

आशियातील सर्वात मोठ्या स्वयंसेवी ग्राहक संघटनेचे मुखपत्र

RNI No. MAHBIL/2011/39044

वर्ष १२ | अंक १० | जानेवारी २०१४ | मूल्य रु. ५/-



Grahaak Tituka Melwawa

ग्राहक

तितुका मेळवावा



संकल्प
संधवादीचा

संकल्प
ग्राहक संरक्षणाचा

संकल्प
ग्राहक जागृतीचा

नववर्षाच्या व मकरसंक्रातीच्या हार्दिक शुभेच्छा

सुवर्णक्षण



आपल्या संस्थेचे सुवर्ण महोत्सवी वर्ष येत्या गुढीपाडव्यापासून सुरू होत आहे.
त्यानिमित्त एक आवाहन...

मुंबई ग्राहक पंचायतीचे सभासद झाल्यापासून आजपर्यंत तुमच्या अनुभवात अनेक सुवर्णक्षण आले असतील. त्यातला एखादा क्षण तुम्हालाही आवर्जून सर्वांना सांगावासा वाटत असेल. उदाहरणार्थ, संस्थेचे सभासद झाल्यामुळे काही खास फायदा झाला, आपल्या संघामुळे लाभलेल्या जिव्हाळ्याचे नाते एखाद्या प्रसंगी कामी आले, तुम्ही फसवणूक होण्यापासून स्वतःला वाचवू शकलात, संस्थेचे स्वयंसेवी काम करताना एखादा छान अनुभव आला... असा एखादा अनुभव जरूर लिहून पाठवा. आपण अशा अनुभवांना आपल्या मासिकात प्रसिद्धी देऊ.

- तुमचा व्यक्तिगत अनुभवच लिहा. आपली संस्था कशी चांगली आहे, याचे नुसते गुणगान नसावे याचे भान ठेवा.
- तुमचा अनुभव जास्तीत जास्त ४०० शब्दांत लिहा.
- मराठी किंवा इंग्रजीत लिहा.
- पोस्ट करा किंवा ईमेलने पाठवा.
इमेल - mgpgtm40@gmail.com
- पोस्ट करण्यासाठी पत्ता - ग्राहक भवन, संत ज्ञानेश्वर मार्ग, कूपर हॉस्पिटलच्या मागे, विलेपार्ले (प), मुंबई- ४०० ०५६
- इमेल केल्यास subject - सुवर्णक्षण असे लिहा.
पोस्ट केल्यास लिफाफ्यावर सुवर्णक्षण असे लिहा.

- तुमचे अनुभव पाठवण्याची अंतिम तारीख - २७ फेब्रुवारी २०२४ असली तरी शेवट पर्यंत थांबू नका. लवकरात लवकर पाठवा.
- अनुभव लेखाच्या खाली पुढील तपशील लिहा -
 १. नाव
 २. वय
 ३. पत्ता
 ४. फोन नंबर
 ५. संघाचे नाव, सभासद क्रमांक
 ६. कधीपासून सभासद आहात

तुमचे सुवर्ण अनुभव इतरांना स्मरणंजनचा आनंद देतील. जरूर लिहून पाठवा.



मुंबई ग्राहक पंचायत आयोजित - दूरदर्शनवरील 'जागो ग्राहक' कार्यक्रमांचे वेळापत्रक				
क्र.	प्रसारण दिनांक	प्रसारण वेळ	विषय	सहभाग
१.	१/१/२०२४ २/१/२०२४ ३/१/२०२४	संध्याकाळी ७.३० दुपारी २.३० सकाळी १०.००	गृहोपयोगी उपकरणे धोके आणि सुरक्षा	१. श्रीम. करिश्मा निम्जे (BIS) २. श्रीम. मंगला गाडगीळ ३. श्रीम. नेहा जोशी
२.	८/१/२०२४ ९/१/२०२४ १०/१/२०२४	संध्याकाळी ७.३० दुपारी २.३० सकाळी १०.००	असे होते आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील ग्राहक संरक्षण	१. अॅड. शिरीष देशपांडे २. श्रीम. शुभदा चौकर ३. श्रीम. मनिषा पुराणिक
३.	१५/१/२०२४ १६/१/२०२४ १७/१/२००४	संध्याकाळी ७.३० दुपारी २.३० सकाळी १०.००	स्वयंपुनर्विकास - सहकारी सोसायट्यांना सुवर्ण संधी	१. आमदार श्री. प्रविण दरेकर २. श्री. निखिल दिक्षित ३. श्री. विकास बंका
४.	२२/१/२०२४ २३/१/२०२४ २४/१/२००४	संध्याकाळी ७.३० दुपारी २.३० सकाळी १०.००	वजनमाप, किंमतीतील फसवणूक आणि ग्राहक संरक्षण	१. श्री. विलास पवार, सह-नियंत्रक वजनमाप २. श्रीम. ज्योती मोडक ३. श्रीम. अनघा आचरेकर

मुंबई ग्राहक पंचायत

विश्वस्त मंडळ

डॉ. बाळ फोंडके
अनुराधा गोरे
ललिता कुलकर्णी
अनुराधा नरसाळे
संजीव मंत्री

अध्यक्ष

डॉ. बाळ फोंडके

उपाध्यक्ष

अनुराधा गोरे

कार्यकारी मंडळ

अॅड. शिरीष देशपांडे (कार्याध्यक्ष, स्वीकृत)
अनुराधा देशपांडे (कार्योपाध्यक्ष)
प्रभाकर गवाणे (कार्योपाध्यक्ष)
अनिता खानोलकर (कार्यवाह)
ज्योती मोडक (कार्यवाह)
रविंद्र सहस्रबुद्धे (खजिनदार)

सभासद

छाया वारंगे, शीला देवळेकर,
राजेंद्र राणे, शुभदा चौकर,
मंगला गाडगीळ, अनघा आचरेकर,
विवेक केळकर, शर्मिला रानडे,
आलोक हर्डीकर (स्वीकृत),
अभय जोशी, पराग रेडकर,
अर्चना पानगांवकर (स्वीकृत),
प्रकाश पाटील, उदय पिंगळे (स्वीकृत)

निमंत्रित

• संघटन विभाग प्रमुख

या अंकात प्रसिद्ध झालेल्या मतांशी संपादक/
संघटना सहमत असतीलच असे नाही.

अनुक्रमणिका

भौगोलिक विभाग कार्यकारिणी सदस्यांसाठी शिबीर	४
संपादकीय	५
काही समान वैश्विक प्रश्नांवर खल	६
गुळाविषयी सर्व काही!	९
वाचू आनंदे	१२
बालग्राहकांसाठी चित्रकला स्पर्धा	१२
खरेदीचा उत्सव	१३
जाहिरातीत फक्त सुंदर मॉडेल नकोत!	१६
पालघरमध्ये वार्षिक मेळावा संपन्न	१७
दिल्ली उच्च न्यायालयाने केसरी टूर्सला फटकारले	१७
Major Initiatives for Consumer Protection (Part 2)	१८
CCPA Directs Kesari Tours to Refund...	२२
Urgent Need of ODR for Speedy Justice	२३



ग्राहक म्हणून काही तक्रार असेल तर
शासनाच्या हेल्पलाईनवर नोंदवा-
१८००-११-४००० किंवा १९१५
कामकाजाच्या दिवशी सकाळी ८ ते रात्री ८
तसेच NCH App किंवा UMANG App

- ❖ संपादक :- शुभदा चौकर
- ❖ संपादकीय साहाय्य :- सुमिता चितळे, नेहा जोशी, शर्मिला नाईक, उदय पिंगळे
- ❖ सल्लागार :- अॅड. शिरीष देशपांडे, वसुंधरा देवधर
- ❖ मुखपृष्ठ :- राजेंद्र राणे
- ❖ अक्षरजुळणी व रचना, कला व मुद्रण :- इंडिया प्रिंटिंग वर्क्स, वडाळा, मुंबई

भौगोलिक विभाग कार्यकारिणी सदस्यांसाठी शिबीर

– रंजना मंत्री

संघटन विभागातर्फे १२ डिसेंबर रोजी काशिनाथ धुरू सभागृह दादर, येथे सर्व भौगोलिक विभाग कार्यकारिणी सदस्यांसाठी एक मार्गदर्शन शिबीर दिवसभरासाठी आयोजित केले होते. मुंबई, ठाणे, नवी मुंबई, वसई, विरार, पालघर, पुणे सगळीकडून त्या त्या ठिकाणच्या भौगोलिक विभागातील कार्यकारिणीतील कार्यकर्ते सहभागी झाले होते.



या शिबीरात सकाळच्या सत्रात माहितीपर सत्रे होती. संस्थेची रचना (अनिता खानोलकर) शिक्षण विभाग (मंगला गाडगीळ), संरक्षण विभाग (शर्मिला रानडे), पंचायत पेठा (अनुराधा देशपांडे), वितरण (ज्योती मोडक) व संघटन विभाग (रंजना मंत्री) या सर्व विभागांच्या प्रमुखांनी कामाची थोडक्यात माहिती दिली. विभागांत काम करता करता आपापल्या आवडीप्रमाणे संस्थेच्या बहुआयामी कामांत कसे जोडले जाता येईल, याची माहिती सहभागींना मिळाली. आपापल्या ठिकाणी संस्थेचा प्रसार जोमाने करण्यासाठी ही माहिती सर्वांना उपयुक्त वाटली. कार्याध्यक्ष अॅड. शिरीष देशपांडे यांनी त्यांच्या प्रेरणादायी भाषणातून चळवळीचे महत्त्व समजावून सांगितले. एप्रिल २०२४ पासून संस्थेच्या ५०व्या वर्षाच्या वाटचालीत वर्षभरात निरनिराळे ग्राहकाभिमुख असे

कार्यक्रम राबवत हे वर्ष साजरे करूया, असे आवाहन केले.

वृषाली आठल्ये यांनी या सर्वांचे गुलाबपुष्प देऊन स्वागत केले.

