों को वापस मंगाए और उपभोक्ताओं को उनकी प्रतिपूर्ति प्रदान करे जो लागू गुणवत्ता नियंत्रण आदेश का अनुपालन नहीं करते पाए गए। साथ ही, जुर्माना भी लगाया गया।

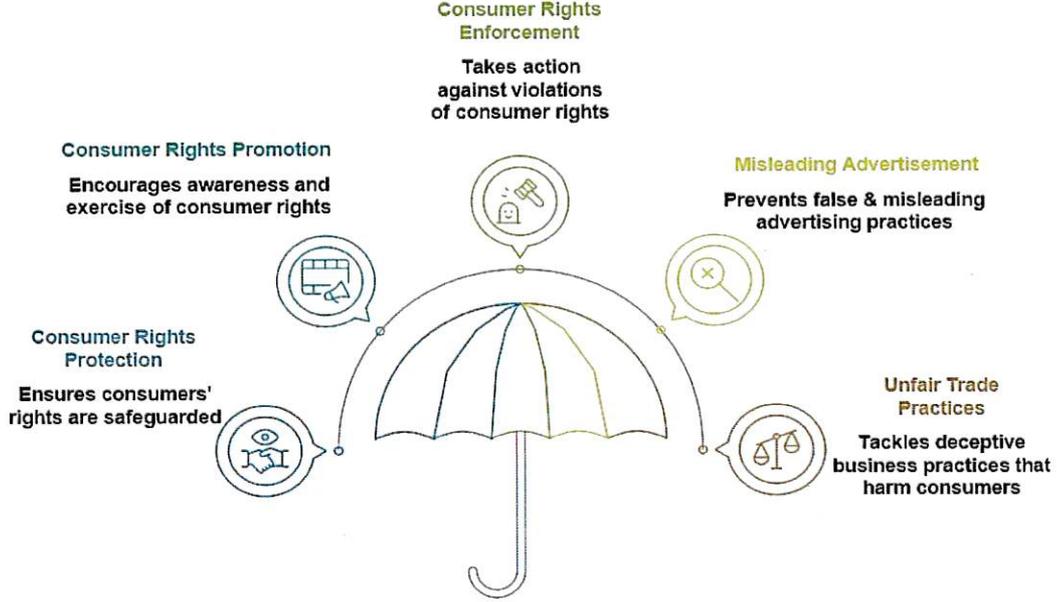
एक अन्य मामले में, सीसीपीए ने कोचिंग क्षेत्र में, विशेष रूप से विभिन्न प्रतियोगी परीक्षाओं के लिए झूठे और भ्रामक विज्ञापनों का प्रचलन पाया। इस संबंध में, इसने संबंधित संस्थानों को नोटिस जारी किए और बाद में कुछ मामलों में निर्देश जारी किए गए, जिसमें ऐसे भ्रामक विज्ञापनों को बंद करना अनिवार्य किया गया, और उपर्युक्त अधिनियम के प्रावधानों के अनुसार जुर्माना लगाया गया। इसके अलावा, एक कंपनी ने यह सुनिश्चित करने के लिए सुधारात्मक कार्रवाई की कि उत्पाद वारंटी से संबंधित विज्ञापनों में सटीक, स्पष्ट और पारदर्शी प्रकटीकरण हो, जिससे उपभोक्ता अधिकारों को कायम रखा जा सके और व्यावसायिक प्रथाओं को निष्पक्ष व्यापार और सत्य प्रतिनिधित्व के सिद्धांतों के साथ संरेखित किया जा सके।

निष्पक्ष व्यापार प्रथाओं को सुनिश्चित करने की अपनी प्रतिबद्धता के अनुरूप, सीसीपीए ने रिपोर्टिंग अवधि के दौरान दो प्रमुख दिशानिर्देश अधिसूचित किए, अर्थात् ग्रीनवाशिंग / भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024 और कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2024। इन दिशानिर्देशों का उद्देश्य भ्रामक विपणन प्रथाओं से उपभोक्ताओं की सुरक्षा करना तथा वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री के लिए सच्ची और पारदर्शी जानकारी सुनिश्चित करना है। केन्द्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा करने तथा बिक्री के लिए पेश किए जाने वाले सामान और सेवाओं के लिए नैतिक आचरण सुनिश्चित करने हेतु अपने मिशन के प्रति प्रतिबद्ध है।

निधि खरे

- क. परिचय:
(i.) उद्देश्य:

CCPA's Established on 24th July, 2020
for safeguarding Rights of Consumer as a Class



उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 (जिसे आगे पूर्वोक्त कहा जाएगा) में उल्लिखित उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए 24 जुलाई, 2020 को केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण की स्थापना की गई।

सीसीपीए को उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, भ्रामक विज्ञापन और अनुचित व्यापार प्रथा से संबंधित मामलों में उपभोक्ता वर्ग के अधिकारों की रक्षा, संवर्धन और प्रवर्तन के लिए अपने व्यवसाय के आवंटन को विनियमित करने का कार्य सौंपा गया है।

इसमें यह सुनिश्चित करने की शक्ति निहित है कि कोई भी व्यक्ति ऐसी वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री के लिए किसी भी कार्य में संलग्न नहीं होगा जो उक्त अधिनियम या इसके तहत बनाए गए नियमों और विनियमों के प्रावधानों का उल्लंघन करता हो।

सीसीपीए में निहित शक्तियों का प्रयोग करते हुए, उपभोक्ताओं के अधिकारों को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न कदम उठाए गए हैं और तदनुसार नोटिस और दिशा-निर्देश जारी किए गए।

(ii.) प्रमुख उपलब्धियां:

समीक्षाधीन वर्ष के दौरान सीसीपीए द्वारा कई कदम उठाए गए हैं, इसमें उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन भ्रामक विज्ञापन और अनुचित व्यापार प्रथा के खिलाफ कार्रवाई शामिल है। इसमें:

क. ग्रीनवाशिंग की रोकथाम और विनियमन/भ्रामक पर्यावरण संबंधी दावे, 2024 के लिए दिशानिर्देश और कोचिंग सेक्टर में भ्रामक विज्ञापन की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2024।

- ख. सीसीपीए द्वारा जारी निर्देशों के अनुसार, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर काम करने वाले एक विक्रेता को क्यूसीओ का पालन न करने पर उपभोक्ताओं को बेचे गए संबंधित उत्पाद को वापस लेने और उसकी कीमत वापस करने का निर्देश दिया गया। इसके अतिरिक्त, जुर्माना भी लगाया गया। उक्त निर्देशों का अनुपालन करने पर, मामले को बंद माना गया।
- ग. एक एयरलाइन ने अपनी वेब चेक-इन प्रक्रिया में एक उपभोक्ता-अनुकूल सुविधा शामिल की है, जिससे उपभोक्ता अपनी पसंदीदा सीट चुने बिना ही चेक-इन कर सकेंगे, और ऐसी स्थिति में सीट स्वतः ही आवंटित हो जाएगी। यह उपाय पारदर्शिता को बढ़ावा देता है और सूचित उपभोक्ताओं को निर्णय लेने में सुविधा प्रदान करता है।
- घ. इसके अलावा, सुधारात्मक विज्ञापन के लिए उपाय किए गए ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि उत्पाद वारंटी से संबंधित विज्ञापनों में उनके नियमों और शर्तों के बारे में सटीक, स्पष्ट और पारदर्शी खुलासे हों, जिससे निष्पक्ष प्रकटीकरण के सिद्धांतों का अनुपालन सुनिश्चित हो और उपभोक्ता अधिकारों की सुरक्षा हो।
- ङ. कोचिंग संस्थानों से संबंधित मामलों में निर्देश जारी किए गए, जिनमें पिछले वर्षों से जारी विज्ञापन भी शामिल हैं और विभिन्न प्रतियोगी परीक्षाओं से संबंधित झूठे और भ्रामक विज्ञापनों को बंद करने का आदेश दिया गया, जिनमें महत्वपूर्ण जानकारी छिपाई गई थी। इसके अतिरिक्त, संबंधित संस्थानों पर उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के प्रावधानों के अनुसार जुर्माना भी लगाया गया।

(iii.) समीक्षाधीन वर्ष:

वर्ष 2024-2025 के दौरान सीसीपीए में निहित शक्तियों का प्रयोग करते हुए उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने तथा उनके अधिकारों को बढ़ावा देने के लिए कई कदम उठाए गए हैं। इन प्रयासों के परिणामस्वरूप नोटिस, आदेश और नोटिस और दिशा-निर्देश जारी किए गए हैं।

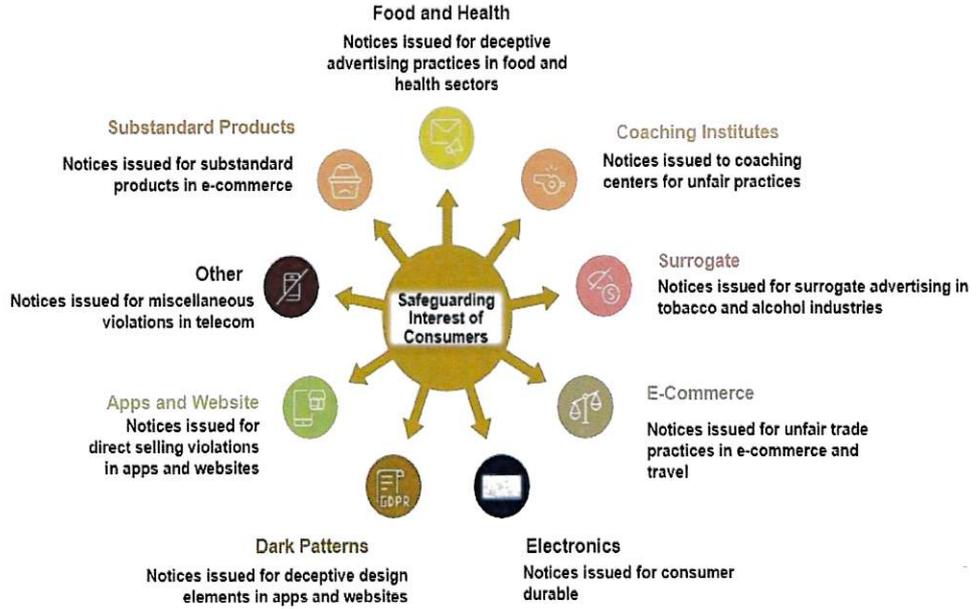
(iv.) विधायी कार्य:

