

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण

फा सं सीसीपीए/28/2023-सीसीपीए (संबंधित)- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 (2019 का 35) की धारा 18 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण ग्रीनवाशिंग और भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए निम्नलिखित दिशानिर्देश बनाता है, नामतः:-

1. **संक्षिप्त शीर्षक और प्रारंभ** – (क) इन दिशानिर्देशों को ग्रीनवाशिंग/भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024 कहा जा सकता है।

2. **परिभाषा** - (1) इन दिशानिर्देशों में, जब तक कि संदर्भ से अन्यथा अपेक्षित न हो,-

(क) “अधिनियम” से उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 (2019 का 35) अभिप्रेत है;

(ख) "विज्ञापन" का वही अर्थ होगा जो अधिनियम के अंतर्गत परिभाषित किया गया है।

(ग) "विज्ञापनदाता" का वही अर्थ होगा जैसा कि भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम और भ्रामक विज्ञापनों के समर्थन के लिए दिशानिर्देश, 2022 के तहत परिभाषित किया गया है;

(घ) "विज्ञापन एजेंसी" का वही अर्थ होगा जैसा कि भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम और भ्रामक विज्ञापनों के समर्थन के लिए दिशानिर्देश, 2022 के तहत परिभाषित किया गया है;

(ड.) “पर्यावरणीय दावे” का अर्थ है किसी भी रूप में किसी भी प्रकार का प्रतिनिधित्व:

(i) कोई वस्तु (या तो संपूर्ण रूप में या घटक के रूप में), विनिर्माण प्रक्रिया, पैकेजिंग, वस्तु के उपयोग का तरीका, या उसका निपटान; या

(ii) कोई सेवा (या उसका कोई भाग) या सेवा प्रदान करने में शामिल प्रक्रिया,

पर्यावरणीय जिम्मेदारी या पर्यावरण मित्रता की भावना को व्यक्त करने के उद्देश्य से पर्यावरण अनुकूल विशेषताओं का सुझाव देना।

स्पष्टीकरण - इसमें निम्नलिखित दावे शामिल हो सकते हैं, परंतु यहाँ तक सीमित नहीं हैं:

(i) पर्यावरण पर न्यूटल या सकारात्मक प्रभाव डालना या स्थिरता में योगदान देना;

(ii) समान उत्पाद या सेवा के पिछले संस्करण की तुलना में पर्यावरण को कम नुकसान पहुंचाना;

(iii) पर्यावरण के लिए अधिक लाभदायक होना या विशिष्ट पर्यावरणीय लाभ रखना;

(iv) पर्यावरण के लिए अधिक लाभदायक होना या विशिष्ट पर्यावरणीय लाभ रखना।

(च) "ग्रीनवाशिंग" से अभिप्राय है -

- (i) कोई भी भ्रामक या गुमराह करने वाला कार्य, जिसमें प्रासंगिक जानकारी को छिपाना, छोड़ देना या छिपाना, बढ़ा-चढ़ाकर बताना, अस्पष्ट, झूठे या अप्रमाणित पर्यावरणीय दावे करना शामिल है।
- (ii) भ्रामक शब्दों, प्रतीकों या कल्पना का उपयोग, हानिकारक विशेषताओं को कम करके या छिपाते हुए सकारात्मक पर्यावरणीय पहलुओं पर जोर देना।

परंतु इसमें (i) स्पष्ट अतिशयोक्ति, आडम्बर, या (ii) सामान्य रंग योजनाओं या चित्रों का उपयोग शामिल नहीं होगा; या तो यह किसी भ्रामक या गुमराह करने वाले अभ्यास के अंतर्गत नहीं आता, अथवा (iii) कंपनी का मिशन वक्तव्य जो किसी उत्पाद या सेवा के लिए विशिष्ट नहीं है।

उदाहरणार्थ : एक कंपनी अपने मिशन वक्तव्य में यह बयान देती है कि "इसका विकास स्थिरता सिद्धांतों पर आधारित होगा"। इन दिशा-निर्देशों के उद्देश्य से इसे पर्यावरणीय दावे के रूप में नहीं माना जाएगा।