दुपारच्या वेळेत 'खुली चर्चा' आयोजित करण्यात आली होती. यावेळी भौगोलिक विभागातील सदस्यांनी, आपापल्या विभागातून वैशिष्ट्यपूर्ण अशी कोणती कामे केली जातात, याबद्दल सांगितले-

- काही विभागांतून नियमित संघभेटी घेतल्या जातात. विशेष कामगिरी करणाऱ्या सदस्यांची नोंद घेतली जाते.
- काही विभाग वर्षभरात एकेकावेळी १०-१२ संघांच्या सभासदांच्या एकत्रित बैठका घेऊन त्यांच्यापर्यंत चळवळ पोहचवतात.
- विभागीय पातळीवर कार्यक्रमात काहीवेळा सदस्य नसलेल्यांना खास आमंत्रित केले जाते, म्हणजे त्यांनाही आपली संस्था कळेल.
- पुनर्विकासामुळे बंद पडलेल्या संघसभासदांना दुसऱ्या संघात सामावून घ्यावे यासाठी प्रयत्न केले जातात.
- शाळा, कॉलेजमधील विद्यार्थ्यांना वाटपातून मिळणाऱ्या वस्तूंचे आरोग्यदायक वैशिष्ट्य व धान्य भरून येणाऱ्या कापडी पिशवीचे महत्त्व समजावून सांगून त्यांना ग्राहक मासिकातील साहित्य वाचून दाखवले जाते. काही सहभागींनी त्यांच्या मनातील सूचना व्यक्त केल्या-

- ओळखीतील, नात्यातील व्यक्तींना भेटवस्तू देतांना, आपल्या संस्थेचे 'सहयोगी सभासदत्व' भेट म्हणून द्यावे.

(पान क्र. ११ पाहा...





संपादकीय

संक्रमणाची संस्कृती

‘नैरोबीला जाताना प्लॅस्टिकच्या पिशव्यांतून काहीही नेऊ नका, जबर दंड होईल’, असा इशारा आम्हाला मिळाला होता. केनियाने गेल्या ४-५ वर्षांपासून प्लॅस्टिक पिशव्या बंदी काटेकोरपणे राबवली असल्याच्या बातम्या वाचल्या होत्या. पण अनेकदा हे नियम धाव्यावर बसवण्यासाठी असतात, हा आपला अनुभव! पण केनियासारखा निम्न मध्यमवर्गीय देश प्लॅस्टिक पिशवी बंदी काटेकोरपणे अंमलात आणू शकतो, हा अनुभव आम्ही घेतला. तिथले फेरीवालेही कोणतीही वस्तू कागदी किंवा कापडी बॅगमध्ये देताना दिसले. साहजिकच रस्त्यावर हवेचे प्रदूषण भरपूर जाणवले, पण प्लॅस्टिकचा कचरा मात्र कुठेही दिसला नाही.



परिषदेत कुठेही प्लॅस्टिकच्या पाण्याच्या बाटल्या नव्हत्या की डिस्पोझेबल क्रोकरी नव्हती. जाड काचेच्या पाण्याच्या बाटल्या आणि काचेचे ग्लास ठेवलेले असत. इतकेच काय, पेनेही लाकडी आणि स्टीलची होती.

‘प्लॅस्टिकचा अतिवापर आणि प्लॅस्टिकच्या कचऱ्याचा भस्मासूर’ हा विषय CIच्या जागतिक काँग्रेसमध्ये चर्चेला होता. प्लॅस्टिकला पर्याय नाही हे जितके खरे आहे, तितकेच कचऱ्यात रुपांतरित होणाऱ्या प्लॅस्टिकला पायबंद घातला पाहिजे हेही! मात्र त्यासाठी त्याच्या निर्मितीवर निर्बंध घालणे, प्लॅस्टिक इतक्याच माफक किंमतीत अन्य पर्यावरणस्नेही पर्याय निर्माण करणे, यासाठी मात्र राजकीय इच्छाशक्ती कमी पडते, असे मत अनेकांनी व्यक्त केले.

अशी सार्वत्रिक ओरड असताना केनिया, टांझानिया, कंबोडिया अशा काही विकसनशील देशांनी ‘वापरा-फेका’ प्रकारच्या प्लॅस्टिकवरील बंदी अंमलात आणून दाखवली आहे, हेही लक्षात घेण्यासारखे आहे.

प्लॅस्टिकच्या भस्मासुराला आवर घालण्यासाठी शासनाची इच्छाशक्ती हवी, तशीच ग्राहकांचीही, आताच बघा ना, संक्रांतीचा सण जवळ येताच बाजारात प्लॅस्टिकच्या स्वस्त-मस्त वस्तूंचा सुळसुळाट दिसत आहे.

प्लॅस्टिकचे डबे, टोपल्या, ट्रे लुटून संक्रांतीचे हळदीकुंकू साजरे करण्याची प्रथा सर्रास सुरू आहे. वास्तविक आपला प्रत्येक सण निसर्गस्नेही परंपरा जपण्यासाठी साजरा करावा, ही भारतीय संस्कृती आहे. संक्रांतीला आपण मातीशी नाते सांगणारे सुगड पुजतो. मातीच्या घटात हरभरे, ऊस, बोरं, नवधान्य असे या मोसमात जे उगवते ते भरले जाते आणि मोठ्या कृतज्ञतेने ते पुजले आणि खाल्ले जाते. नवजात बालकांनाही ते चोखायला दिले जाते. तिळगूळ वाटून स्नेहसंबंध वृद्धिंगत केले जातात. अशा परंपरा जपताना प्लॅस्टिकच्या वस्तूंची लयलूट करून निसर्गावर अत्याचार का करायचा?

संक्रांत हा सूर्याच्या संक्रमणाचा सण. आपण आपल्या जीवनशैलीत कोणती संक्रमणे करू शकू, हा विचार या सणानिमित्त करूया. पृथ्वी पुन्हा सुंदर करायची तर प्रत्येकाची प्रत्येक कृती महत्त्वाची!

– शुभदा चौकर



काही समान वैश्विक प्रश्नांवर खल

– शुभदा चौकर

Consumers International हे जागतिक पातळीवरचे ग्राहक संस्थांचे संघटन. त्यांची 'जागतिक ग्राहक परिषद' यंदा ६, ७, ८ डिसेंबर २०२३ या काळात केनियाची राजधानी नैरोबी येथे आयोजित करण्यात आली होती.

'रॅडिसन ब्लू' या पंचतारांकित हॉटेलमधल्या आलिशान बॉलरूम व मिटिंगरूममध्ये सर्व सत्रे झाली. प्रत्येक सत्राचे वेळापत्रक काटेकोर पाळत केलेले आयोजन, भाषणे टाळून चर्चासत्र पद्धत, प्लास्टिक वापराला पायबंद, स्थानिक व पाश्चात्य पदार्थांचा समन्वय या गोष्टी लक्षणीय होत्या.



व्यासपीठावरून आपले सादरीकरण

संस्थेचे कार्योपाध्यक्ष प्रभाकर गवाणे, मानद कार्यवाह अनिता खानोलकर आणि शुभदा चौकर असे आम्ही तिघे मुंबई ग्राहक पंचायतीतर्फे या परिषदेत सहभागी झालो होतो.

उदारीकरणानंतर जग जसजसे जवळ येत गेले, तसे वैश्विक प्रश्नही एकसमान होत गेले आहेत. अशा अनेक प्रश्नांवर इथे ऊहापोह झाला.

'शाश्वत जीवनशैली' हा एक 'शाश्वत' चिंतनाचा विषय झाला आहे. 'शाश्वत जीवना'साठी काय काय करता येईल, कोण कोण, काय काय करत आहे, याचा धांडोळा घेणारी अनेक सत्रे झाली.

'UN Sustainable Development Goals' (SDG) ही २०१६ मध्ये लागू झालेली ही लक्ष्ये २०३० पर्यंत पूर्ण करणे अपेक्षित आहे. अर्धी वर्षे सरली आहेत, मात्र लक्ष्यपूर्ती लक्षणीयरित्या अपरिपूर्ण राहिलेली आहे. यावर आता काय करावे म्हणजे लक्ष्यपूर्तीचा प्रवास जलद होऊ शकेल, असा विषय एका सत्रात होता. त्यातील SDG १२

आहे, 'जबाबदारीने उपभोग आणि उत्पादन' या विषयावर. या चर्चासत्रात सहभागी होण्याची संधी मिळाली.

मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या एकत्रित खरेदीचे आणि संघनिहाय वितरणाचे मॉडेल लक्ष्यपूर्तीसाठी उपयोगी ठरेल, शिवाय गेल्या ४८ वर्षांपासून ग्राहक पंचायतीने अंगीकारलेल्या पर्यावरणस्नेही पद्धतीही साध्या-सोप्या पण परिणामकारक आहेत, हे तिथे ठासून सांगता आले. SDG १२ मध्ये ११ मुद्दे नोंदविलेले आहेत. या मुद्द्यांचा परामर्श घेत ते आपल्या वितरणाच्या मॉडेलमध्ये कसे समाविष्ट आहेत, असा विषय मी मांडला.

उदा. मुद्दा १२.३ सांगतो, नैसर्गिक साधन संपत्तीचा कमीत कमी वापर! आपल्या वितरण यंत्रणेत आपण संघपोच माल देतो. तोही महिन्यातून एकदा. संपूर्ण वितरण केंद्रातील सर्व सभासदांसाठी एकावेळी खरेदी करतो. अशाने दरमहा इंधनाची बचत होते. आपण सारेजण शक्यतो स्थानिक पदार्थ खातो. ज्वारी, नाचणी, बाजरी या मिलेटचा समावेश आपल्या यादीत असतो. वरीचा खाकरा, ज्वारी पोहे, नाचणी सत्त्व, राजगिरा लाडू, आंबोळी पीठ, इडली रवा अशा अनेक वस्तू स्थानिक आहेत. साहजिकच कॉर्नफ्लेक्सचा बॉक्स घरी आणून तोच नाश्ता करण्याची सवय आपल्याला नाही. SDG १२.१ नुसार स्थानिक उत्पादनांना वाव द्यावा. तेच तर साधतो आपण.

SDG १२.५ सांगते- कचरानिर्मिती कमीत कमी करा. आपण गहू, तांदूळ, साखरेसाठी पांढऱ्या कापडी पिशव्या वापरतो. त्या धुवून परत करतो. या पिशव्या फाटेपर्यंत सुमारे १८-२० वेळा वापरल्या जातात. त्यामुळे टाळल्या गेलेल्या प्लास्टिकची मोजणी करा. आपले साबण, शांपू साध्या पॅकमध्ये येतात, आकर्षक वळणदार बाटल्या नकोत, असे आपण आपल्या उत्पादकांना बजावले आहे. शिवाय आपले बहुतांश सभासद आपल्या घरच्या कचऱ्याचे व्यवस्थापन नियमित, व्यवस्थित करतात. सुका कचरा पुनर्चक्रीकरणाला देतात. त्याबाबतचे मार्गदर्शन आपली संस्था सातत्याने मासिकातून आणि विविध कार्यक्रमांतून करत असते.