उपभोक्ताओं के अधिकारों की रक्षा के लिए, एक वर्ग के रूप में सीसीपीए ने ग्रीनवाशिंग/भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024 और कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापन की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2024 जारी किए हैं।

(v.) क्षेत्रवार स्थापित किए गए मामले:

यह सुनिश्चित करने के लिए कि कोई भी व्यक्ति उक्त अधिनियम के प्रावधानों का उल्लंघन न करे, सीसीपीए ने एक वर्ग के रूप में उपभोक्ताओं के अधिकारों और हितों को सुरक्षित करने के लिए 79 नोटिस जारी किए हैं। इस संदर्भ में, व्यापक क्षेत्रवार वर्गीकरण का विवरण नीचे दिया गया है:

Sectors where Notices were issued for violation of consumer rights misleading advertisement, and unfair trade practice



क्र. सं.	प्रकार	क्षेत्र	वर्ग	जारी किए गए नोटिस की संख्या
1	भ्रामक विज्ञापन	खाद्य/स्वास्थ्य और कल्याण	खाद्य एवं पेय पदार्थ या चिकित्सा उत्पाद परामर्श	8
		कोचिंग संस्थान	यूपीएससी सिविल सेवा / आईआईटी / नीट और अन्य	16
		सुरोगेट	तम्बाकू और शराब	4
2	अनुचित व्यापार प्रथा	ई-कॉमर्स	टूर एंड ट्रेवल्स	8
		इलेक्ट्रॉनिक्स	कंज्यूमर ड्यूरेबल्स	9
			ऐप्स और वेबसाइट - डार्क पैटर्न	13
		ऐप्स और वेबसाइट	प्रत्यक्ष बिक्री	17
		अन्य	दूरसंचार	2
3	उपभोक्ता अधिकारी का उल्लंघन	ई-कॉमर्स	घटिया उत्पाद	2
समीक्षाधीन वर्ष के दौरान जारी कुल नोटिस				79

(vi.) आउटरीच कार्यक्रम:

- क. केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) ने जागो ग्राहक जागो (जेजीजे) अभियान के माध्यम से आउटरीच कार्यक्रम शुरू किए हैं और उपभोक्ता अधिकारों, अनुचित व्यापार प्रथाओं और शिकायत निवारण के लिए उपलब्ध तंत्रों के बारे में स्पष्ट, समय पर और कार्रवाई योग्य जानकारी का प्रसार करके उपभोक्ताओं को सशक्त बनाने की दिशा में लगातार काम कर रहा है। इसमें सोशल मीडिया हैंडल जैसे ट्विटर, इंस्टाग्राम, यू-ट्यूब, व्हाट्सएप चैनल आदि पर इन्फोग्राफिक्स/वीडियो/पॉडकास्ट के रूप में जानकारी शामिल है। इसके अलावा, सीसीपीए के हस्तक्षेप और विनियामक कार्यों के बारे में उपभोक्ता जागरूकता के लिए मेलों/त्योहारों (महाकुंभ 2025, आईटीपीओ आदि) में भाग लिया गया।
- ख. वित्तीय वर्ष 2024-25 के दौरान, विभाग के आधिकारिक हैंडल के माध्यम से 1000 से अधिक सोशल मीडिया पोस्ट प्रसारित किए गए, जिनमें सीसीपीए की कार्रवाइयों के बारे में विस्तारपूर्वक बताया गया, उल्लंघनकर्ताओं पर लगाए गए दंड पर प्रकाश डाला गया और भ्रामक विज्ञापनों, अनुचित व्यापार प्रथाओं और डार्क पैटर्न जैसे मुद्दों पर उपभोक्ताओं को शिक्षित किया गया। इन पोस्टों में #ConsumerAwareness, #MisleadingAds, और #DarkPatterns जैसे हैशटैग का बार-बार इस्तेमाल किया गया और इन्हें आकर्षक क्रिएटिव, इन्फोग्राफिक्स और छोटे वीडियो के साथ समर्थित किया गया। कोचिंग सेंटर्स, प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म, सेवा शुल्क वसूलने वाले रेस्टोरेंट्स और राइड-हेलिंग कंपनियों के खिलाफ कार्रवाई के प्रचार पर विशेष जोर दिया गया, जिससे न केवल सख्त रोकथाम हुई बल्कि जन जागरूकता भी बढ़ी।
- ग. मोबाइल और इलेक्ट्रॉनिक्स क्षेत्र में मरम्मत के अधिकार पर राष्ट्रीय सम्मेलनों में भागीदारी, उद्योग के हितधारकों के साथ डार्क पैटर्न और मानकों पर सम्मेलन में भाग लिया गया, जिसमें हितधारकों के लिए उपभोक्ता अधिकारों पर प्रकाश डाला गया।
- घ. इसके अतिरिक्त, राष्ट्रीय उपभोक्ता अधिकार दिवस के साथ-साथ विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के अवसर पर राष्ट्रीय कार्यशाला का आयोजन किया गया।

(vii.) उपभोक्ताओं पर प्रभाव:

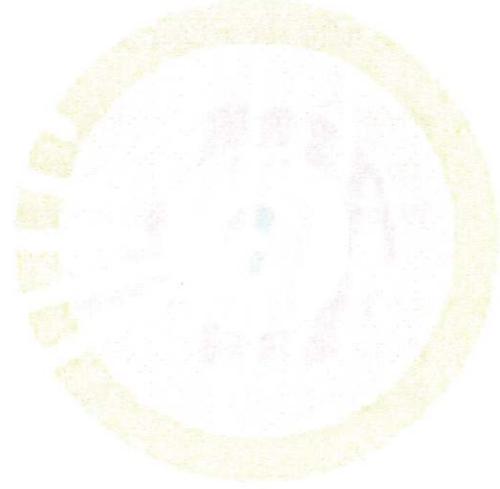
- क. उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, भ्रामक विज्ञापन और अनुचित व्यापार प्रथा के मुद्दों से निपटने के लिए सीसीपीए द्वारा विभिन्न कदम उठाए गए हैं जैसे:
- ख. केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) द्वारा जारी निर्देशों के अनुसार, वेब चेक-इन प्रक्रिया में एक सुविधा शामिल की गई है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि उपभोक्ताओं को प्रत्यक्ष रूप से, स्पष्ट रूप से और साफ-साफ सूचित किया जाए कि चेक-इन प्रक्रिया पसंदीदा सीट का चयन किए बिना पूरी की जा सकती है, और ऐसे मामलों में, एक सीट स्वचालित रूप से आवंटित की जाएगी।

- ग. उपभोक्ताओं के सूचित किए जाने के अधिकार की सुरक्षा को आगे बढ़ाते हुए, कंपनियों ने उत्पाद वारंटी के नियमों और शर्तों के संबंध में सत्य और पारदर्शी खुलासे को शामिल करने के लिए अपने विज्ञापनों को संशोधित किया है।
- घ. सीसीपीए के निर्देशों के अनुपालन में, कोचिंग उद्योग में कार्यरत संस्थानों ने अपने विज्ञापनों में स्पष्ट, सटीक और पारदर्शी जानकारी प्रदान करने की प्रथा शुरू की है।
- ङ. सीसीपीए के निर्देशों के अनुसार, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर विक्रेताओं ने त्वचा को गोरा करने वाले उत्पादों से संबंधित झूठे और भ्रामक विज्ञापनों का प्रकाशन बंद कर दिया है, जिससे जिम्मेदार विज्ञापन प्रथाओं को बढ़ावा मिलेगा और उपभोक्ता हितों की रक्षा होगी।
- च. उपभोक्ताओं के अधिकारों के हित में ग्रीनवाशिंग/भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024 और कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापन की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2024 भी जारी किए गए।

ख. केंद्रीय प्राधिकरण या महानिदेशक या जिला कलेक्टर द्वारा आदेशित या की गई जांच और पूछताछ:

Importance of Investigation Wing

- Central Authority**
Causes investigation 1
- Investigators**
Conduct the investigation 2
- Evidence**
Gathered to support claims 3
- Testimonies**
Verification of the evidence / claims 4
- Documentation**
Records and papers 5



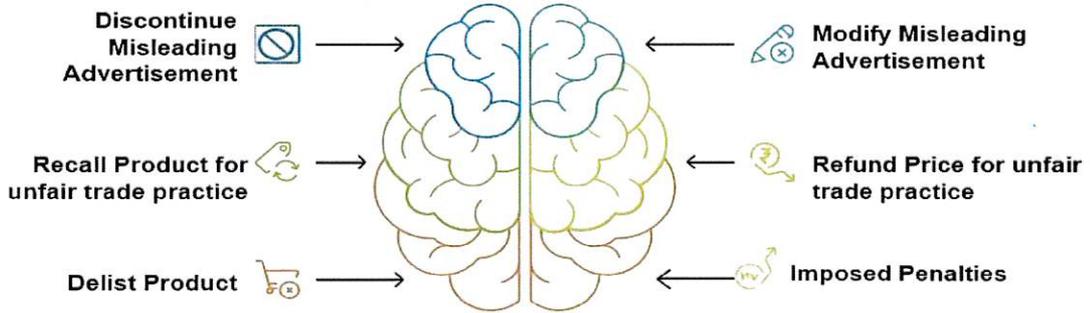
यदि उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, भ्रामक विज्ञापन और अनुचित व्यापार व्यवहार का प्रथम दृष्टया मामला मौजूद है, तो केंद्रीय प्राधिकरण को उक्त अधिनियम की धारा 19(1) के तहत महानिदेशक (जांच) (डीजी) या जिला कलेक्टर (डीसी) द्वारा जांच कराने का अधिकार है। समीक्षाधीन वर्ष के दौरान, सीसीपीए ने महानिदेशक, डीसी द्वारा जांच कराई तथा आवश्यकतानुसार अन्य क्षेत्र नियामकों से भी जानकारी प्राप्त की गई।