हालाँकि, यदि कंपनी उपर्युक्त कथन में आगे यह जोड़ती है कि "और इसके सभी उत्पाद टिकाऊ तरीके से निर्मित किए जाते हैं", तो ऐसे पर्यावरणीय दावे की ग्रीनवाशिंग के लिए जांच की जाएगी।

(छ) "सेवा प्रदाता" का वही अर्थ होगा जैसा कि भ्रामक विज्ञापनों और भ्रामक विज्ञापनों के समर्थन की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2022 के दिशानिर्देश 2(1) (छ) के तहत परिभाषित किया गया है;

(2) दिशानिर्देशों में प्रयुक्त शब्द और अभिव्यक्तियाँ, जो यहाँ परिभाषित नहीं हैं, परंतु अधिनियम के अंतर्गत परिभाषित हैं, का वही अर्थ होगा जो अधिनियम में क्रमशः उनके लिए निर्दिष्ट है।

3. प्रयोजन — ये दिशानिर्देश निम्नलिखित पर लागू होंगे —

क. सभी पर्यावरणीय दावे;

ख. किसी विनिर्माता, सेवा प्रदाता या व्यापारी को, जिसका माल, उत्पाद या सेवा किसी विज्ञापन का विषय है, या किसी विज्ञापन एजेंसी या पृष्ठांकनकर्ता को, जिसकी सेवा ऐसे माल, उत्पाद या सेवा के विज्ञापन के लिए ली जाती है।

4. ग्रीनवाशिंग/ भ्रामक पर्यावरणीय दावों में संलग्न होने पर प्रतिबंध – कोई भी व्यक्ति जिस पर ये दिशानिर्देश लागू होते हैं, ग्रीनवाशिंग और भ्रामक पर्यावरणीय दावों में संलग्न नहीं होगा।

5. पर्यावरणीय दावों की पुष्टि – पर्यावरणीय दावे करने वाले सभी विज्ञापनों को निम्नलिखित दायित्वों का पालन करना होगा:-

(क) सामान्य शब्द जैसे 'स्वच्छ', 'हरा', 'पर्यावरण अनुकूल', 'पर्यावरण चेतना', 'ग्रह के लिए अच्छा', 'न्यूनतम प्रभाव', 'क्रूरता मुक्त', 'कार्बन-न्यूट्रल', 'प्राकृतिक', 'जैविक', 'शुद्ध', टिकाऊ, पुनर्योजी या अन्य समान दावे दिशानिर्देश के खंड (6) के तहत दिए गए पर्याप्त, सटीक और सुलभ योग्यता और पुष्टि और पर्याप्त प्रकटीकरण के बिना उपयोग नहीं किए जाएंगे।

(ख) पर्यावरणीय प्रभाव आकलन (ईआईए), ग्रीनहाउस गैस उत्सर्जन, पारिस्थितिक पदचिह्न जैसे तकनीकी शब्दों का प्रयोग करते समय उपभोक्ता-अनुकूल भाषा का प्रयोग किया जाएगा तथा तकनीकी शब्दों के अर्थ या निहितार्थ की व्याख्या की जाएगी।

(ग) सभी पर्यावरणीय दावे स्वतंत्र अध्ययन या तीसरे पक्ष के प्रमाणीकरण के आधार पर सुलभ सत्यापन योग्य साक्ष्य द्वारा समर्थित होंगे।

स्पष्टीकरण:-अनुलग्नक 1 में दिए गए मार्गदर्शन नोट के अनुसार आगे स्पष्टीकरण।

6. पर्याप्त प्रकटीकरण —

(1) पर्यावरणीय दावा करने वाले किसी भी व्यक्ति को संबंधित विज्ञापन या संचार में सभी महत्वपूर्ण जानकारी का खुलासा करना होगा, या तो क्यूआर कोड या यूआरएल (या ऐसी कोई तकनीक या डिजिटल माध्यम) डालकर संबंधित विज्ञापन या संचार में विस्तृत महत्वपूर्ण जानकारी का खुलासा करना होगा।