SDG १२.६ म्हणते- उत्पादक कंपन्यांना शाश्वत पद्धती अंगिकारायला प्रोत्साहन द्या. आपल्या एकत्रित खरेदीमुळे, पारखी निवड समितीमुळे आपण आपल्या उत्पादकांशी

संवाद साधत असतो. त्यांना आपण पर्यावरणाशी सुसंगत अशा गोष्टी सुचवत असतो. उदा. अलीकडे बाजारात 'यूज अँड थ्रो' पेनांचा सुळसुळाट आहे. आपण मात्र रिफिलसह पेनांचा संच देतो. आपल्या तयार खाद्यपदार्थात ट्रान्सफॅटचा (वनस्पती तूप इ.) समावेश नसावा, असा आग्रह धरतो.



CI President श्री मारिमुनू यांच्यासह अनिता खानोलकर, शुभदा चौकर व प्रभाकर गवाणे

SDG १२.C म्हणते, वस्तूंचा अपव्यय टाळा. आपल्या वितरण यंत्रणेमुळे आपण महिन्यातून एकदा विचारपूर्वक मागणी करतो. उत्पादनाचा मोसम, सण, ऋतुमान यांचा विचार मागणीपत्रकात केलेला असतो. त्यामुळे अपव्यय टळतो. गरजेनुसार सेवन करावे, उधळपट्टी करू नये- हे अंगवळणी पडते.

या 'अनुकरणीय' उदाहरणाचा अंगीकार करू इच्छिणाऱ्यांसाठी आमचा मदतीचा हात कायम पुढे आहे, हे ही आम्ही सांगितले.

पहिल्या दिवशी परिषदेची सुरुवात आडव्या पसरलेल्या बॉलरूममध्ये झाली, तेव्हा तो हॉल खचाखच भरला होता. सुमारे १०० देशांतील ग्राहक प्रतिनिधी तिथे वेळेआधीच येऊन बसले होते. हॉलच्या मागच्या भागात भाषांतर कक्ष होता. स्पॅनिश, फ्रेंच, चायनीज, स्वाहिली अशा भाषांतर बोलणाऱ्यांचे तत्काळ भाषांतर हे अनुवादक करत असतात. आपण हेडफोन लावून त्यावर 'इंग्लिश' भाषा सेट केली की आपल्याला ते सफाईदार इंग्लिशमध्ये ऐकू येते.

पहिले सत्र होते - 'The Impact of Generative AI on Consumers'

विदा गोपनीयता (डेटा प्रायव्हसी), माहितीची चोरी, कॉपीराइटचे उल्लंघन, असे प्रश्न सर्वांनाच भेडसावत आहेत. कृत्रीम बुद्धिमत्तेमुळे अनेक कामे माणसांविना परस्पर होऊ शकतील. कृत्रीम बुद्धिमत्तेच्या बळावर काही नवे उद्योग सुरू होतील; काही बहरतील; काही संपतील.

अशा या मोठ्या झंझावती बदलाच्या काळात आंतरराष्ट्रीय स्तरावर अनेकांनी एकत्र येऊन कायदे, नियम, संकेत आखले पाहिजेत, असा एकूण चर्चेचा ओघ होता.

दुसरे सत्र होते - 'Serving up a food system that works for people planet' जागतिक आरोग्य संघटनेचे संचालक या सत्रात होते. पुढच्या पिढ्या अशक्त राहणार नाहीत, ही आपली जबाबदारी आहे. ग्राहकांना अन्नपदार्थातील घटकांची माहिती पूर्णतया दिली गेली पाहिजे; सर्वांना परवडतील अशा किमतीत अन्न-धान्य मिळायला पाहिजे; अन्नधान्य निर्मिती, साठवण, वाहतूक हे सर्व पर्यावरणस्नेही पध्दतीने झाले पाहिजे- अशा काही विषयांवर मांडणी व चर्चा झाली.

या सत्रातील चर्चेत आम्ही सहभागी व्हायचो. या सत्रात आम्ही पुस्ती जोडली की, स्थानिक पदार्थ खाण्याचे तत्त्व सर्वांनी अनुसरले पाहिजे. आपापल्या ठिकाणच्या जमिनीचा पोत आणि क्षमता बघून उत्पादन घेतले जाईल, याकडे आपले लक्ष असावे. आज कोणीही, कुठेही, काहीही पिकवत आहे. पाश्चिमात्य खाण्याचा प्रभाव जगभर अनेक देशांत आहे. अशाने अन्नधान्य निर्मितीचा व पर्यावरणाचा तोल बिघडतोय.



टीम इंडिया

रासायनिक खतांचा भडीमार, अयोग्य पीक संधारण पध्दती, तंबाखूची शेती, अन्न नीट न साठवल्याने होणारी नासाडी- असे अनेक प्रश्न सभागृहांतून मांडले गेले. 'Product Safety' सुरक्षित वस्तूंची निर्मिती आणि विनियम यावर एक सत्र झाले. अॅमेझॉनचे भारतातील प्रतिनिधी त्यात होते. असुरक्षित वस्तू बाजारात न आणणे, सुरक्षिततेची खात्री सांगणारे लेबल असणे असे अनेक संकेत आम्ही उत्पादकांना घालून देत असतो, त्यांना त्याकरता प्रशिक्षण देतो- असे त्यांनी सांगितले. झिंबाब्वे, केनिया, मलेशिया या देशांच्या प्रतिनिधींनी सांगितले की प्रगत देशांत नाकारलेली

उत्पादने विकसनशील किंवा गरीब देशांत धाडून देण्याचे प्रकार बंद झाले पाहिजेत. सुरक्षा-मानके जगभर सारखीच हवीत. वस्तूंच्या सुरक्षा मानकांची अंमलबजावणी काटेकोर होण्यासाठी तशा यंत्रणा सक्षम व पुरेशा असण्याची गरज आहे, हा मुद्दा अनिता खानोलकर यांनी मांडला.



झिम्बाब्वेमध्ये आपले मॉडेल राबवणाऱ्या प्रतिनिधी रोझमेरीसह

‘Tackling Plastic Pollution’ हा विषय सर्वांच्या जिवाळ्याचा होता. प्लॅस्टिकच्या उत्पादनावर कठोर नियंत्रण असायला हवे, प्लॅस्टिकला पर्यायी वस्तू ग्राहकांना परवडतील अशा स्वस्त हव्या. प्लॅस्टिक व फॉईलच्या सॅशेवर बंदी आणली पाहिजे- असे विचार पुढे आले. CAGच्या प्रतिनिधी सरोजा सुंदरम यात होत्या. CI तर्फे CAG या विषयावर एक सर्वेक्षण प्रकल्प करत आहे, असे समजले.

या सत्रात कंबोडियाच्या जया हाऊस हॉटेल्स या कंपनीचे मॅनेजिंग डायरेक्टरही होते. त्यांच्या सर्व हॉटेलमध्ये पर्यावरणस्नेही पद्धती पाळल्या जातात, हे त्यांनी सांगितले. एकंदर पर्यटन व्यवसायाला प्लॅस्टिकमुक्तीबद्दल स्पष्ट सूचना-

संकेत जारी केले पाहिजेत, असे मत त्यांनी व्यक्त केले.

क्रिप्टो करन्सीसारख्या डिजिटल फायनान्स पर्यायांमध्ये अनेक ग्राहक फशी पडत आहेत. यावरही एक सत्र झाले, असे अनधिकृत पर्याय ग्राहकांनी न स्वीकारणे, हाच उत्तम मार्ग.

आरोग्यपूर्ण खाद्यान्यांच्या किंमती वाजवीपेक्षा जास्त असतात. अशाने ग्राहक नाईलाज म्हणून स्वस्त व निकस अन्नाचे सेवन करतात. यावर एका सत्रात खल झाला. त्यावेळी प्रभाकर गवाणे यांनी आपल्या मॉडेलमध्ये आपण सकस तरीही वाजवी दरात अन्नपदार्थ कसे देऊ शकतो, याचा दाखला दिला.

‘Sustainable Lifestyle- the norm’ या सत्रातही आम्ही सांगितले की, ग्राहकांना शाश्वत जीवनशैलीच्या सवयी लावणे, शाळेतील विद्यार्थी तसेच विविध समाजगटांना ग्राहक-शिक्षण देऊन या विषयाचे भान देणे, पंचायत पेठांमध्ये प्लॅस्टिक पिशव्या न देण्याची शिस्त सर्व विक्रेत्यांना लावणे, अशा अनेक गोष्टी आम्ही यशस्वीपणे करून दाखवल्या आहेत.

क्लायमेंट चेंज, क्लीन ॲनर्जी, ग्राहकांना न्याय मिळवून देण्यासाठी तंत्रज्ञानाची मदत अशा अनेक विषयांवरही सत्रे झाली.

जागतिक पातळीवर उदारीकरण आले. परस्पर व्यापार जोमाने वाढला. सगळे मोठे ब्रँड सर्वत्र मिळू लागले. ‘World in flat’ ची अनुभूती सर्वांना आली आहे. तसे आता ग्राहक प्रश्न, जीवनशैली विषयक समस्या सगळीकडेसारख्या होऊ लागल्या आहेत. त्यामुळे सर्वांनी एकत्र येऊन शेअरिंग करणे, खल करणे, परस्परांना सहकार्य करणे, एकमेकांचे अनुभव समजून घेत पुढे जाणे हे आवश्यक आहे. अशा जागतिक परिषदा ती संधी देतात. ♦



पालघरमधील डॉ. एम. एल. ढवळे मेमोरिअल ट्रस्ट हॉस्पिटलने त्यांच्याकडे घेण्यात येणाऱ्या आरोग्य सेवा आणि उपचारासाठी असलेल्या दरांमध्ये मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या सभासदांना विशेष सवलत देण्याचे मान्य केले आहे. डॉ. एम. एल. ढवळे मेमोरिअल ट्रस्टचे होमिओपॅथिक रुग्णसेवा, पदव्युत्तर शिक्षण व संशोधनाच्या क्षेत्रात भरीव योगदान आहे. या संस्थेचे पालघर येथे १०० खाटांचे मल्टीस्पेशलिटी रुग्णालय आहे.

गुळाविषयी सर्व काही!

– छाया वारंगे, खरेदी समिती उपाध्यक्ष

वितरणातून आपण गूळ देतो. गुळाबद्दल ग्राहकांच्या मनात अनेक प्रश्न, शंका, गैरसमजुती असतात. डॉ. धनंजय सोमनाथ टेकावडे व प्रा. अरुण मराठे यांच्याशी गुळासंदर्भात चर्चा केली. डॉ. धनंजय सोमनाथ टेकावडे हे गूळतज्ज्ञ, गूळ सल्लागार म्हणूनही गूळ संशोधन केंद्रात कार्यरत आहेत, तर प्रा. अरुण मराठे हे कृषी महाविद्यालय, कोल्हापूर येथे केमिस्ट्रीचे विभाग प्रमुख होते.