ग. केंद्रीय प्राधिकरण द्वारा पारित आदेश:

केंद्रीय प्राधिकरण ने उक्त अधिनियम की धारा 20 और 21 के तहत भ्रामक विज्ञापनों को बंद करने/संशोधित करने, अनुचित व्यापार प्रथा के मामले में कीमत वापस करने और उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन के मामले में उत्पाद को सूची से हटाने के आदेश पारित किए हैं।

क. केंद्रीय प्राधिकरण द्वारा पारित आदेशों का संक्षिप्त विवरण नीचे दी गई तालिका में दिया गया है:

Orders Issued to Safeguard the Interest of Consumers



क्र. सं.	कंपनी / विनिर्माता / उत्पाद विक्रेता का नाम	मामले का सारांश - मुद्दा और निर्देश
1.	एक्साइड इंडस्ट्रीज लिमिटेड	<p>मुद्दा: किसी भी डेटा या मार्केटिंग अध्ययन रिपोर्ट के बिना कंपनी ने यूट्यूब के प्लेटफॉर्म और कंपनी की अपनी वेबसाइट पर अपनी एक्साइड इनवा ट्यूबलर बैटरी के लिए एक विज्ञापन प्रकाशित करके दावा किया कि यह उत्पाद "भारत की नंबर 1 इन्वर्टर बैटरी" है।</p> <p>निर्देश: सभी प्रकार के इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया से भ्रामक विज्ञापन को तत्काल प्रभाव से बंद करने का निर्देश जारी किया गया। अन्य बातों के साथ-साथ, "भारत की नंबर 1 इन्वर्टर बैटरी" का दावा करने वाले झूठे और भ्रामक विज्ञापन के प्रकाशन के लिए ₹2,00,000/- का जुर्माना लगाया गया, जिसे भ्रामक और उपभोक्ताओं के हितों के लिए हानिकारक पाया गया। यह जुर्माना विपक्षी पक्ष के आचरण को देखते हुए भी लगाया गया, जिसमें उसने वह रिपोर्ट देने से इंकार कर दिया, जो कथित रूप से उक्त दावे का आधार बनी थी।</p>

		<p>नौकरी की गारंटी देता है! आरबीआई, सेबी और नाबार्ड परीक्षाओं में सफलता पाने के लिए बेहतरीन गाइड! जल्दी करें! इस निःशुल्क गाइडेंस प्रोग्राम को हाथ से न जाने दें, अभी अपना निःशुल्क स्थान क्लेम करें!"</p> <p>यह पाया गया कि 180 में से 135 अभ्यर्थी निःशुल्क पाठ्यक्रमों (आईजीपी या दैनिक एवं मासिक समसामयिकी समाचार) में नामांकित थे तथा शेष 45 अभ्यर्थी एजेसी द्वारा उपलब्ध कराए गए सशुल्क पाठ्यक्रमों में नामांकित थे। संस्थान ने जानबूझकर महत्वपूर्ण जानकारी छिपाई, सीट उपलब्धता के बारे में झूठी तात्कालिकता उत्पन्न की तथा सफल छात्रों द्वारा चुने गए पाठ्यक्रमों के प्रकार और अवधि के बारे में बढ़ा-चढ़ाकर दावे किए, जो एक प्रकार का डार्क पैटर्न भी था।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹3,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया है। संस्थान ने सीसीपीए के निर्देशों का अनुपालन किया।</p>
8.	दृष्टि आईएस	<p>मुद्दा: संस्थान ने अपनी आधिकारिक वेबसाइट पर निम्नलिखित दावे करते हुए भ्रामक विज्ञापन प्रकाशित किए:</p> <p><i>"यूपीएससी सीएसई 2021 में 150 से अधिक चयन"</i></p> <p>इसके अलावा, सीसीपीए ने पाया कि संस्थान ने 161 उम्मीदवारों की सूची प्रस्तुत की थी। इनमें से 148 को निःशुल्क इंटरव्यू गाइडेंस प्रोग्राम (आईजीपी) में नामांकित किया गया था। इस तथ्य का खुलासा न करना महत्वपूर्ण जानकारी को छुपाने के बराबर है।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। साथ ही, ₹3,00,000 का जुर्माना भी लगाया गया है। संस्थान ने सीसीपीए के निर्देशों का अनुपालन किया।</p>
9.	ऑल्टरनेट लर्निंग सिस्टम्स (एएलएस आईएस)	<p>मुद्दा: एएलएस आईएस ने अपनी वेबसाइट पर भ्रामक विज्ञापन प्रकाशित कर दावा किया कि:</p> <p><i>"कुल चयन 156"</i></p> <p><i>"शीर्ष 10 में 4"</i></p> <p><i>"शीर्ष 150 में 10"</i></p> <p><i>"भारत का सबसे बड़ा कोचिंग नेटवर्क"</i></p> <p><i>"आईएस रैंक 1- आईएस परीक्षा में चार बार अखिल भारतीय प्रथम रैंक"</i></p> <p><i>"पिछले 21 वर्षों में 3291+ सफल उम्मीदवार"</i></p>

		<p>“हर साल लगातार 20% चयन होते हैं” “2022 सिविल सेवा परिणाम में 126 चयन”</p> <p>यह पाया गया कि संस्थान ने सफल अभ्यर्थियों के नाम और चित्र प्रमुखता से प्रदर्शित किए तथा उनके द्वारा उपलब्ध कराए जाने वाले विभिन्न प्रकार के पाठ्यक्रमों का विज्ञापन अपनी आधिकारिक वेबसाइट पर दिया। हालाँकि, यूपीएससी परीक्षा 2022 में उक्त सफल उम्मीदवारों द्वारा चुने गए पाठ्यक्रम के संबंध में जानकारी छिपाई गई थी।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹10,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया है। हालांकि, संस्थान ने राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग में अपील दायर की है।</p>
10.	वाजीराव एंड रेड्डी इंस्टीट्यूट	<p>मुद्दा: संस्थान ने अपने विज्ञापन में निम्नलिखित दावे किए: “यूपीएससी सीएसई 2022 में 933 में से 617 चयनित” “शीर्ष 10 एआईआर में 7” “शीर्ष 20 एआईआर में 16” “शीर्ष 50 एआईआर में 39” “शीर्ष 100 एआईआर में 72” “भारत में शीर्ष यूपीएससी कोचिंग संस्थानों की सूची में हम प्रथम स्थान पर हैं”</p> <p>सीसीपीए ने पाया कि सभी 617 सफल उम्मीदवारों को इंटरव्यू गाइडेंस प्रोग्राम में नामांकित किया गया था, जो “निःशुल्क” प्रदान किया गया था। संस्थान ने महत्वपूर्ण जानकारी छिपाई जो भ्रामक विज्ञापन है। इसके अलावा, संस्थान इस दावे को प्रमाणित करने के लिए कोई साक्ष्य प्रस्तुत करने में विफल रहा, जिसे इस प्रकार प्रकाशित किया गया था कि " भारत में शीर्ष यूपीएससी कोचिंग संस्थानों की सूची में हम प्रथम स्थान पर हैं"।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹7,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया था। हालांकि, संस्थान ने राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग में अपील दायर की है।</p>

11.	शुभ्रा रंजन आईएएस स्टडी	<p>मुद्दा: संस्थान ने अपनी आधिकारिक वेबसाइट, फेसबुक और प्लेटफॉर्म X सहित ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों पर निम्नलिखित दावों के साथ भ्रामक विज्ञापन प्रकाशित किए:</p> <p>“शीर्ष 100 में 13 छात्र” “शीर्ष 200 में 28 छात्र” “शीर्ष 300 में 39 छात्र”</p> <p>सीसीपीए ने पाया कि संस्थान विभिन्न प्रकार के पाठ्यक्रम प्रदान करता है, फिर भी वह विज्ञापन में सफल अभ्यर्थियों द्वारा चुने गए पाठ्यक्रमों के बारे में स्पष्ट रूप से जानकारी देने में विफल रहा। इसके अलावा, संस्थान ने अपने विज्ञापनों और लेटरहेड में "शुभ्रा रंजन आईएएस" और "शुभ्रा रंजन आईएएस के छात्र" जैसे शब्दों का इस्तेमाल किया है, जिससे यह भ्रामक धारणा बनती है कि श्रीमती शुभ्रा रंजन एक आईएएस अधिकारी हैं/थीं।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹2,00,000 का जुर्माना भी लगाया गया है। संस्थान ने सीसीपीए के निर्देशों का अनुपालन किया।</p>
12.	स्टडीआईक्यू आईएएस (स्टडीआईक्यू एजुकेशन प्राइवेट लिमिटेड)	<p>मुद्दा: संस्थान ने अपने आधिकारिक प्लेटफॉर्म जैसे यूट्यूब, फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर, लिंकडइन और अखबारों में भ्रामक विज्ञापन दिए। निम्नलिखित दावे किए गए:</p> <p>“यूपीएससी सीएसई 2023 में 120+ चयन” “सफलता पक्का ऑफर” “चयन पक्का ऑफर”</p> <p>संस्थान ने “यूपीएससी सीएसई 2023 में 120+ चयन” का दावा करते हुए विज्ञापन में सफल उम्मीदवारों की तस्वीरों का प्रमुखता से उपयोग किया था और जानबूझकर उनमें से प्रत्येक द्वारा चुने गए विशिष्ट पाठ्यक्रमों को छिपाया था। इसके अलावा, यह "सफलता पक्का प्रस्ताव और चयन पक्का प्रस्ताव" शब्दों को प्रमाणित करने में विफल रहा।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹7,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया था। स्टडीएलक्यू आईएएस ने राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग के समक्ष अपील दायर की है।</p>