(2) पर्यावरणीय दावों के संबंध में खुलासे करते समय, अनुसंधान से प्राप्त आंकड़ों को केवल अनुकूल टिप्पणियों को उजागर करने के लिए नहीं चुना जाना चाहिए, जबकि अन्य प्रतिकूल टिप्पणियों पर भी ध्यान दिया जाना चाहिए।

(3) पर्यावरणीय दावा करने वाले किसी भी व्यक्ति को यह स्पष्ट करना चाहिए कि क्या यह दावा वस्तु (संपूर्ण रूप से या उसके भाग के रूप में), विनिर्माण प्रक्रिया, पैकेजिंग, वस्तु के उपयोग के तरीके या उसके निपटान, या सेवा (संपूर्ण रूप से या उसके भाग के रूप में) या प्रासंगिक विज्ञापन या संचार में सेवा प्रदान करने की प्रक्रिया से संबंधित है।

(4) तुलनात्मक पर्यावरणीय दावे जो एक उत्पाद या सेवा की तुलना दूसरे से करते हैं, वे सत्यापन योग्य और प्रासंगिक डेटा पर आधारित होने चाहिए। तुलनात्मक दावों में यह स्पष्ट रूप से बताया जाना चाहिए कि किन विशिष्ट पहलुओं की तुलना की जा रही है। अनुलग्नक 1 में उदाहरण देखें।

(5) विशिष्ट पर्यावरणीय दावे जैसे कि कम्पोस्टेबल, डिग्रेडेबल, फ्री-ऑफ, स्थिरता दावे, गैर-विषाक्त, 100% प्राकृतिक, पुनर्चक्रण योग्य, फिर से भरने योग्य, नवीकरणीय, प्लास्टिक मुक्त, प्लास्टिक-पॉजिटिव, जलवायु-पॉजिटिव, नेट-शून्य, और इसी तरह के दावों को विश्वसनीय प्रमाणीकरण, विश्वसनीय वैज्ञानिक साक्ष्य, आंतरिक सत्यापन योग्य साक्ष्य, वैधानिक या स्वतंत्र तृतीय-पक्ष सत्यापन से प्रमाण पत्र के बारे में प्रकटीकरण द्वारा समर्थित किया जाना चाहिए।

(6) पर्यावरणीय दावों के संबंध में किए गए खुलासे:-

(i) उपभोक्ता के लिए आसानी से सुलभ हो।

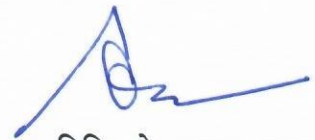
(ii) प्रासंगिक पर्यावरणीय दावे का खंडन न करे।

7. **अन्य दावे** — आकांक्षात्मक या भविष्योन्मुखी पर्यावरणीय दावे केवल तभी किए जा सकते हैं जब स्पष्ट और कार्यान्वयन योग्य योजनाएं विकसित की गई हों, जिनमें विस्तार से बताया गया हो कि उन उद्देश्यों को कैसे प्राप्त किया जाएगा।

8. **दिशानिर्देश अन्य कानूनों के प्रतिकूल नहीं होंगे** - जहां पर्यावरणीय दावों को किसी अन्य विशिष्ट कानून या उसके अधीन बनाए गए नियमों या विनियमों के अंतर्गत विनियमित किया जाता है, वहां इन दिशानिर्देशों में निहित प्रावधान अन्य कानूनों में ऐसे विनियमन के अतिरिक्त होंगे, न कि उनके प्रतिकूल, सिवाय जहां अन्य विशिष्ट कानूनों के प्रावधान इन दिशानिर्देशों के विरोध में हों, वहां विशिष्ट कानून ही प्रभावी होगा।

9. **व्याख्यान** - इन दिशानिर्देशों की व्याख्या में किसी अस्पष्टता या विवाद की स्थिति में, केंद्रीय प्राधिकरण का निर्णय अंतिम होगा।

10. **दिशानिर्देशों का उल्लंघन** - अधिनियम के प्रावधान इन दिशानिर्देशों के किसी भी उल्लंघन पर लागू होंगे।