या दोन्ही तज्ज्ञांशी बोलून लिहिलेला हा एवज!

सर्वसाधारण समज असतो की उसापासून बनतो तो गूळ! परंतु जगाच्या पाठीवर गोड घाटाची ज्वारी (Sweet Sorghum), रताळे (Sweet Potato), ताडीमाडी, खजूर, बीट व स्टीव्हीआ यांपासूनही गूळ बनविला जातो. मात्र ७०% गूळ उसापासूनच बनतो.

द्रवरूपातील काकवी, घन रूपातील वडी, ढेप, तुकडे व भुगा रूपातील पावडर हे गुळाचेच प्रकार किंवा आकार. गुळात ६०% ते ८५% सुक्रोज व ४०% ते १५% नैसर्गिक खनिजांनीयुक्त घटक पदार्थ असतात.

सेंद्रीय गूळ म्हणजे कोणता?

सेंद्रीय गूळ हा आरोग्यासाठी १००% हितकारक आहे. गूळ प्रक्रियेत भेंडी रस वापरला म्हणजे गूळ सेंद्रीय होत नाही, तर उसाची लागवड सेंद्रीय असावी लागते. यासाठी ऊस लागवडीची जमीन किमान ३ वर्षे पडीक ठेवावी लागते. जमीन लागवडीसाठी घेताना जैविक खतांचा वापर करून सेंद्रीय करावी लागते. शासकीय यंत्रणेद्वारे जमिनीचे परिक्षण करावे लागते व पुढेही प्रतिवर्षी करावे लागते. परीक्षणात काही असेंद्रिय आढळल्यास जमिनीचे हेतूत: flood irrigation करावे लागते. उसावरील कीटकनाशक फवारणी केमिकल विरहित असते. या सर्व गोष्टींचे आर्थिक मूल्य खूप जास्त म्हणजे तीन चार पटीपेक्षा जास्त असल्याने तयार होणाऱ्या गुळाची किंमतही त्यानुसार वाढते. सेंद्रीय ऊस व रसायन विरहित गूळ प्रक्रिया यातून तयार होणाऱ्या गुळाला 'सेंद्रीय गूळ' म्हटले जाते.

कोल्हापुरातील उसाची प्रत, गोडवा, उतारा उत्तम असतो. त्याला Geographical Index (भौगोलिक मानांकन) मिळाले असल्याचेही श्री. टेकावडे यांनी अधोरेखित केले. कोल्हापुरातील जमिनीचा सामू (PH) ५.४ ते ५.६ असल्याने गूळ तयार करताना चुन्याची मात्राही १००० लिटरला १२० ते १५० ग्रॅम इतकीच वापरावी लागते. सांगली-सातान्यात आणि विदर्भ, मराठवाड्यात ती वाढवावी लागते.

गुळाचा इतिहास

आपल्या ६०० वर्षापूर्वीच्या सुश्रुत, अष्टांगहृदयम् व चरक संहितेतही गुळाचा संदर्भ आढळतो, त्यातील उल्लेख शर्करा असा आहे. आयुर्वेदानुसार उसाचा उकळून घट्ट केलेला रस (काकवी) मातीच्या सच्छीद्र मडक्यांमध्ये तळाला घोड्याची लिद किंवा उसाच्या चिपाडांचा चोथा घालून त्यावर ओतला जातो व त्यातील पाण्याचा अंश ८-१० दिवसांनी झिरपल्यानंतर जो दाणेदार पदार्थ उरतो तो उन्हात वाळवून तयार होणाऱ्या पदार्थाला 'शर्करा' म्हणत असत. कालांतराने तंत्रज्ञानाची जोड देत जे तयार होऊ लागले, त्याला गूळ संबोधले गेले. शर्करा (आयुर्वेदातील) दाणे रूपात असल्याने केमिकल प्रक्रियेने तयार होणाऱ्या दाणेदार पदार्थाला पुढे साखर (शर्करा) म्हटले गेले. आयुर्वेदानुसार जी शर्करा म्हटली जाते ती सुद्धा पुढे चुना व भेंडी रसाचा वापर करून बनवू लागले. त्यालाच खांडसरी साखर म्हटले जाते. ही शुभ्र नसते व दाण्यांचा आकारही एकसारखा नसतो. मात्र प्रक्रिया नैसर्गिक असल्याने आरोग्याला हितकारक असते.

गुळाबाबत काही प्रश्नांची ही नेमकी उत्तरे-

१. पिवळा धम्मक किंवा पांढरा गूळ टाळावा असे का म्हणतात? त्यात घातक काय?

उसाच्या रसाचा काळपट हिरवट रंग ब्लीच करण्यासाठी सोडीयम हैड्रोसल्फाईड (हैड्रॉस पावडर)चा वापर केला जातो, ते अन्न व औषध प्रशासनाने वर्ज्य ठरविले आहे. ही रासायनिक प्रक्रिया असून सल्फर गुळातच राहते. सल्फर आरोग्यासाठी घातक असल्याने असा गूळ टाळावा. असा गूळ अधिक फिक्का-पांढरापिवळा व कधी कधी किंचित



पहिली ढोरमळी काढताना

खारटही असतो. तसेच अशा गुळात साखरही मिसळलेली असू शकते, शिवाय सुक्रोजचे प्रमाणही वाढते.

२. सेंद्रीय गूळ म्हणजे काय ?

सेंद्रीय गूळ म्हणजे गुळासाठी वापरलेला ऊस हा सेंद्रीय पद्धतीने केलेला असतो. अशा उसाची शेती सेंद्रीय असल्याचे पुरावे त्या उत्पादकाकडे असावे लागतात. ते अद्ययावतही ठेवावे लागतात. सेंद्रीय उसापासून चुना व भेंडीरस वापरून तयार केलेला गूळ सेंद्रीयगूळ होय. सेंद्रीय ही संकल्पना समजून घेऊन, रसायनविरहीत शेती करणारे शेतकरीच सूझपणे शेती करतात. अर्थातच उत्पादनाचे आर्थिक मूल्य जास्त असल्याने अशी शेती करणाऱ्यांचे प्रमाण कमी आहे.

मुंबई ग्राहक पंचायत केव्हापासून व का रसायनविरहीत व सेंद्रीय गूळ वापरू लागली ?

२०१५ साली रसायनविरहीत विरहीत गूळ या संकल्पनेची वर्तमानपत्रात माहिती वाचनात आली. गूळ संशोधन केंद्र, कोल्हापूर येथे गायकवाड यांच्याशी दूरध्वनीवरून संपर्क करून रसायनविरहीत गुळाची प्रक्रिया समजून घेतली व २०१६ पासून गूळ रसायनविरहीतच असावा म्हणून आपले गूळ उत्पादक विशाल पाटील यांनाही फक्त चुना व भेंडीचा साका वापरून गूळ करून देण्यासाठी आग्रह केला. उत्पादकानेही गूळ केंद्रात जाऊन माहिती घेतली व २०१६ पासून रसायनविरहीत साधा व चिकी गूळ संस्थेसाठी समोर तयार करून घेऊन वाटपात समाविष्टित झाला. गूळ संशोधन केंद्रातून तेरणी येथील सेंद्रीय गूळ पावडर उत्पादकांची माहिती मिळाली, प्रत्यक्ष खात्री करून सेंद्रीय गूळ पावडर वाटपात २०१७ पासून वाटपात समाविष्टित झाली.



ढोरमळी निघाल्यानंतर उकळणारा रस ओतू जाऊ नये म्हणूनची सोय

३. सेंद्रीयगूळ व साधा गूळ यात फरक काय ?

सेंद्रीय पद्धतीने लागवड केलेल्या उसापासून रसायन विरहीत प्रक्रियेने तयार केलेला गूळ म्हणजे सेंद्रीय गूळ. जैविक किंवा रासायनिक पद्धतीने लागवड केलेला ऊस व रसायन विरहीत गूळ प्रक्रियेतून तयार झालेला गूळ हा साधा गूळ होय.

४. दर्जा व किंमत याचा समन्वय साधून कोणता गूळ घ्यावा ?

आर्थिक विचार करता 'रसायनविरहीत साधा गूळ' खरेदी करावा.

५. गूळ व साखरेपैकी गूळ खावा, असे का सांगितले जाते ?

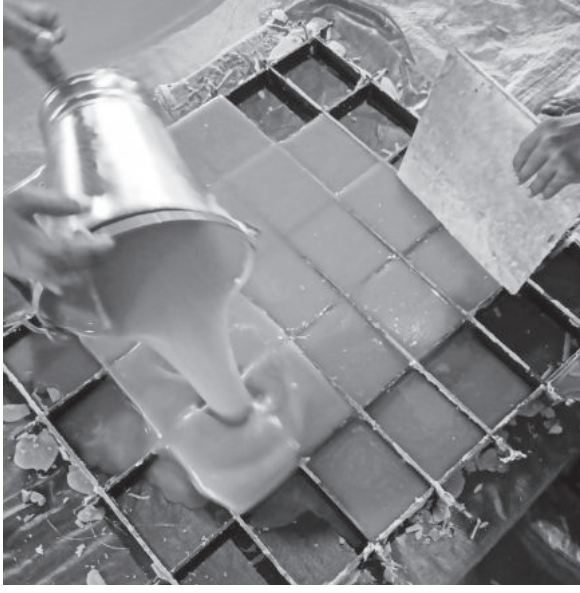
साखरेची प्रक्रिया रासायनिक असून तयार होणाऱ्या साखरेत सुक्रोजचे प्रमाण ९९.८% असते व सल्फरही असतो. नैसर्गिक खनिजाचा १००% अभाव असतो. गुळात साखरेच्या तुलनेत सुक्रोजचे प्रमाण कमी, नैसर्गिक खनिजे व अन्य हितकारक घटकही असतात, म्हणून साखरेपेक्षा गूळ खावा असे म्हटले जाते.

६. गूळ महाग का होतो आहे ?

गुळासाठी वापरल्या जाणाऱ्या शेतीची निगराणी खूप



साचे भरण्यासाठी गरम रसाची वाफ्यात घोटाई करताना



गरम गुळाचे साचे भरताना

महाग होत आहे. लागणारी जैविक खते महाग आहेत. गूळ करणारे गुळवे व गुन्हाळघरांची भाडी खूपच जास्त आहेत. कारण गुन्हाळघरे फक्त हंगामातच चालतात. प्रति किलो ११ ते १५ रु. केवळ काही तासांची मजुरी, ३००० ते ४००० रु. गुन्हाळ घराचे भाडे, उसाची किंमत, ऊसतोडणी कामगारांची निवास व्यवस्था, साचे भरणाऱ्या कामगारांची सोय व मेहनतान्याची दरवाढ व कुशल कामगारांची वानवा,

वीज, पाणी या सर्वांचा भार किंमतीवर येतोच. शिवाय ऐन हंगामात ऊस तोडणी कामगारांची व गुळव्यांची पळवापळवी व ती रोखण्यासाठी मोजावे लागणारे मूल्य, नैसर्गिक आपत्ती यांमुळेही गूळ महाग होतो.