13.	एज आईएएस	<p>मुद्दा: एज आईएएस ने अपने प्रकाशित विज्ञापन में यूपीएससी सिविल सेवा परीक्षा 2023 के सफल उम्मीदवारों की फोटो और नाम प्रमुखता से प्रकाशित किए। हालांकि, यह पाया गया कि संस्थान विभिन्न प्रकार के पाठ्यक्रम प्रदान करता है, फिर भी सफल अभ्यर्थियों द्वारा चुने गए पाठ्यक्रमों का खुलासा नहीं किया गया तथा महत्वपूर्ण जानकारी भी छिपाई गई। इसके बाद, सीसीपीए ने पाया कि अधिकांश सफल उम्मीदवारों ने इंटरव्यू गाइडेंस प्रोग्राम में भाग लिया, जो प्रीलिम और मुख्य परीक्षा उत्तीर्ण करने के बाद ही लागू होता है। लेकिन यह पाठ्यक्रम विज्ञापन में सूचीबद्ध ही नहीं था।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹1,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया था। हालांकि, संस्थान ने राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग में अपील दायर की है।</p>
14.	विजन आईएएस	<p>मुद्दा: संस्थान ने अपने आधिकारिक प्लेटफॉर्म पर भ्रामक विज्ञापन जारी कर दावा किया कि:</p> <p><i>“विजन आईएएस के विभिन्न प्रोग्राम से सीएसई 2020 में शीर्ष 10 चयनों में 10”.</i></p> <p>सीसीपीए ने पाया कि संस्थान कई तरह के पाठ्यक्रम प्रदान करता है और वर्तमान मामले में केवल 2 उम्मीदवारों ने अन्य पाठ्यक्रमों के साथ-साथ फाउंडेशन कोर्स भी लिए हैं, 8 ने प्रीलिम और मुख्य परीक्षा से संबंधित टेस्ट सीरीज़ ली हैं और 2 ने केवल अभ्यास परीक्षा (प्रीलिम परीक्षा के लिए मॉक टेस्ट) ली है। हालांकि, विज्ञापन में यह जानकारी नहीं दी गई थी।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश जारी किया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹3,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया था। हालांकि, संस्थान ने राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग में अपील दायर की है।</p>

15.	आईआईटियन प्रशिक्षण केंद्र प्रा. लिमिटेड (आईआईटीपीके)	<p>मुद्दा: संस्थान ने अपने आधिकारिक प्लेटफॉर्म पर भ्रामक विज्ञापन जारी कर दावा किया कि:</p> <p>आईआईटीपीके द्वारा पिछले 21 वर्षों में 1384 आईआईटी-रैंक।</p> <p>आईआईटीपीके के छात्रों ने 2023 की सभी परीक्षाएं उत्तीर्ण कीं।</p> <p>वर्ष दर वर्ष उच्चतम सफलता अनुपात।</p> <p>21 वर्षों में सर्वोत्तम सफलता अनुपात।</p> <p>सफलता अनुपात 61%” “रिटेंशन अनुपात 97.5%.</p> <p>उम्मीदवारों के नाम और फोटो के सामने प्रमुख और बोल्ड '1' और '2' प्रतीकों के साथ "आईआईटी टॉपर", "एमएचटी गेट टॉपर", "नीट टॉपर", "बारहवीं सीबीएसई टॉपर" और "बारहवीं एचएससी टॉपर" जैसे शब्दों का प्रयोग किया गया।</p> <p>संस्थान उपरोक्त दावों को प्रमाणित करने में विफल रहा। इसके अलावा, यह भी पाया गया कि आईआईटीपीके ने जानबूझकर यह जानकारी छिपाई कि ये छात्र केवल संस्थान के भीतर ही टॉपर थे, राष्ट्रीय स्तर पर नहीं, जिससे संस्थान की सफलता दर के बारे में भ्रामक धारणा बनी।</p> <p>निर्देश: भ्रामक विज्ञापन को तुरंत बंद करने का निर्देश दिया गया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, ₹3,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया था।</p>
16.	फिलंटो लर्निंग सॉल्यूशंस	<p>मुद्दा: संस्थान ने झूठा और भ्रामक दावा किया, जिसमें उसने खुद को "भारत का नंबर 1 प्रीस्कूल प्रोग्राम" और "भारत का नंबर 1 प्रीस्कूल प्रोग्राम डिलीवर्ड होम" के रूप में प्रकाशित किया। ये दावे किसी भी डेटा या अध्ययन रिपोर्ट/सर्वेक्षण द्वारा समर्थित नहीं थे।</p> <p>निर्देश: सीसीपीए द्वारा संज्ञान लेने पर, संस्थान ने भ्रामक विज्ञापन को बंद कर दिया, क्योंकि यह उपभोक्ता वर्ग को प्रभावित करता है। इसके अलावा, सीसीपीए द्वारा यह निर्देश भी जारी किया गया कि वे इस आशय का वचन/माफ़ीनामा प्रस्तुत करें कि वे कोई भी भ्रामक दावा दोबारा नहीं करेंगे। अनुपालन करने पर मामला बंद कर दिया गया।</p>
17.	बज बज रिफाइनरीज़ लिमिटेड	<p>मुद्दा: बज बज रिफाइनरीज़ कंपनी ने अपने "डॉक्टर्स चॉइस" विज्ञापनों के माध्यम से उपभोक्ताओं को गुमराह किया, जिसमें उसने अपने खाना पकाने के तेल को डॉक्टरों द्वारा अनुशंसित बताया तथा बिना उचित अस्वीकरण के अस्वास्थ्यकर तले हुए खाद्य पदार्थ प्रदर्शित किए।</p>

		<p>निर्देश: सीसीपीए ने बज बज रिफाइनरीज़ लिमिटेड को उसके ब्रांड नाम "डॉक्टर्स चॉइस" के संबंध में लेबल पर उचित स्थान पर कम से कम 3 मिमी आकार में एक अस्वीकरण प्रदर्शित करने का निर्देश दिया, जिसमें कहा गया हो कि - "यह केवल एक ब्रांड का नाम या व्यापार चिह्न है और इसकी वास्तविक प्रकृति का प्रतिनिधित्व नहीं करता है" जैसा कि खाद्य सुरक्षा और मानक (विज्ञापन और दावे) विनियम, 2018 के विनियमन 4(7) के तहत आवश्यक है। कंपनी ने सीसीपीए के निर्देशों का अनुपालन किया।</p>
18.	मेसर्स हिंदवेयर होम इनोवेशन लिमिटेड	<p>मुद्दा: कंपनी की आधिकारिक वेबसाइट और अन्य ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों पर प्रकाशित भ्रामक विज्ञापन के मामले में कार्रवाई की गई, जिसमें उसने 'टी एंड सी लागू' की आड़ में अपने उत्पाद रसोई चिमनी पर "लाइफटाइम वारंटी#" का दावा किया और जानबूझकर वारंटी की वास्तविक अवधि के लिए महत्वपूर्ण जानकारी छिपाई।</p> <p>निर्देश: सभी इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में विज्ञापन को तत्काल प्रभाव से बंद करने का निर्देश जारी किया गया और "लाइफटाइम वारंटी#" के भ्रामक दावे के लिए ₹1,00,000/- का जुर्माना भी लगाया गया। कंपनी ने सीसीपीए के निर्देशों का अनुपालन किया।</p>
19.	विजय सेल्स (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड	<p>मुद्दा: गामा पोर्टल के माध्यम से प्राप्त शिकायत के आधार पर, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) ने पाया कि विजय सेल्स ने फेसबुक और इन्स्टाग्राम जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर कम कीमत पर ऐपल आईपैड का विज्ञापन प्रकाशित किया था। हालाँकि, इसकी वेबसाइट पर वास्तविक कीमत ज़्यादा थी। मेटा प्लेटफॉर्म से उत्पन्न तकनीकी त्रुटि के कारण विसंगति के दावों के बावजूद, विजय सेल्स उचित जाँच सुनिश्चित करने में विफल रहा और सीसीपीए द्वारा कार्रवाई के बाद ही सुधारात्मक उपाय किए गए।</p> <p>निर्देश: विजय सेल्स को निर्देश जारी किया गया कि वह सभी प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर मूल्य विसंगति से संबंधित सभी भ्रामक विज्ञापनों को तुरंत वापस ले। इसके अलावा, संस्था को एक मजबूत आंतरिक तंत्र स्थापित करने का निर्देश दिया गया, ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि सभी प्रकाशित विज्ञापन उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के प्रावधानों का कड़ाई से अनुपालन करते हों। इसके अतिरिक्त, उपरोक्त अधिनियम के अनुसार, झूठे या भ्रामक विज्ञापन के प्रकाशन के लिए ₹1,00,000/- का जुर्माना लगाया गया।</p>