निधि खरे, मुख्य आयुक्त

दिशानिर्देश नोट

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण द्वारा ग्रीनवाशिंग/भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन, 2024 के लिए दिशानिर्देश जारी किए गए हैं।

उक्त दिशानिर्देशों के अनुपालन हेतु, यह मार्गदर्शन नोट उद्योग को सहायता एवं मार्गदर्शन प्रदान करने के लिए जारी किया गया है, ताकि वे दिशानिर्देशों का अनुपालन करने में सक्षम हो सकें।

पर्यावरणीय दावे करने के लिए मार्गदर्शन

पर्यावरणीय दावे करते समय निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना चाहिए –

- 1. सत्यता और सटीकता** — पर्यावरण से जुड़े दावे सत्य और सटीक होने चाहिए। उन्हें वैधानिक प्राधिकरणों द्वारा दिए गए प्रमाणपत्रों, विश्वसनीय अधिकारियों द्वारा दिए गए प्रमाणपत्रों या आंतरिक सत्यापन योग्य साक्ष्यों के माध्यम से सत्यापन योग्य जानकारी पर आधारित होना चाहिए।

उदाहरण 1: "हमारी पैकेजिंग 100% पुनर्नवीनीकृत सामग्रियों से बनी है।" सत्यापन योग्य साक्ष्य या प्रमाणन के बिना, यह दावा भ्रामक होगा।

उदाहरण 2: "हरित भविष्य के लिए ऊर्जा-कुशल प्रौद्योगिकी!" विशिष्ट डेटा या तुलना प्रदान किए बिना, इस दावे में कोई दम नहीं होगा।

- 2. स्पष्टता और अस्पष्टता** – दिशानिर्देशों के खंड 5 के संबंध में, आगे मार्गदर्शन नीचे दिया गया है।

उदाहरण 1: "हमारे उत्पाद के साथ हरित बनें!" यह दावा अस्पष्ट और अस्पष्ट है, क्योंकि इसमें यह स्पष्ट नहीं किया गया है कि 'हरित' शब्द का क्या अर्थ है या उत्पाद किस तरह से पर्यावरण के अनुकूल है। इसलिए मामले में पर्याप्त योग्यताएं और प्रमाण प्रदान किए जाने चाहिए।

उदाहरण 2: "टिकाऊ प्रौद्योगिकी की शक्ति का उपयोग करना!" ऐसे दावे के संबंध में, इस बारे में विशिष्ट विवरण का खुलासा किया जाना चाहिए कि प्रौद्योगिकी किस प्रकार टिकाऊ है।

उदाहरण 3: "पर्यावरण पर न्यूनतम प्रभाव के साथ बनाया गया!" "न्यूनतम प्रभाव" का क्या अर्थ है, यह निर्दिष्ट किए बिना, यह दावा उत्पाद से जुड़ी कुछ पर्यावरणीय चिंताओं को कम करके आँकेगा या अनदेखा करेगा।

3. **निष्पक्ष और सार्थक तुलना** – दिशानिर्देशों के खंड 6 (4) के संबंध में, आगे का मार्गदर्शन नीचे दिया गया है।

उदाहरण 1: "सुरक्षित वातावरण के लिए रसायन-मुक्त सफाई!" चूंकि रसायन-मुक्त शब्द अपने आप में अस्पष्ट है, क्योंकि कोई भी चीज़ रसायन-मुक्त नहीं है, इसलिए यह दावा उपभोक्ताओं को गुमराह करेगा, क्योंकि इससे यह संकेत मिलेगा कि अन्य सफाई उत्पाद असुरक्षित हैं।

उदाहरण 2: "हमारा उत्पाद प्रतिस्पर्धा की तुलना में अधिक पर्यावरण अनुकूल है!" किन पर्यावरणीय विशेषताओं की तुलना की जा रही है, इसके बारे में विशिष्ट विवरण दिए बिना, यह दावा भ्रामक होगा।