७. साधा गूळ व चिक्की गूळ यात फरक काय?

चिक्की गूळ बनवितानाची रसायनविरहित प्रक्रिया करताना हेतूत: Ph कमी ठेवला जातो किंवा रस आटविण्याची क्रिया साध्या गूळ बनविण्याच्या प्रक्रियेच्या तुलनेत अग्री कमी करून दीर्घकाळ केली जाते.

सॅन्ट्रीय गुळाची गोडी कमी का असते?

सॅन्ट्रीय गुळाचीच नाही तर कोणत्याही गुळाची गोडी ही उसाची लागवड जेथे होते तेथील जमीन, पाणी, आर्द्रता यावर अवलंबून असते. साखर मिश्रीत गूळ रसायनविरहित पद्धतीने केला किंवा रासायनिक पद्धतीने केला तरीही खूप गोड लागतो, हे लक्षात घेणे आवश्यक आहे.

अनेकदा गुळात कचरा असतो. असे का? स्वच्छ गुळाचे निकष काय?

गुन्हाळघरातील व्यवस्थापन, स्वच्छता उत्तम असावी लागते. व्यवस्थापनात त्रुटी असल्यास गुळात कचरा राहण्याची शक्यता नाकारता येत नाही. आपल्या देखरेखीखाली गूळ तयार करून घेणे व व्यवस्थापनातील त्रुटी आढळल्यास सुधारणा करून घेणे, हाच योग्य मार्ग आहे. ♦

...पान क्र. ४ वरून)

भौगोलिक विभाग कार्यकारिणी सदस्यांसाठी शिबीर

- शिबिरातून कार्यकर्त्यांना व्यक्तिमत्व विकासाचे प्रशिक्षण द्यावे.
 - Redevelopment ला गेलेल्या सोसायटीतील ग्राहक सभासदांना त्यांची फसवणूक होऊ नये, यासाठी मार्गदर्शनपर कार्यक्रम आयोजित करावे.
 - हॉटेलमधील check in, check out time ग्राहकांच्या सोयीचा नसतो. हा विषय संस्थेने हाती घ्यावा.
 - मुंबई ग्राहक पंचायत संस्थेच्या कार्यकर्त्यांनी मॅरिथॉन सारख्या कार्यक्रमांतून आपल्या संस्थेचा बॅनर फिरवावा.
 - ग्राहक सभासदांसाठी आर्थिक साक्षरतेचे कार्यक्रम आयोजित करावे.
 - ५० वर्षातील दुर्मिळ फोटो निवडून त्याचे प्रदर्शन वितरण केंद्रात भरवावे.
 - ५० वर्षातील ग्राहक मासिकातील विशेष लेख पुन्हा प्रकाशित करावे.
 - जास्तीत जास्त सभासद संख्या असलेल्या विभागाला पुरस्कार द्यावा.
 - insta/facebook वरील फसव्या जाहिराती विरोधात तरुणांना जागृत करावे.
 - ५०व्या वर्षी संस्थेच्या निवडणुका online घ्याव्यात.
 - you tube वर आपल्या संस्थेची एक documentary असावी.
 - प्रत्येक विभागाला एकेक उपक्रम राबवण्याचे आवाहन करावे.
 - संघ वाढ, सभासद वाढ व्हावी.
- कार्याध्यक्षांच्या भाषणाने शिबिराचा समारोप करण्यात आला. सुमारे ११५ कार्यकर्ते एकत्र आल्याने आपापसात ओळखी आणि विचारांचे आदानप्रदान झाले. आपल्या संस्थेने भौगोलिक विभागांचे कामकाज कसे असावे, हे सांगणारी एक पुस्तिका तयार केली आहे, तीही विभागांना देण्यात आली.. ♦

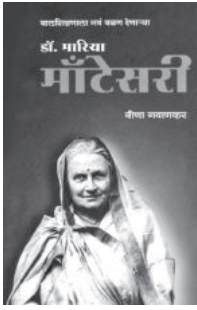


फेब्रुवारी २०२४ च्या वाटपातील पुस्तक

- डॉ. मारिया माँटेसरी; लेखिका : वीणा गवाणकर; प्रकाशक : इंडस सोर्स बुक्स;
छापील किंमत : २९९/-रु.; वाटपातील किंमत : २०९/- रु.

डॉ. मारिया माँटेसरी

माँटेसरी म्हटले की आपल्या डोळ्यासमोर येते ४-५ वर्षांच्या मुलांची बालवाडी. माँटेसरी हे शास्त्रशुद्ध, तर्कशुद्ध तत्वावर आधारित अध्यापनशास्त्राचा पाया रचनाच्या 'एका स्त्री'चे नाव आहे, हे अनेकांना माहित नसेल.



माँटेसरी या इटलीतील 'पहिल्या स्त्री डॉक्टर'. तत्कालीन कडव्या सामाजिक विरोधाला कणखरपणे तोंड देत त्यांच्या आईच्या प्रोत्साहनाने ही पदवी त्यांनी संपादन केली. त्यांच्या वर्गात त्या एकमेव 'स्त्री विद्यार्थिनी' होत्या. या लोकविलक्षण स्त्रीच्या आयुष्याचा

जीवनपट सिद्धहस्त लेखिका वीणा गवाणकर यांनी त्यांच्या प्रभावी शैलीत या पुस्तकातून उलगडला आहे.

माँटेसरी यांनी लहान मुलांसाठी खास शिक्षण प्रणाली कशी विकसित केली, आपल्या शिक्षण-प्रणालीच्या प्रसारार्थ जगातील अमेरिका, इंग्लंड, चीन, जपान इ. अनेक देशांना भेटी कशा दिल्या, हे मुळातून वाचा.

भारतातील उच्चभू समाजाला या शिक्षण पध्दतीचे महत्त्व पटले आणि थिऑसफिकल सोसायटीच्या निमंत्रणावरून त्या ऑक्टोबर १९३९ मध्ये मद्रासला आल्या. पुढील सात वर्षे त्या भारतात राहिल्या. ताराबाई मोडक या त्यांच्या पट्टशिष्या मानल्या जातात. गांधीजी, टागोर, चक्रवर्ती राजगोपालाचारीसारख्या अनेक थोर व्यक्तींनी त्यांची भेट आवर्जून घेतली होती.

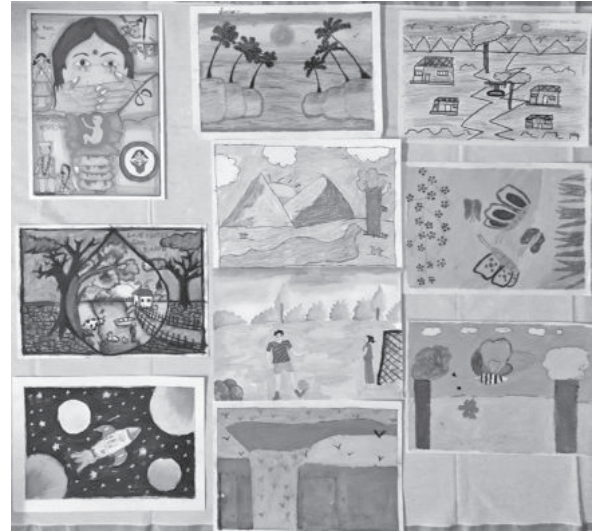
अशा या तेजस्वी स्त्रीचे चरित्र आपण सर्वांनी वाचायलाच हवे, आणि इतरांना भेट म्हणूनही घ्यायला हवे.

– अनुराधा नरसाळे

बालग्राहकांसाठी चित्रकला स्पर्धा

१० डिसेंबर रोजी सांताक्रूज विभागात चित्रकला स्पर्धेचे आयोजन करण्यात आले होते. ही स्पर्धा सांताक्रूज महिला मंडळ येथे संपन्न झाली. ही स्पर्धा ३ गटांमध्ये घेण्यात आली. परीक्षक म्हणून चित्रकार रश्मी कुलकर्णी यांना आमंत्रित केले होते. सुरुवातीलाच त्यांनी उपस्थित मुलांना एकत्र करून त्यांच्याशी चित्रकला या विषयावर संवाद साधत योग्य ते मार्गदर्शन केले. ओमकार आणि प्रार्थना म्हणून दिलेल्या वेळेत मुलांनी आपली चित्रे काढली. २३ मुले या स्पर्धेत सहभागी झाली होती. पहिली ते चौथी गटासाठी सूर्योदय व फुलांची बाग असे २ विषय होते. पाचवी ते सातवीच्या मुलांसाठी अंतरिक्ष, माझ्या स्वप्नातील गाव, प्राणी संग्रहालय असे ३ विषय होते. ८ वी ते १० वी गटासाठी मला आवडलेली जाहिरात, पाणी वाचवा असे विषय होते. थोड्याच वेळात निकाल जाहीर करण्यात आला.

या स्पर्धेसाठी कार्यकारिणीच्या वृषाली ठवाळ, श्रध्दा



नानल, स्वाती दामले व स्वरूपा थंपी यांनी परिश्रम घेतले. मुलांना छोट्यासा खाऊ देऊन या स्पर्धेची सांगता झाली.

खरेदीचा उत्सव

ग्राहक पंचायत पेठेचा हा 'खरेदीचा उत्सव' नवीन जोमाने, नवीन उत्साहाने येत्या नवीन वर्षात प्रवेश करतोय. आता आपण सज्ज होतोय मुंबई बाहेरील ग्राहक पंचायत पेठांसाठी. दापोली, अलिबाग आणि पुणे येथे पंचायत पेठेचे आयोजन होत आहे.

आपल्या सर्वच सदस्यांनी ह्या पंचायत पेठेचा प्रचार,

प्रसार करावा. भरभरून खरेदी करावी.

आपले गाळेधारकही आपल्याला भेटायला उत्सुक आहेत. ते बरेच काही नवीन घेऊन येताहेत.

आमच्या सर्व सदस्यांना, कार्यकर्त्यांना आणि गाळेधारकांना नूतन वर्षाच्या मनःपूर्वक शुभेच्छा.