20.	इंदिरा आईवीएफ एंड हॉस्पिटल्स प्राइवेट लिमिटेड	<p>मुद्दा: इंदिरा आईवीएफ एंड हॉस्पिटल्स प्राइवेट लिमिटेड के खिलाफ उसके यूट्यूब चैनल पर एक वीडियो के माध्यम से भ्रामक विज्ञापन प्रकाशित करने के लिए कार्रवाई की गई, जिसमें अपने विज्ञापनों में "एक मॉडल को डॉक्टर के रूप में चित्रित किया" जिसमें "सफेद कोट और स्टेथोस्कोप पहने एक मॉडल के माध्यम से निःशुल्क बांझपन परामर्श" को दिखाया</p> <p>निर्देश: निर्देश जारी किया गया कि अपने वीडियो में स्पष्ट और प्रमुख अस्वीकरण, वॉयस-ओवर सहित, प्रदान किया जाए, ताकि अस्वीकरण सामान्य दृष्टि वाले व्यक्ति के लिए स्पष्ट रूप से समझ में आ सके और सामान्य श्रवण क्षमता वाले व्यक्ति के लिए श्रव्य रूप से बोधगम्य हो, सभी प्लेटफॉर्मों पर तत्काल प्रभाव से ऐसे विज्ञापन हों। हालाँकि, इंदिरा आईवीएफ एंड हॉस्पिटल्स प्राइवेट लिमिटेड ने सीसीपीए के आदेश के खिलाफ राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग के समक्ष अपील दायर की है।</p>
21.	मार्स नाइट	<p>मुद्दा: मार्स नाइट ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर "व्हाइटनिंग बॉडी लोशन क्रीम" का विक्रेता था। इसने दावा किया:</p> <p><i>व्हाइटनिंग बॉडी एसपीएफ 15+ स्किन लाइटनिंग और ब्राइटनिंग बॉडी लोशन क्रीम</i></p> <p>और बिना किसी वैज्ञानिक सत्यापन और अवयवों के खुलासे के त्वचा की टोन को गहरे (काले) से गोरे रंग में बदलता हुआ दिखाया। यह दावा भ्रामक पाया गया। यह पाया गया कि विक्रेता, वेस्टर्न एज और मर्करी हेल्थ जैसी कई पहचानों के माध्यम से त्वचा को गोरा करने वाले उत्पादों के भ्रामक विज्ञापन के समान अपराध में लिप्त था। पूर्व में, सीसीपीए द्वारा ऐसे विज्ञापनों को बंद करने के निर्देश जारी किए गए थे और एक ही विक्रेता से जुड़े दो अलग-अलग मामलों में प्रत्येक पर ₹1 लाख का जुर्माना लगाया गया था।</p> <p>इन कार्रवाईयों के परिणामस्वरूप, उन संस्थाओं द्वारा सभी प्लेटफॉर्म पर आपत्तिजनक विज्ञापन वापस ले लिए गए और जुर्माना विधिवत जमा कर दिया गया। इसके अतिरिक्त, मार्स नाइट नाम से संचालित विक्रेता ने संबंधित उत्पाद का विज्ञापन और बिक्री दोनों बंद कर दिए।</p> <p>निर्देश: संस्था को किसी भी झूठे या भ्रामक विज्ञापन प्रकाशित करने से रोकने के निर्देश जारी किए गए। साथ ही, यह भी निर्देश दिया गया कि भविष्य में किसी भी उल्लंघन के परिणामस्वरूप ऐसे विज्ञापन पर तीन साल तक की अवधि के लिए प्रतिबंध लगाया जा सकता है और ₹50 लाख तक का जुर्माना लगाया जा सकता है। विक्रेता ने सीसीपीए के निर्देशों का पालन किया।</p>

22.	ऑफर वर्ड	<p>मुद्दा: ऑफर वर्ड ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर "संदर्भ ब्यूटी" का विक्रेता था। इसने दावा किया:</p> <p><i>संदर्भ स्किन व्हाइटनिंग क्रीम लुक एज़ यंग एज़ यू फील, ऑइली स्किन के लिए फेस क्रीम, पुरुषों और महिलाओं के लिए एंटी पिंपल क्रीम और सभी प्रकार की स्किन पर स्किन डार्कनेस, डार्क स्पॉट्स, रेशोज़ कम करती है।</i></p> <p>इसमें बिना किसी वैज्ञानिक सत्यापन और अवयवों के खुलासे के त्वचा के रंग को गहरे (काले) से गोरे रंग में बदलने का भी चित्रण किया गया था।</p> <p>संबंधित दावा भ्रामक पाया गया। यह भी पाया गया कि विक्रेता ने वेस्टर्न एज और मर्करी हेल्थ जैसी कई पहचानों के ज़रिए त्वचा को गोरा करने वाले उत्पादों के लिए इसी तरह के अपराध किए थे। इससे पहले के मामलों में, विक्रेता को ऐसे विज्ञापन बंद करने का निर्देश दिया गया था और एक ही व्यक्ति से जुड़े दो अलग-अलग मामलों में प्रत्येक पर ₹1 लाख का जुर्माना लगाया गया था।</p> <p>निर्देशों का अनुपालन करते हुए, उन संस्थाओं द्वारा सभी प्लेटफार्मों से भ्रामक विज्ञापन हटा लिए गए और लगाए गए जुर्माने की राशि भी माफ कर दी गई। ऑफर वर्ड नाम से काम करने वाले विक्रेता ने भी उक्त उत्पाद का विज्ञापन और बिक्री बंद कर दी।</p> <p>निर्देश: किसी भी झूठे या भ्रामक विज्ञापन को प्रकाशित करने से बचने का निर्देश जारी किया गया। इसके अलावा, यह भी निर्धारित किया गया कि इसके बाद किसी भी उल्लंघन पर तीन साल तक के लिए विज्ञापन पर प्रतिबंध लगाया जा सकता है और ₹50 लाख तक का जुर्माना लगाया जा सकता है। विक्रेता ने सीसीपीए के निर्देशों का पालन किया।</p>
23.	फॉक्सि ब्यूटी	<p>मुद्दा: ऑफर वर्ड ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर "लैटिब्यूल एसपीएफ पीए 50 व्हाइटनिंग यूवीए/यूवीबी प्रोटेक्ट बॉडी लोशन" का विक्रेता था। इसने दावा किया:</p> <p><i>लैटिब्यूल एसपीएफ पीए 50 व्हाइटनिंग यूवीए/यूवीबी प्रोटेक्ट बॉडी लोशन के इस्तेमाल से 3 महीने में</i></p> <p>और बिना किसी वैज्ञानिक सत्यापन और अवयवों के प्रकटीकरण के पहले और बाद के प्रभाव के साथ त्वचा की टोन को गहरे (काले) से गोरे रंग में बदलता हुआ दिखाया।</p> <p>संबंधित दावा भ्रामक पाया गया। यह भी पाया गया कि विक्रेता ने वेस्टर्न एज और मर्करी हेल्थ जैसी कई पहचानों के ज़रिए त्वचा को गोरा करने वाले उत्पादों के लिए इसी तरह के अपराध किए थे। इससे पहले के</p>

		<p>मामलों में, विक्रेता को ऐसे विज्ञापन बंद करने का निर्देश दिया गया था और एक ही व्यक्ति से जुड़े दो अलग-अलग मामलों में प्रत्येक पर ₹1 लाख का जुर्माना लगाया गया था।</p> <p>उपर्युक्त निर्देशों के अनुपालन में, उन संस्थाओं द्वारा सभी प्लेटफार्मों से भ्रामक विज्ञापन हटा लिए गए और जुर्माना भी जमा कर दिया गया। फॉक्सी ब्यूटी नाम से काम करने वाले विक्रेता ने भी विज्ञापन और बिक्री बंद कर दी।</p> <p>निर्देश: किसी भी झूठे या भ्रामक विज्ञापन को प्रकाशित करने से बचने का निर्देश जारी किया गया। इसके अलावा, यह भी निर्धारित किया गया कि इसके बाद किसी भी उल्लंघन पर तीन साल तक के लिए विज्ञापन पर प्रतिबंध लगाया जा सकता है और ₹50 लाख तक का जुर्माना लगाया जा सकता है। विक्रेता ने सीसीपीए के निर्देशों का पालन किया।</p>
24.	सुएटें साइंस कॉस्मेटिक	<p>मुद्दा: सुएटें कॉस्मेटिक साइंस ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर "ला'बैंगरी" का विक्रेता था। इसने दावा किया:</p> <p><i>ला'बैंगरी व्हाइटनिंग बॉडी लोशन ऑन स्किन लाइटनिंग और ब्राइटनिंग बॉडी लोशन क्रीम, बॉडी को गोरा और सॉफ्ट करने वाला क्रीम, स्किन गोरा होने वाला क्रीम, एक मिनट के भीतर त्वचा को गोरा करना।</i></p> <p>इसमें बिना किसी वैज्ञानिक सत्यापन और अवयवों के खुलासे के त्वचा के रंग को काले से गोरे रंग में बदलने का झूठा चित्रण किया गया।</p> <p>निर्देश: दावा भ्रामक पाया गया। उक्त विज्ञापन को बंद करने का आदेश दिया गया और ₹50,000/- का जुर्माना लगाया गया। जुर्माना प्राप्त हो गया है और विज्ञापन बंद कर दिया गया है। विक्रेता ने सीसीपीए के निर्देशों का पालन किया।</p>
25.	जू बी/मोवाक	<p>मुद्दा: यह पाया गया कि विक्रेता द्वारा ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर <i>गैर-आईएसआई मार्क वाले घटिया खिलौने</i> बेचे गए, जो गुणवत्ता नियंत्रण आदेश का उल्लंघन है।</p> <p>निर्देश: सीसीपीए ने उनके द्वारा बेचे गए ऐसे उत्पादों की 513 इकाइयों को वापस मंगाने तथा उनकी कीमत वापस करने का निर्देश दिया तथा 50,000 रुपये का जुर्माना लगाया।</p>
26.	इंटरग्लोब एविएशन लिमिटेड (इंडिगो)	<p>मुद्दा: अनुचित सीट आवंटन प्रथाओं, इंडिगो एयरलाइंस ऐप पर कन्फर्म शेमिंग, सीट आवंटन पर पारदर्शी संचार की कमी के संबंध में एनसीएच पर दर्ज शिकायतों के आधार पर कार्रवाई की गई।</p>