4. **दावे पूर्ण एवं प्रासंगिक होने चाहिए** — यदि कोई दावा किसी विशिष्ट विशेषता, भाग या अवस्था से संबंधित है तो यह तथ्य कि दावा केवल प्रासंगिक विशेषता, भाग या अवस्था से संबंधित है, का पूर्णतः खुलासा किया जाना चाहिए जो ऐसे उत्पाद के लिए प्रासंगिक है।

उदाहरण 1: एक प्लास्टिक पैकेज में नया शॉवर पर्दा है जिस पर "पुनर्चक्रणीय" लेबल लगा है। यह स्पष्ट नहीं है कि पैकेज या शॉवर पर्दा पुनर्चक्रणीय है या नहीं।

उदाहरण 2: "मल्टी-कंपोनेंट पैकेज में एक उत्पाद, जैसे कि शूंकड रैपड प्लास्टिक कवर में पेपरबोर्ड बॉक्स, यह दर्शाता है कि इसमें रीसाइकिल पैकेजिंग है। पेपरबोर्ड बॉक्स पूरी तरह से रीसाइकिल सामग्री से बना है, परंतु प्लास्टिक कवर ऐसा नहीं है, यह भ्रामक होगा। सटीक दावा पेपरबोर्ड बॉक्स-रीसाइकिल पैकेजिंग हो सकता है।"

उदाहरण 3:- "एक विपणक बिना किसी योग्यता के अपने हैंडवॉश की बोतल पर "बायोडिग्रेडेबल" के रूप में विज्ञापन देता है। विज्ञापन में यह स्पष्ट किया जाना चाहिए कि केवल हैंडवॉश ही बायोडिग्रेडेबल है, न कि बोतल।"

5. **ठोस दावों के बिना छवियों का उपयोग** - किसी भी प्रकार का दृश्य पर्यावरणीय दावा, जो उपभोक्ता को यह विश्वास दिलाने का प्रयास करता है कि कोई उत्पाद या सेवा पर्यावरण के लिए जिम्मेदार या पर्यावरण के अनुकूल है, बिना प्रासंगिक विवरण या संदर्भ प्रदान किए।

उदाहरण 1: डिटर्जेंट के विज्ञापन में एक परिवार को खुले घास के मैदान में खुशी से खेलते हुए दिखाया गया है, जिसकी टैगलाइन है, "कपड़ों पर सौम्यता, प्रकृति पर सौम्यता।" पर्यावरण अनुकूलता का सीधे उल्लेख किए बिना, यह कल्पना उत्पाद और अधिक पर्यावरण-सचेत जीवन शैली के बीच संबंध का संकेत देती है।

6. **पर्यावरण संगठनों या विशेषज्ञों या अन्य समर्थकों द्वारा समर्थन—** ऐसे दावे जो अनुमोदन के ऐसे समर्थन, प्रमाणन या मुहरों का सुझाव देते हैं जो (i) अस्तित्व में नहीं हैं, (ii) जानबूझकर भ्रामक हैं, या (iii) गैर-आधिकारिक निकायों से उत्पन्न होते हैं और विश्वसनीय अधिकारियों से मान्यता नहीं रखते हैं तो यह भ्रामक है; ऐसा नहीं किया जाना चाहिए।

उदाहरण 1: "प्रमुख पर्यावरण विशेषज्ञों द्वारा अनुशंसित!" यह दावा पर्यावरण संगठनों द्वारा समर्थन का संकेत देता है। यदि ऊपर बताए अनुसार कोई समर्थन नहीं है, तो यह दिशानिर्देशों का उल्लंघन होगा।

उदाहरण 2:- मान्यता प्राप्त जैविक प्रमाणन निकायों से उचित प्रमाणीकरण के बिना किसी उत्पाद को "प्रमाणित जैविक" के रूप में लेबल करना, गलत विज्ञापन बनाना।

उदाहरण 3:- एक इलेक्ट्रॉनिक उत्पाद जो उपकरणों पर नकली ऊर्जा दक्षता लेबल चिपकाता है, ताकि यह आभास हो कि वे कुछ निश्चित मानकों को पूरा करते हैं, जबकि वास्तव में वे मानकों को पूरा नहीं करते।