– ग्राहक पंचायत पेठ समिती

ग्राहक पंचायत पेठ - वेळापत्रक - २०२४

६ जानेवारी ते १० जानेवारी २०२४	राधाकृष्ण मंदिर हॉल, दापोली
१३ जानेवारी ते १७ जानेवारी २०२४	क्षात्रैक्य समाज हॉल, अलिबाग
२० जानेवारी ते २४ जानेवारी २०२४	हर्षल हॉल, कोथरूड, पुणे

स्टॉलचे नाव	वैशिष्ट्ये	दापोली	अलिबाग	पुणे
दिनेह कलेक्शन	सिको, गढवाल पैठणी, कॉटन इ. ५/९ वार साड्या	✓	✗	✓
स्वामिनी कलेक्शन	इरकल, पेशवाई सिल्क, इचलकरंजी कॉटन साड्या	✓	✗	✗
राजू एम्ब्रॉयडरी वर्क्स	आसाम, कलकत्ता स्पेशल, टसर सिल्क सारीज व ड्रेस मटेरिअल	✓	✓	✓
अथर्व कलेक्शन	रेडिमेड ब्लाऊज, जामदानी, कोरा, इरी, बनारसी, कोसा सिल्क साड्या	✗	✓	✓
श्री सिल्क	कांचीपुरम, कांजीवरम वेडींग सिल्क, अजरख, मोडाल सारीज	✗	✗	✓
वित्ताशी एंटरप्रायझेस	हॅण्ड ब्लॉक, अजरख प्रिंट साड्या, ड्रेस मटेरिअल आणि स्टोल्स	✓	✓	✓
सोहळा पारंपरिक संस्कृतीचा	९ वारी साडी (रेडीमेड) लुगडी, राजलक्ष्मी, मस्तानी इ.	✗	✓	✗
श्वेता कलेक्शन	कॉटन सिल्क (बाटीक प्रिंट), कॉटन सिल्क सारीज, टसर सिल्क, खण सारीज	✓	✓	✗
मोहक क्रिएशन्स	फॅन्सी कुर्तीज, कलमकारी, इकत रेडिमेड कुर्तीज	✓	✓	✓
सारा कलेक्शन्स	रेडीमेड कुर्तीज, प्लाझो, दुपट्टे इ.	✓	✓	✓
स्पर्श क्रिएशन्स	लखनवी कुर्ती, पटियाला, प्लाझो, दुपट्टे इ.	✓	✓	✓
वल्लरी फॅशन	डेनिमचे कपडे- स्त्रिया, पुरुष व मुलांसाठीचे कपडे	✓	✓	✓
कायरा कलेक्शन	लेगिंग, जॅकेट्स, सिल्क कुर्तीज, ड्रेस मटेरिअल	✓	✗	✗
एम अॅण्ड एम्स एक्सक्लुझिव्ह	शॅडो वर्क हॅण्ड एम्ब्रायडरी कुर्ती, टॉप्स, साड्या	✗	✗	✓
निलम क्रिएशन	कॉटन टॉप्स आणि कुर्तीज	✓	✓	✗

स्टॉलचे नाव	वैशिष्ट्ये	दापोली	अलिबाग	पुणे
नारी बुटिक	शॉर्ट अॅण्ड लाँग कुर्ती पुरुष व स्त्रियांसाठी (बाघरू व दाबू प्रिंटस)	X	✓	X
राधा फॅशनस	बाटिक, इक्कत, बांधणी, चंदेरी ड्रेस मटेरिअल	✓	X	✓
अनुराधाज् कलेक्शन	महेश्वरी, कलमकारी, प्युअर सिल्क ड्रेस मटेरिअल	✓	✓	✓
रमा कलेक्शन	ड्रेस मटेरिअल-कलमकारी, मंगलगिरी, संबळपुरी इक्कत कॉटन	X	✓	✓
स्वस्तिक होजिअरी	लेडीज अंडरगार्मेंटस्	✓	X	✓
लुक अॅट मी	सर्व वयोगटासाठी नाईट सूट	✓	X	✓
मायलेकी	बाटिक, जयपूर गाऊन्स	✓	✓	✓
प्रीती गार्मेंटस्	दर्जेदार गाऊन्स, फिडिंग गाऊन्स, नाईट ड्रेस	X	X	✓
लक्ष्मी वल्लभ कलेक्शन	विविध रंगाचे परकर आणि गाऊन्स	✓	X	X
पूजा क्रिएशन	फिडिंग गाऊन, नाईटीज, बाटिक प्रिंट, हाऊस कोट, कफतान	X	✓	X
सोहानी क्रिएशन	बाटिक, अल्पाईन, रॅप गाऊन, कॉटन गाऊन	✓	X	X
पिपा क्रिएशन	कॉटन वन पिस शॉर्ट, कॉटन स्कर्ट, फॅन्सी ब्लाऊज	✓	✓	✓
निओ गार्मेंटस्	लहान-मोठ्यांचे टी शर्टस्, होजिअरी ट्रॅक सूट	✓	X	X
डी.टी.निटवेअर	बनियन्स, ट्रॅकसूट, टी शर्टस्, सॉक्स इ.	✓	✓	✓
भारतीय खादी सेंटर	लेंगे, झब्बे, शर्टस्, पंचे, हातरूमाल, जॅकेटस्	✓	✓	✓
ब्लिस टी शर्टस्	ग्राफीक टी शर्टस्	X	✓	✓
अतरंगी मराठी टीशर्ट	मराठी टीशर्ट	X	X	✓
सिल्व्हर लाईन	टी शर्टस् विथ कॅलिग्राफी	X	X	✓
जयपूर हँडलूम	बेडशिट, ड्रेस मटेरिअल, रजया इ.	✓	X	✓
अहिल्या महिला मंडळ	मलमलच्या गोधड्या, बाळंतविडा व बाळाचे कपडे	X	✓	✓
शिवम ब्रदर्स	दाबू प्रिंट, इक्कत बेडशिटस्, विविध पर्सेस, लोकरीचे कपडे, कुशन कव्हर्स इ.	✓	✓	✓
आर.आर.क्रिएशन	सोलापूरी चादरी, जयपूरी दोहर, रजाई, दिवान सेट	✓	✓	✓
पल्लवी कव्हर्स	सोफा, फ्रीज हँडल, टॉप, मिक्सर, साडी कव्हर्स	✓	✓	✓
ऊब	हस्तकलेच्या गोधड्या, बेडींग, पायपुसणे	X	X	✓
मल्हार क्रिएशन्स	बाळाचे कपडे, दुपटी, टोपी, लहान मुलांचे कपडे	✓	✓	✓
विकास लेदर वर्क्स	लेदर पर्सेस, पाऊच, लेदर जॅकेट, बेल्ट इ.	✓	✓	✓
एस अॅण्ड एस बॅग्ज्	फॅन्सी बॅग्ज्, पर्सेस आणि बेबी बॅग्ज्	✓	✓	✓
उद्यमिता	महिला बचत गटांनी बनवलेल्या पर्सेस, फोल्डर्स	✓	✓	✓
अर्थिता बॅग्ज् अॅण्ड पाऊचेस	विविध प्रकारच्या ऑर्गनायझर्स बॅग्ज्	X	X	✓
डेकोव्हीले	विविध प्रकारच्या पर्सेस, पाऊच, वॉलेट, बॅग्ज्, सॅक इ.	X	X	✓
भाग्यश्री लेदर बॅग्स	लेदरच्या विविध बॅग, शांतिनिकेतन बॅग	X	✓	✓

स्टॉलचे नाव	वैशिष्ट्ये	दापोली	अलिबाग	पुणे
स्वप्नालंकार	इमिटेशन ज्वेलरी, सी झेड ज्वेलरी, गणपती-गौरीसाठी मोत्याचे दागिने	✗	✗	✓
ट्रेंडिशनल ऑनॅमिंटस्	इमिटेशन ज्वेलरी, आर्टिफिशल ज्वेलरी	✓	✓	✓
आर्ट इन संस्कृती	सेमी प्रेशिअस स्टोन, ग्लास बीड्स ज्वेलरी	✗	✗	✓
श्री महालक्ष्मी आर्टस्	पारंपरिक व ऑप्टिक ज्वेलरी	✓	✓	✓
फॅशन क्युरा ज्वेलरी	टेरा-कोटा ज्वेलरी	✓	✓	✓
युथोपिया	गायीच्या तुपाच्या लिपस्टीक, फाऊंडेशन क्रिम	✗	✗	✓
स्पायका	घरगुती साफसफाईची उत्पादने	✗	✓	✓
ब्लॉसम अँड इन्सेंस	विविध प्रकारचे परफ्यूम्स	✓	✓	✓
मिथ परफ्यूम व अगरबत्ती	विविध प्रकारची अत्तरे	✓	✓	✓
विन आर्ट अँड क्राफ्ट	कागदापासून बनविलेल्या शोभेच्या वस्तू	✓	✓	✗
अखंडज्योत	टाळ, घंटी, झांज इ.	✓	✓	✓
ज्ञासा ग्लास आर्टिफॅक्टस्	काचेचे दिवे, पूजा सेटस्, अत्तरदाणी इ.	✓	✓	✓
हरि ओम वुड वर्क्स	लाकडाच्या विविध कलात्मक वस्तू, फायबर मूर्ती	✓	✓	✓
बियाँड फ्रेम्स	सुकलेल्या पानांफुलापासून बनवलेल्या फ्रेम्स	✗	✗	✓
देसाई आर्टस्	मातीच्या आकर्षक वस्तू	✗	✗	✓
सयाना आर्टस् अँड गिफ्टस्	तोरण (मोती, मेटल), मोत्याचे हार, रेडिमेड रांगोळ्या	✗	✗	✓
नेचर्स वूड	सावंतवाडी स्पेशल लाकडी खेळणी	✓	✓	✓
योर्टाईज	कापडी खेळणी	✗	✗	✓
शीलाताई फूड प्रॉडक्टस्	लोणचे, सरबत इ.	✓	✓	✗
वेस्टर्न घाट	सर्व प्रकारचे मध	✓	✓	✓
श्री विनायक एंटरप्रायझेस	घरगुती सफाईचे विविध ब्रश	✓	✓	✓
वंश गार्डन इनोव्हेटीव्हज्	फोल्डींग चटया, फोल्डींग वेताचे पडदे	✓	✓	✓
महालक्ष्मी एंटरप्रायझेस	किचन वेअर्स	✓	✓	✗
विनय एंटरप्रायझेस	किचनमधील विविध आकर्षक स्टॅण्डस् होल्डर इ.	✓	✓	✓
ओमकार मार्केटींग	हार्ड अॅनोडाइज्ड किचन वेअर्स, कास्ट आयर्न (बिडाची) भांडी	✓	✓	✓
एस.के. एंटरप्रायझेस	फोल्डिंग टेबल्स	✗	✓	✓
गेबी क्लिनिंग	साफ सफाईची उत्पादने	✓	✓	✓
माथेरान चप्पल (राजू मोरे)	पादत्राणे (माथेरान स्पेशल)	✓	✗	✗
माथेरान चप्पल (संतोष मोरे)	पादत्राणे (माथेरान स्पेशल)	✗	✗	✓
स्टेप इन वॉक शूज	विविध डीझाईन्सच्या चप्पलस्, सॅडल्स, शूज इ.	✗	✓	✗

जाहिरातीत फक्त सुंदर मॉडेल नकोत!