एयरलाइंस)

निर्देश: सीसीपीए ने इंडिगो को वेब चेक-इन प्रक्रिया में एक ऐसी सुविधा शुरू करने की व्यवहार्यता की जांच करने का निर्देश दिया, जिसमें उपभोक्ताओं को स्पष्ट और सुस्पष्ट तरीके से सूचित किया जाए कि पसंदीदा सीट का चयन किए बिना भी वेब चेक-इन पूरा किया जा सकता है, क्योंकि ऐसी स्थिति में यह स्वचालित रूप से आवंटित हो जाएगी। तदनुसार, कंपनी ने अपनी वेबसाइट और ऐप दोनों पर स्किप बटन का विकल्प उपलब्ध करा दिया है। एयरलाइन ने सीसीपीए के निर्देशों का अनुपालन किया।

घ. धारा 18 के तहत केंद्रीय प्राधिकरण की शक्ति और कर्तव्य:

व्यापार और वाणिज्य की तीव्र प्रगति के साथ, उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापार प्रथाओं और भ्रामक विज्ञापनों के माध्यम से खतरा है। इन चुनौतियों का समाधान करने के लिए, सीसीपीए ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 की धारा 18 के तहत प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए ऐसी अपराध पर अंकुश लगाने के उद्देश्य से दिशानिर्देश, सुझाव और सुरक्षा नोटिस जारी किए हैं। इन पहलों में शामिल हैं:



(i.) दिशा-निर्देश:

1. ग्रीनवाशिंग/भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024 को 15 अक्टूबर 2024 को अधिसूचित किया गया।

ये दिशानिर्देश स्पष्ट रूप से परिभाषित करते हैं:

- क. दिशानिर्देशों का अनुप्रयोग;
- ख. पर्यावरणीय दावों की परिभाषा;
- ग. ग्रीनवाशिंग की परिभाषा;
- घ. ग्रीनवाशिंग या भ्रामक पर्यावरणीय दावों में शामिल होने पर प्रतिबंध लगाने का खंड;
- ङ. पर्यावरणीय दावों की पुष्टि और
- च. पर्याप्त प्रकटीकरण खंड।

उपर्युक्त के अतिरिक्त, एक मार्गदर्शन नोट संलग्न किया गया है। इस मार्गदर्शन नोट का उद्देश्य उद्योग को एक ऐसे बाज़ार को विकसित करने के लिए मार्गदर्शन प्रदान करना है जहाँ पर्यावरणीय दावे सत्य और सार्थक दोनों हों, जिससे उपभोक्ता विश्वास बढ़े और स्थायी व्यावसायिक प्रथाओं को प्रोत्साहन मिले। यह उल्लेख करना आवश्यक है कि पर्यावरणीय दावे करते समय प्रासंगिक उदाहरणों के माध्यम से दर्शाए गए निम्नलिखित मानदंडों पर उचित रूप से विचार किया जाना चाहिए:

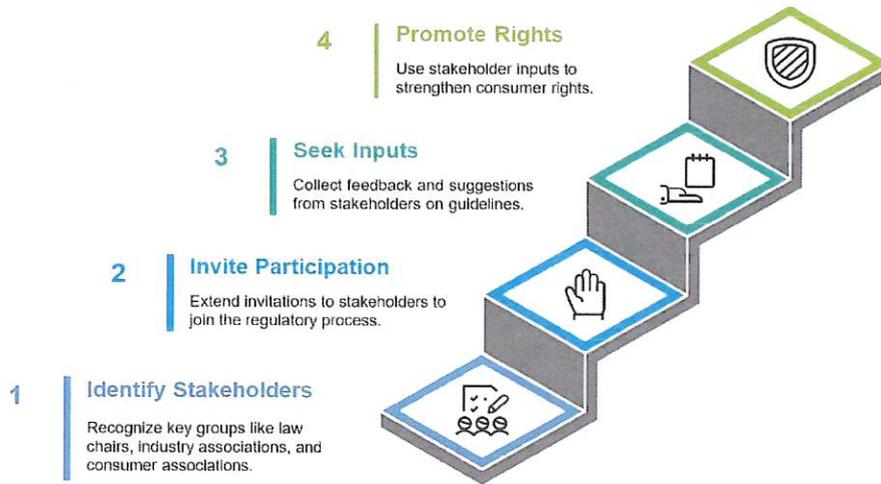
- क. दावों की सत्यता और सटीकता;
- ख. स्पष्टता और अस्पष्टता का अभाव;
- ग. तुलनात्मक कथनों की निष्पक्षता और सार्थकता;
- घ. दावों की पूर्णता और प्रासंगिकता;
- ङ. मूल दावों से रहित छवियों का उचित उपयोग;
- च. मान्यता प्राप्त पर्यावरण संगठनों, विशेषज्ञों, या अन्य अधिकृत समर्थकों द्वारा समर्थन।

2. कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम हेतु दिशानिर्देश, 2024, 13 नवंबर, 2024 को अधिसूचित किए गए। ये दिशानिर्देश कोचिंग क्षेत्र में कार्यरत किसी भी व्यक्ति, जिसमें एंडोर्सर भी शामिल है, द्वारा सभी प्रकार के विज्ञापनों पर लागू होते हैं। दिशानिर्देश स्पष्ट रूप से परिभाषित करते हैं:

- क. कोचिंग और कोचिंग सेंटर;
- ख. भ्रामक विज्ञापन के लिए शर्तें;
- ग. कोचिंग में लगे प्रत्येक व्यक्ति के दायित्व।

(ii.) हितधारक की समावेशिता:

Enhancing Consumer Rights through Stakeholder Engagement



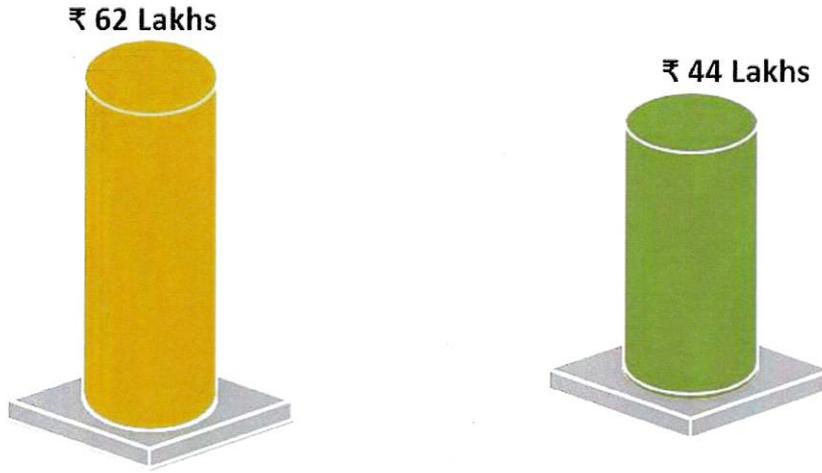
क. उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा और प्रचार करने के लिए केंद्रीय प्राधिकरण ने दिशानिर्देश बनाने और अन्य पहलों पर विचार-विमर्श और निर्माण करते समय तकनीकी शैक्षणिक संस्थानों, लॉ चैयर्स कानून फर्मों, उद्योग संघों और कंपनियों सहित विभिन्न हितधारकों को शामिल किया है। इसके अलावा, राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों के मुख्य सचिवों और जिला कलेक्टरों को भी सीसीपीए द्वारा उनकी जानकारी में लाए गए मुद्दों पर कानून के अनुसार उचित कदम उठाने के लिए उनके अधिकार क्षेत्र में शामिल किया गया। इसके बाद, स्वैच्छिक उपभोक्ता संगठनों से भी समय-समय पर उनके साथ साझा किए गए दस्तावेजों के बारे में उपभोक्ता जागरूकता का व्यापक प्रसार करने का आग्रह किया गया।

ड. केन्द्रीय प्राधिकरण के आदेशों का कार्यान्वयन और जुर्माना लगाना:

क. पारित आदेशों के आधार पर समीक्षाधीन वर्ष के दौरान जुर्माने की स्थिति निम्नलिखित है:

मामले का नाम	लगाए गए जुर्माने का ब्यौरा	जुर्माने की स्थिति का विवरण
ऑल्टर्नेटिव लर्निंग सिस्टम्स (एएलएस आईएएस)	₹ 10 लाख	एनसीडीआरसी में अपील लंबित
वाजीराव और रेड्डी इंस्टीट्यूट	₹ 7 लाख	एनसीडीआरसी में अपील लंबित
स्टडीआईक्यू आईएएस (स्टडीआईक्यू एजुकेशन प्राइवेट लिमिटेड)	₹ 7 लाख	एनसीडीआरसी में अपील लंबित
शंकर आईएएस अकादमी	₹ 5 लाख	जुर्माना प्राप्त हुआ
मलूका आईएएस	₹ 3 लाख	
एडुटैप लर्निंग सॉल्यूशन	₹ 3 लाख	
श्रीराम्स आईएएस	₹ 3 लाख	
अनुज जिंदल (मैसर्स एजेसी एडुटेक प्राइवेट लिमिटेड)	₹ 3 लाख	
दृष्टि आईएएस	₹ 3 लाख	
आईआईटियन्स प्रशिक्षण केंद्र प्रा. लिमिटेड (आईआईटीपीके)	₹ 3 लाख	
अर्गासिया एजुकेशन प्राइवेट लिमिटेड (प्लूटस आईएएस और योजना आईएएस)	₹ 3 लाख	
विज्ञान आईएएस	₹ 3 लाख	
शुभ्रा रंजन आईएएस अध्ययन	₹ 2 लाख	
एक्साइड इंडस्ट्रीज लिमिटेड.	₹ 2 लाख	
मेसर्स हिंदवेयर होम इनोवेशन लिमिटेड.	₹ 1 लाख	
एज आईएएस	₹ 1 लाख	एनसीडीआरसी में अपील लंबित
विजय सेल्स (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड	₹ 1 लाख	जुर्माना प्राप्त हुआ
सुएटें कॉस्मेटिक साइंस	₹50 हज़ार	
जू बी/मोवाक	₹50 हज़ार	