– मंगला गाडगीळ

मॅन्डेलिफ या जीवशास्त्राच्या शास्त्रज्ञाने समस्त मानव जातीची केवळ दोन गटात विभागणी केली होती. एक पुरुषगट आणि दुसरा महिला गट. असे असले तरी सामाजिक व्यवस्थेच्या दृष्टीने पाहता यात असंख्य गट केले जातात. देश, वर्ण, भाषा, वय वगैरे. याशिवाय दिव्यांग आणि LGBTQ हे विशिष्ट गटही त्यात येतात. आपण जेव्हा एखादी जाहिरात बघतो तेव्हा आपणास केवळ रंगाने गोरी, देखणी आणि तरुण मंडळी दिसतात. एका सर्वेक्षणानुसार वयोवृद्ध, दिव्यांग यांना एक टक्क्यापेक्षाही कमी वाव मिळतो. LGBTQ यांना तर



त्यापेक्षाही कमी. ही मंडळी देखील ग्राहक असतात आणि निरनिराळी खरेदी करत असतात. असे असून देखील त्यांना इतके कमी प्रतिनिधित्व का दिले जाते? का कमी प्रमाणात दाखवले जाते? हे चित्र बदलायचे असेल तर काय पावले उचलावी लागतील? या संदर्भात आस्कीने दि. ७ डिसेंबर रोजी एक दिवसाचा कार्यक्रम आयोजित केला होता. या कार्यक्रमास संस्थेतर्फे शर्मिला रानडे आणि मंगला गाडगीळ उपस्थित होत्या.

दिवसभराच्या कार्यक्रमात एकूण सात चर्चा सत्रे आयोजित केली होती. या सत्रात जाहिरातींचा अभ्यास आणि संशोधन करणारे, दिव्यांगांचा विचार करून उत्पादनांच्या पॅकिंगमध्ये बदल करणारे (E-TQUEL) उदा. (जागतिक अपंग दिनानिमित्त-३ डिसेंबर) मॅकडोनाल्ड बर्गर आणि अंध लोकांना सुद्धा पटकन सापडून हाताशी येऊ शकेल असे सॅव्हलॉन, जाहिरातीत काम करणारे दिव्यांग आणि LGBTQ गटातील कलाकार, जाहिरातीची स्क्रिप्ट लिहिणारे, दिग्दर्शन करणारे, विचारवंत अशी अनेक नामवंत व्यक्तिमत्त्वे उपस्थित होती.

चर्चासत्रात उपस्थित केले गेलेले महत्त्वाचे मुद्दे-

- पुरुष नेहमी 'सूत्रधार' असल्यासारखे मजबूत व कणखर आणि महिला घर संभाळणारी दाखवली जाते. या पेक्षा काही वेगळे दाखवल्यास त्या जाहिरातीचा परिणाम (मानसिक आणि विक्री) कैक पटीने वाढतो.
- भारतात भाषिक वैविध्य प्रचंड आहे. भाषा जनतेची विभागणी विविध गटात करायला जबाबदार नसते तर माणसेच त्याला कारणीभूत असतात. माणसांच्यात समानता माणसांमुळे येते केवळ भाषेमुळे नाही. या शहाणीवेचा विचार जाहिरातीची संहिता बेतताना झाला पाहिजे.
- एका सर्वेक्षणानुसार विशिष्ट कालावधीत सात हजार सिनेमांची निर्मिती झाली परंतु त्यातील फक्त २५० सिनेमांत दिव्यांग पात्रे दिसली होती. एक तर ती विनोद निर्मितीसाठी होती किंवा 'Pity' पार्टीसाठी. हा क्रूरपणा आणि असंवेदनशीलता नसावी.
- भारतातील दिव्यांगांची संख्या दहा करोडच्या वर आहे. यांचा समावेश करायचा असेल तर त्यांचे दिव्यांगपण सर्वसाधारण आहे असे मानून जाहिरातीची रचना करायला लागेल. त्यांच्यातही भरपूर टॅलेन्ट असते.
- एरव्ही महिला आपल्या कामात किंवा व्यवसायात यशस्वी असतात पण गुंतवणूक करताना मात्र मागे असतात. त्यांना सोप्या पद्धतीने प्रशिक्षण देण्यासाठी संस्था आहेत.
- दिव्यांगांच्या कमतरतेवर हसण्यापेक्षा त्यांच्याबरोबर हसण्याची संधी निर्माण झाली पाहिजे.

वाटपातील नवीन संघ

ठाणे	वसुंधरा ग्राहक संघ	15665 TN	सभासद 12
ठाणे	अझी आनो ग्राहक संघ	15666 TN	सभासद 11
पुणे	पिनाक गंगोत्री ग्राहक संघ	19234 PU	सभासद 11
पुणे	अन्धिया ग्राहक संघ	19235 PU	सभासद 11
वसई	स्वामिनी ग्राहक संघ	18275 VV	सभासद 11

पालघरमध्ये वार्षिक मेळावा संपन्न

– सुनंदा तोडणकर, कार्याध्यक्षा, पालघर विभाग

पालघर विभागाचा वार्षिक मेळावा ३ डिसेंबर रोजी सफाळे पूर्व येथील देवभूमी सभागृहात संपन्न झाला.

मेळाव्यास प्रमुख पाहुणे अॅड. दीपक भाते (सामाजिक कार्यकर्ते) हे होते आणि अध्यक्षस्थान रंजना मंत्री (संघटन विभाग प्रमुख, मुंबई ग्राहक पंचायत) मुंबई यांनी भूषवले.



कु. मधुरा जोशीच्या सुमधूर सुरांनी स्वागत करून कार्यक्रमाची सुरुवात झाली.

पालघर विभाग कार्याध्यक्षा सुनंदा तोडणकर ह्यांनी प्रास्ताविक व स्वागत केले.

वैशाली म्हात्रे या संघप्रमुखांनी प्रातिनिधिक मनोगत व्यक्त करताना विभाग आणि वितरण कार्यकारिणीतील कार्यकर्त्यांचे कौतुक करत धन्यवाद दिले.

विभागाचे खजिनदार उल्हास चौधरी यांनी जानेवारी २०२३ ते नोव्हेंबर २०२३ पर्यंतच्या कालावधीत विभागाने केलेल्या उपक्रमांचा अहवाल सादर केला.

पालघर वितरण कार्याध्यक्ष दीपक भंडारी यांनी विभाग करत असलेल्या उपक्रमांचे कौतुक करत मेळाव्यास शुभेच्छा दिल्या.

मुंबई ग्राहक पंचायत खजिनदार रविंद्र सहस्रबुद्धे यांनी उपस्थित सर्वांचे स्वागत करून मेळाव्यास शुभेच्छा दिल्या. प्रमुख पाहुण्यांची ओळख ज्येष्ठ कार्यकर्ते विजय सावे यांनी करून दिली.

अॅड. दीपक भाते यांनी उपस्थित सदस्यांना 'ग्राहक संरक्षण कायदा व ग्राहकांची कर्तव्ये' या विषयावर मार्गदर्शन करताना कोरोनाच्या काळात मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या कामाची माहिती मिळाल्याची सांगितले. कोरोनाच्या काळात सफाळ्यातील संघांची मागणीपत्रक व बिले आणणे व परत वितरण केंद्रात नेऊन जमा करण्याचे मोलाचे सहकार्य भातेसरांनी केले होते. पालघर येथील जिल्हा सत्र न्यायालय चालू करण्यासाठी मुंबई ग्राहक पंचायतीने सहकार्य करावे, अशी अपेक्षा त्यांनी व्यक्त केली.

विजय सावे यांनी उत्कृष्ट निवेदन करत मान्यवरांच्या हस्ते २० सभासद पाल्यांचा गुणगौरव केला. ज्यामध्ये शैक्षणिक क्षेत्राबरोबरच कला, क्रीडा, साहित्य क्षेत्रांमध्ये उत्कृष्ट कामगिरी करणाऱ्या पाल्यांच्या समावेश होता.

अध्यक्षीय भाषणात रंजना मंत्री यांनी संस्थेची माहिती देत मुंबई ग्राहक पंचायतीचा प्रत्येक सभासद हा सामाजिक कार्यात कसे सहकार्य देतो ते उदाहरणासह समजावून सांगितले. संदेश चुरी यांनी सर्वांचे आभार मानले.

दुसऱ्या सत्रात प्रसाद कुलकर्णी यांचा आनंदयात्री हा सांस्कृतिक कार्यक्रम झाला.

सूत्रसंचालनाची धुरा विभागीय सदस्या गौरांगी पाटील व राजश्री पाटील ह्यांनी उत्तम प्रकारे सांभाळली. ♦

दिल्ली उच्च न्यायालयाने केसरी दूर्सला फटकारले

केंद्रीय ग्राहक संरक्षण प्राधिकरणाच्या २९ नोव्हेंबर २०२३च्या आदेशाला आन्धान देणारी रिट याचिका २१ डिसेंबरला दिल्ली उच्च न्यायालयात दाखल करून घेण्यासाठी आली असता न्यायमूर्तींनी ज्येष्ठ नागरीकांनी सहलीसाठी भरलेले पैसे परत करण्यास टाळाटाळ का करताय, असे विचारून त्यावर तीव्र नापसंती व्यक्त केली. CCPA च्या अधिकार क्षेत्राबद्दल केसरीच्या वकिलांनी आक्षेप घेताच



न्यायमूर्तींनी वकीलमहाशयांना ग्राहक संरक्षण कायद्यातील संबंधित कलमच वाचायला सांगून अप्रत्यक्षपणे त्यांचा हा आक्षेप कसा गैरलागू आहे, तेच दाखवून दिले.

CCPAच्या सदर आदेशाला स्थगिती देण्याची केसरीची मागणी सुद्धा नाकारत पुढील सुनावणी लगेच १० जानेवारीला निश्चित केली आहे. संस्थेतर्फे अॅड. पूजा जोशी देशपांडे सुनावणीस ऑनलाईन उपस्थित होत्या. ♦

Major Initiatives for Consumer Protection

Secretary **Rohit Kumar Singh** unfolds his major initiatives in an Exclusive Interview to MGP (Part 2)



Q. 5: To curb the menace of false and misleading ads what steps are being taken by DoCA? Has any action been taken against any celebrity/influencer for indulging in any misleading ads?