Status of Penalty



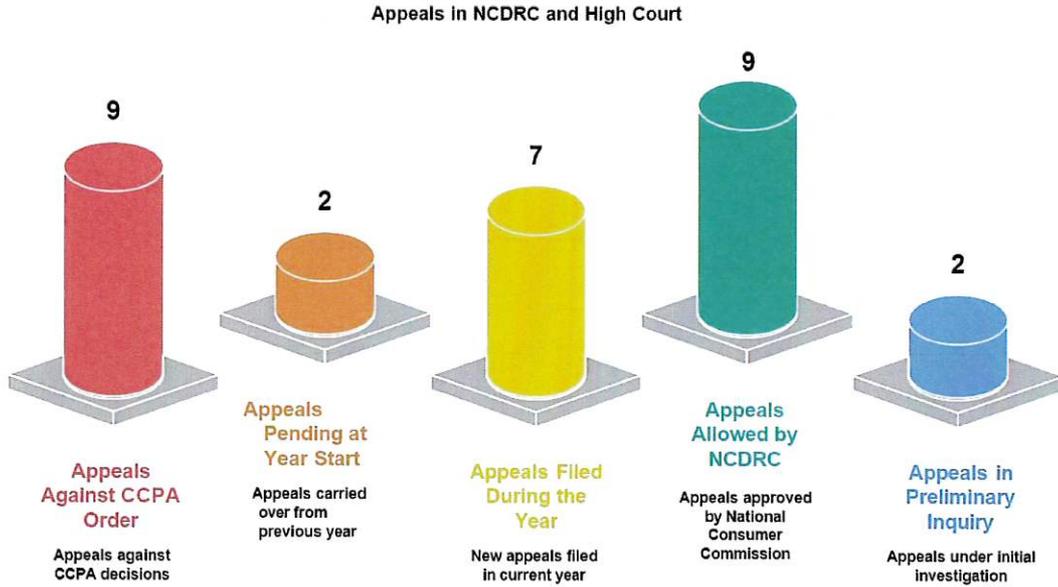
Total penalties imposed in current year

Total Penalties collected in current year

जुमनि का ब्यौरा	लगाए गए मौद्रिक जुमनि की कुल राशि	प्राप्त मौद्रिक जुमनि की कुल राशि
धनराशि का ब्यौरा	₹ 62 लाख (वर्तमान वर्ष)	₹ 44 लाख [₹ 33 लाख (वर्तमान वर्ष) + ₹ 11 लाख (पिछले वर्ष)]

च. अपील

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 24 के तहत यह प्रावधान है कि केंद्रीय प्राधिकरण द्वारा धारा 20 और 21 के तहत पारित किसी भी आदेश से व्यथित कोई भी व्यक्ति इसकी प्राप्ति की तारीख से तीस दिनों की अवधि के भीतर राष्ट्रीय उपभोक्ता आयोग में अपील दायर कर सकता है।



एनसीडीआरसी में अपील				माननीय न्यायालय/उच्च न्यायालय में अपील	
वर्ष की शुरुआत में लंबित अपीलों की संख्या	वर्ष के दौरान दायर अपीलें	सीसीपीए के आदेश के विरुद्ध अपीलों की संख्या	वर्ष के दौरान राष्ट्रीय उपभोक्ता आयोग द्वारा स्वीकृत अपीलों की संख्या	प्रारंभिक जांच चरण के दौरान अपीलों की संख्या	सीसीपीए के आदेश के विरुद्ध अपीलों की संख्या
(क)	(ख)	(क+ख)	-----	-----	-----
2	7	9	9	2	9

छ. संचार या संदर्भ :

सीसीपीए का कार्य विभिन्न उपभोक्ता वर्गों के अधिकारों की रक्षा करना है। इसके अलावा, उपभोक्ता अधिकार विविध क्षेत्रों जैसे कैब एग्रीगेटर्स, कंज्यूमर ड्यूरेबल्स, डायरेक्ट सेलिंग, ई-कॉमर्स, शिक्षा, खाद्य एवं पेय पदार्थ, होटल एवं रेस्टोरेंट, स्वास्थ्य एवं कल्याण, रियल एस्टेट, सरोगेट विज्ञापन, और यात्रा एवं पर्यटन आदि तक फैले हुए हैं। तदनुसार, किसी भी पत्र या संदर्भों की प्रति पर प्रारंभिक जांच उक्त अधिनियम, उसके तहत बनाए गए नियमों और विनियमों के प्रावधानों के अनुसार की जाती है ताकि यह निर्धारित किया जा सके कि प्रथम दृष्टया अस्तित्व में है या नहीं।

ज. प्रशासन और स्थापना मामले:

क. केंद्र सरकार ने उक्त अधिनियम, 2019 की धारा 10(2) और धारा 15(2) के तहत अपनी शक्तियों का प्रयोग करते हुए 7 मई, 2024 को संशोधित राजपत्र अधिसूचना जारी की, जिसमें 29 जुलाई, 2020, 25 सितंबर, 2023, 30 नवंबर, 2023 और 13 दिसंबर, 2023 को जारी निम्नलिखित राजपत्र अधिसूचनाओं को शामिल किया गया, और निम्नलिखित अधिकारियों को उनके वर्तमान कर्तव्यों के अलावा सीसीपीए में अपने कर्तव्यों का निर्वहन करने के लिए नियुक्त किया गया:

क्रम संख्या	अधिकारी का नाम और पदनाम	केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण में पद का प्रभार	कार्यालय की अवधि
1.	श्रीमती निधि खरे, सचिव, उपभोक्ता मामले विभाग, भारत सरकार।	मुख्य आयुक्त	29 जुलाई, 2020 से 30 नवंबर, 2023 तक और 27 अप्रैल, 2024 से 31 मार्च, 2025 तक
2.	श्री अनुपम मिश्रा, संयुक्त सचिव, उपभोक्ता मामले विभाग, भारत सरकार।	आयुक्त	29 जुलाई, 2020 से 31 मार्च 2025 तक

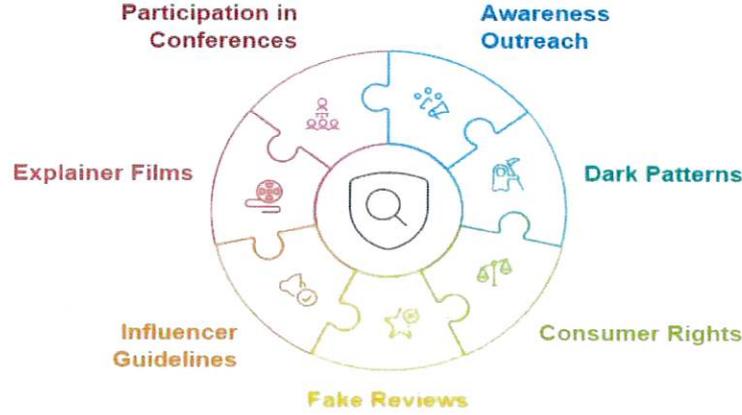
ख. इसके अतिरिक्त, जांच विंग की संरचना में प्रतिस्थापन किया गया था जो नीचे प्रस्तुत किया गया है।

क्रम संख्या	अधिकारी का नाम और पदनाम	केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण में पद का प्रभार
1.	श्री प्रमोद कुमार तिवारी, महानिदेशक, भारतीय मानक ब्यूरो	महानिदेशक (जांच), सीसीपीए
2.	डॉ श्रीवास्तव कुमार आलोक श्री ., महानिदेशक, राष्ट्रीय परीक्षण शाला	अपर महानिदेशक (जांच)

ग. उपर्युक्त के अतिरिक्त, 31.3.2025 तक, सीसीपीए ने अपने कार्यों के कुशल निष्पादन के लिए 2 विशेषज्ञों और पेशेवरों को नियुक्त किया था, जिनमें से 1 ने सीसीपीए का पद छोड़ दिया था।

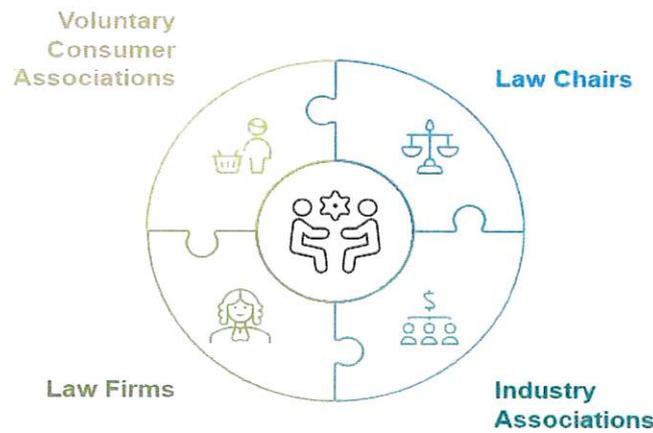
झ. उपभोक्ता जागरूकता:

Consumer Awareness Initiatives through JagoGrahakJago



क. जागो ग्राहक जागो मंच ने उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, भ्रामक विज्ञापन और अनुचित व्यापार प्रथा, ऑनलाइन हेरफेर प्रथाओं, विशेष रूप से बास्केट स्लीकिंग, सदस्यता जाल, ड्रिप मूल्य निर्धारण, कन्फर्म-शेमिंग और अन्य सहित 13 पहचाने गए डार्क पैटर्न के मुद्दों के खिलाफ जागरूकता को व्यापक रूप से बढ़ाया। इन्हें विस्तृत जागरूकता पोस्ट और व्याख्यात्मक क्रिएटिव द्वारा समर्थित किया गया था, जिसका उद्देश्य उपभोक्ताओं को भ्रामक ऑनलाइन डिज़ाइन युक्तियों के बारे में शिक्षित करना था। इसके अलावा, उपभोक्ता अधिकारों, फर्जी समीक्षा तंत्र, प्रभावशाली व्यक्ति के दिशानिर्देशों और विज्ञापन जिम्मेदारियों पर समर्पित सामग्री साझा की गई। जागो ग्राहक जागो के सोशल मीडिया अकाउंट्स के माध्यम से लघु व्याख्यात्मक फिल्मों व्यापक रूप से प्रसारित की गईं। इसके अलावा, इसने उपभोक्ता मामलों के विभाग द्वारा आयोजित जागरूकता कार्यक्रमों/सम्मेलनों में सक्रिय रूप से भाग लिया है।

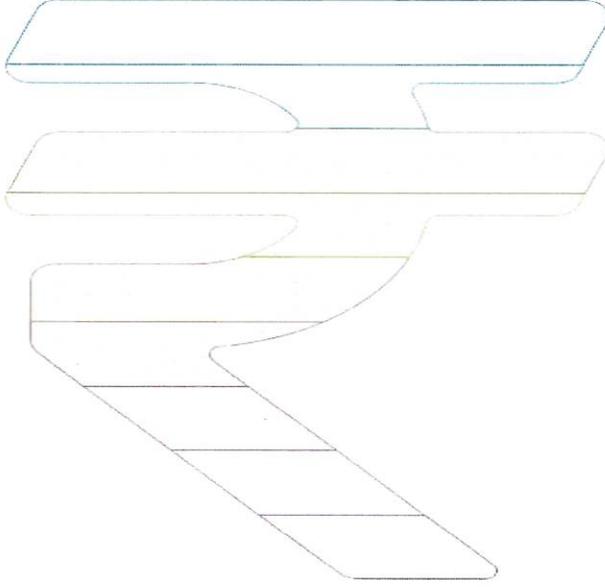
Enhancing Consumer Rights Through Collaboration



ख. दूसरी ओर, निरंतर संपर्क के माध्यम से हितधारकों की क्षमता निर्माण का कार्य किया गया। विधि अध्यक्षों, उद्योग संघों, विधि फर्मों, स्वैच्छिक उपभोक्ता संघों को उपभोक्ताओं के अधिकारों को बढ़ावा देने के लिए समय-समय पर जारी दिशानिर्देशों पर इनपुट प्राप्त करके नियामक प्रक्रिया में भाग लेने के लिए आमंत्रित किया गया।

ज. बजट और लेखे

CCPA Budget Overview



-  **Salaries**
Funds allocated for employee remuneration
-  **Wages**
Budget for labor costs
-  **Domestic Travel Expenses**
Expenses for travel within the country
-  **Foreign Travel Expenses**
Costs associated with international travel
-  **Office Expenses**
Budget for general office operations
-  **Rent, Rates, and Taxes**
Funds for property-related expenses
-  **Digital Equipment**
Budget for technology and equipment
-  **Professional Services**
Expenses for external expertise and services
-  **Other Revenue Expenditure**
Miscellaneous expenses not covered by other categories

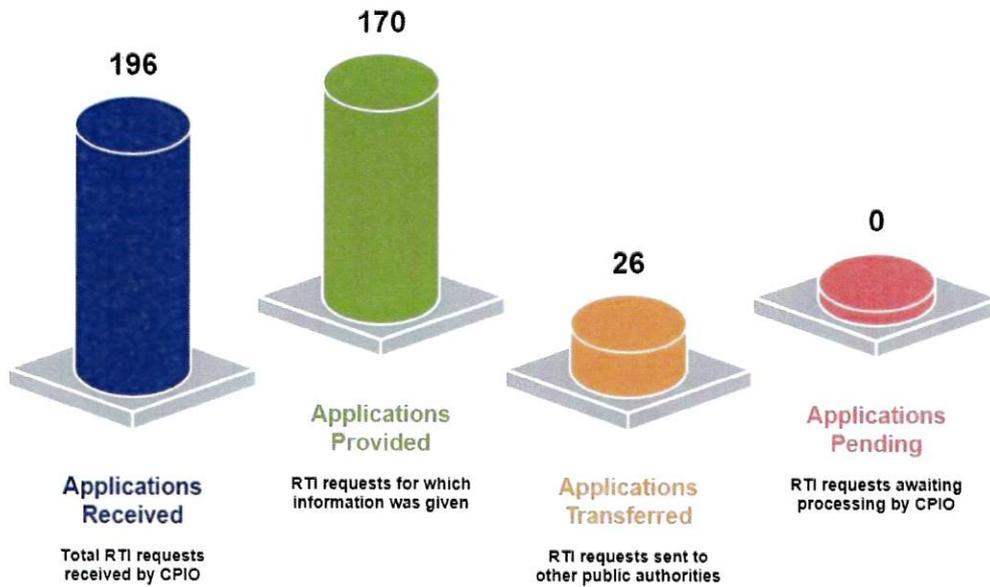
(लाख रुपए में)

व्यापक श्रेणियों में केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (वस्तु शीर्ष)	बजट अनुमान 2024-25	संशोधित अनुमान - 2024-25	31 मार्च 2025 तक का व्यय
16.01.01 (वेतन)	1.00	3.50	0.00
16.01.02 (मजदूरी)	1.00	1.00	0.00
16.01.11 (घरेलू यात्रा व्यय)	1.00	1.00	0.00
16.01.12 (विदेश यात्रा)	1.00	1.00	0.00
16.01.13 (कार्यालय व्यय)	13.00	13.00	0.33
16.01.14 (भूमि और भवनों का किराया, दर और कर)	1.00	1.00	0.00
16.01.19 (डिजिटल उपकरण)	1.00	1.00	0.00
16.01.28 (पेशेवर सेवाएँ)	50.00	50.00	28.85
16.01.49 (अन्य राजस्व व्यय)	1.00	1.00	0.00
कुल	70	72.5	29.18

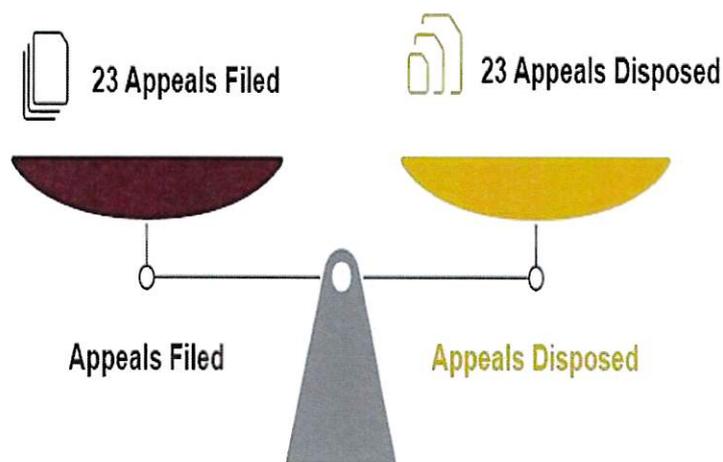
ट. सूचना का अधिकार अधिनियम, 2005 (आरटीआई):

सीसीपीए के आयुक्त श्री अनुपम मिश्रा प्रथम अपीलीय प्राधिकारी थे और सीसीपीए की ओर से उप सचिव श्रीमती स्वरुपा सरन और निदेशक श्री मृणाल कुमार दास, सीसीपीए के केंद्रीय लोक सूचना अधिकारी (सीपीआईओ) थे। नीचे दी गई तालिका आरटीआई की प्राप्ति और निपटान को दर्शाती है:

RTI Application Status From 1st day of April, 2024 to 31st day of March 2025



Appeals Filed and Disposed From 1st day of April, 2024 to 31st day of March 2025



1 अप्रैल 2024 से 31 मार्च 2025 तक

केंद्रीय लोक सूचना अधिकारी या सहायक केंद्रीय लोक सूचना अधिकारी द्वारा आरटीआई अधिनियम के तहत मांगी गई सूचना	उन आवेदनों की संख्या जिस संबंध में केन्द्रीय लोक सूचना अधिकारी द्वारा सूचना प्रदान की गई।	अन्य लोक प्राधिकरण को हस्तांतरित आरटीआई आवेदन	केंद्रीय लोक सूचना अधिकारी के पास लंबित आवेदनों की संख्या
196	170	26	0

1 अप्रैल 2024 से 31 मार्च 2025 तक

सीपीआईओ के आदेश के खिलाफ प्रथम अपीलीय प्राधिकारी के समक्ष दायर अपीलों की संख्या	प्रथम अपीलीय प्राधिकारी द्वारा निपटाई गई अपीलों की संख्या	प्रथम अपीलीय प्राधिकारी के पास लंबित अपीलों की संख्या	निर्धारित समय सीमा के भीतर न निपटायें जाने वाले आवेदनों की अपीलों/ संख्या
23	23	0	0

ठ. कार्यस्थल पर महिलाओं के यौन उत्पीड़न की रोकथाम:

भारत सरकार के उपभोक्ता मामले विभाग ने कार्यस्थल पर यौन उत्पीड़न की रोकथाम हेतु एक समिति का गठन किया है ताकि कार्यस्थल पर महिलाओं सहित प्रत्येक कर्मचारी को सुरक्षित, संरक्षित और स्वस्थ वातावरण प्रदान किया जा सके। इसके अलावा, सीसीपीए में यौन उत्पीड़न से संबंधित कोई शिकायत दर्ज नहीं की गई।

End of Report