Answer: The Department has taken robust measures to address the challenge of false and misleading advertisements. On June 9, 2022, the CCPA notified the “**Guidelines for Prevention of Misleading Advertisements and Endorsements for Misleading Advertisements, 2022**” with the primary objective of curtailing deceptive advertising practices and safeguarding consumers from potential exploitation. According to these guidelines, a stringent due diligence process is mandated for the endorsement of advertisements.

Observing the active participation of celebrities and social media influencers in endorsing products and services on various platforms, the Department released a guide booklet titled “**Endorsements Know-hows!**” on **January 20, 2023**. This guide provides clarity on the provisions outlined in the Guidelines for Prevention of Misleading Advertisements and Endorsements for Misleading Advertisements, 2022. It covers

crucial aspects such as disclosures by celebrities and influencers, the due diligence expected from endorsers etc.

Moreover, the Department has recently introduced **Additional Guidelines for celebrities, influencers, and virtual influencers in the realm of health and wellness**. They stipulate that individuals presenting themselves as health experts or medical practitioners must provide clear disclaimers when making health-related claims. These disclaimers underscore that their endorsements should not substitute professional medical advice, diagnosis, or treatment.

As part of their proactive stance, **CCPA has issued 159 notices for cases of Misleading Advertisements** to various entities, spanning coaching institutes, hospitals, consumer durables, cosmetics, and food products, among others. This demonstrates the authorities’ commitment to curbing misleading ads and protecting consumer interests.

Q. 6: CPA, 2019 has created a new Authority (CCPA) to protect and promote Consumer Rights and prevent Unfair Trade Practices in the marketplaces. How far CCPA has played its role in protecting

consumer interest?

Answer: Before the 2019 Act, there was no mechanism to deal with the issue of false and misleading advertisements which impacted consumers “as a class”. As a result, such practices continued unrestrained, without any accountability. The establishment of the Central Consumer Protection Authority (CCPA), with powers to pass orders of discontinuation of practices that are unfair and prejudicial to consumers’ interests and impose penalties in case of false or misleading advertisements is another means of relief to the consumers apart from approaching the Consumer Commissions.

During the COVID-19 pandemic, there were instances of fraudulent claims and misleading advertisements emerged, promoting products or services that falsely claimed to cure or prevent COVID-19 and provide protection from viruses and bacteria. **CCPA took suo moto cognizance against such deceptive practices to protect consumers from potential harm and misinformation,** subsequent to which various companies withdrew their advertisements containing such false/misleading claims.

CCPA took suo-moto cognizance of travel agents and tour operators not refunding the money paid for tours that got cancelled during the COVID pandemic and issued notice to **6 online Travel Platforms** i.e. EaseMyTrip, Yatra, MakeMyTrip, HappyEasyGo, ClearTrip & Ixigo and based on information provided by MGP issued notice to 5 Tour operators such as Thomas Cook, Kesari Tours, Veena World, Neem Holidays & Mango Holidays directing them to immediately refund consumers as per directions of the Hon’ble Supreme Court in Pravasi Legal Cell vs. Union of India. With the timely intervention and rigorous efforts of CCPA, two companies namely Ixigo and Thomas Cook have successfully refunded all the amount to the consumers.

Suo-moto action was taken against the

sale of domestic pressure cookers by e-commerce platforms such as Amazon, Flipkart, Shopclues, Snapdeal, Paytm Mall, and their sellers such as Cloutail, Sohil Impex and Hardtac Computer Pvt. Ltd. in violation of Standards mandated by Bureau of Indian Standards (BIS) for compulsory use as per Domestic Pressure Cooker (Quality Control) Order, 2020. Therefore, notice was issued and on failure to substantiate by the e-commerce entities and their sellers, a penalty of ₹ 1,00,000 on each was imposed for selling such goods and directions were also issued to recall 5507 said goods and reimburse the amount taken from consumers. Inter-alia, BIS was requested to do a search and seizure of such goods that violate the standards set by BIS for products under the QCOs.



To protect consumers under section 2 (9) (i) against the marketing of goods which are hazardous to life, cognizance was taken by CCPA for the sale of Car Seat Belt Alarm Stopper clips on e-commerce platforms like Amazon, Flipkart, Shopclues, Snapdeal, and Meesho. CCPA, issued directions to withdraw the sale of all car seat belt alarm stopper clips as such products put the life and safety of the passengers and the public at risk. This resulted in the total delisting of 13,118 such products from the said e-commerce websites. Further, Chief Secretaries and District Collectors of all the States and Union Territories of India are also requested to investigate the sale of such products in their jurisdictions and take appropriate action as per law.

As per section 18 (2) (j) of the Consumer Protection Act, 2019, CCPA has also **issued Safety Notices as well as ran a country-wide campaign to alert and make consumers cautious against goods which do not hold valid ISI Mark and violate compulsory BIS standards** for Helmets, Pressure Cookers, Cooking gas cylinders and household goods including electric immersion water heaters, sewing machines, microwave ovens, domestic gas stoves with LPG etc.



CCPA has also issued guidelines for preventing unfair trade practices and violation of consumer rights with regard to the levying of service charges in hotels and restaurants. **The guidelines issued by CCPA stipulate that hotels or restaurants shall not add service charges automatically or by default in the food bill. No collection of service charges shall be done by any other name.** However, the matter is currently sub-judice.

The Central Consumer Protection Authority (CCPA) is probing unfair trade practices against 20 coaching centres preparing for the Indian Administrative Service (IAS) recruitment exam. The probe is being conducted for misleading advertisements and improper use of photographs of candidates who have cleared the exams. CCPA imposed fines on five centres, while other cases are under investigation.

In broader terms, it can be said that CCPA has, inter-alia, taken the following measures for safeguarding the interest of the consumers, besides issuing the guidelines as explained in the preceding question:

- i. Recalling of goods or withdrawal of services which are dangerous, hazardous or unsafe
- ii. Discontinuation of practices which are unfair and prejudicial to consumers' interest
- iii. Direction to discontinue or modify the advertisements
- iv. Imposing penalties on manufacturers or endorsers

In a nutshell, CCPA has proved to be a game-changer when it comes to consumer grievances that affect sections of the consumers as a whole.

Q. 7: There are more than 5 lakh cases pending in various Consumer Commissions all over India. What steps are being taken by the Department to reduce the pendency in Consumer Commissions? What can be done to avoid frequent adjournments in Consumer Commissions?

Answer: The implementation of the Consumer Protection Act, 2019, has been driven by the commitment to provide consumers with a swift and effective resolution mechanism. Over the past year, the Department has taken various measures, such as organizing workshops, sector-specific conferences, **National Lok Adalat, and Grahak Madhyastata Samadhan**, to facilitate the timely disposal of consumer cases. Notably, in 2022, the number of cases resolved surpassed those filed in Consumer Commissions nationwide, marking a significant achievement.

The Department urged State Consumer Affairs Departments to engage regularly with the Presidents/Members of State Commissions to address operational challenges and ensure the seamless functioning of Consumer Commissions.

Furthermore, the Department encouraged the designation of the third Saturday of each month as **“Madhyastata Divas”** for case

disposal through Mediation, Lok Adalat, or Mutual settlement. Additionally, **Consumer Commissions nationwide were urged to refrain from extended vacation practices to expedite consumer case resolution.**

In line with Section 38(7) of the Consumer Protection Act, 2019, the Department emphasized the expeditious handling of complaints, aiming for resolution within three months (for non-analytical cases) and five months (for cases requiring analysis or testing of commodities). **A directive issued on April 29, 2022, urged Consumer Commissions to limit adjournments to one month, record reasons for adjournments, and consider imposing costs on parties in cases of frequent or extended adjournment requests.**

All these efforts have shown a positive result and if we analyse the monthly disposal data then in the **National Commission and several States and District Commissions the number of cases disposed was almost one and half times the number of cases filed.** This is a welcome development.

Q. 8: In Maharashtra all 112 appointments of Presidents & Members of District Commissions and Members of State Commission have been declared illegal by the Nagpur Bench of Bombay High Court. As a result, there is a legal crisis in Maharashtra. What steps Government has in mind to ensure that the functioning of Consumer Commissions in Maharashtra would not be adversely affected due to this judgement?

Answer: The Department is in the process of examining the order of the Nagpur Bench of Bombay High Court and necessary steps in the interest of consumers would be taken after examining all the legal options. Further, in another case challenging the said judgement before the Hon'ble Supreme Court, the Hon'ble Court was pleased to grant a stay till

the next date of hearing i.e. 24.11.2023.

Q. 9: What plans do you have in mind to empower consumer bodies to enable them to play their role in consumer education and consumer protection?

Answer: The synergy between consumer welfare organizations and regulatory bodies is vital in establishing a stronger framework for consumer protection and empowerment. I am of the opinion that **consumer bodies play a pivotal role as catalysts** in spreading information regarding the diverse initiatives undertaken by this department to safeguard and empower consumers. The department consistently works on **generating and promoting content to enhance consumer awareness. I encourage all consumer organizations to consistently monitor the department's social media channels for the latest updates on various initiatives. By actively sharing this information, consumer organizations can significantly contribute to expanding public outreach and achieving our common goal.** A well-informed consumer is better equipped to make informed decisions and assert their rights. I believe proactive and empowered consumer bodies play a crucial role by voicing concerns and supporting policies that enhance consumer protection. **By actively engaging with policymakers, consumer activist groups can contribute to shaping effective regulations.**

Q.10: Last personal question. We have seen unprecedented enthusiasm, dynamism, determination, and decisiveness coupled with speed, in all your actions as the Secretary of Dept. of Consumer Affairs. What's the real secret of it?

Answer: I am just doing my job. Happy that you look at it this way.



CCPA Directs Kesari Tours to Refund Cancelled Tour Amounts with Interest

- Shirish Deshpande, *Chairman*

In a landmark order, the Central Consumer Protection Authority (CCPA) has directed Kesari Tours to refund 461 tourists their entire tour costs with 9 % interest for the tours that got cancelled due to the COVID-19 pandemic. Mumbai Grahak Panchayat (MGP) had filed a class action complaint before the CCPA in 2020 against Kesari Tours seeking directions for a full refund of tours that were cancelled during the COVID period.

MGP had filed this complaint before CCPA in Delhi by producing a list of 461 Kesari consumers who were denied refunds by Kesari although the tours did not take place due to the prolonged lockdown compelled by the pandemic. MGP had alleged in its Complaint that instead of refunding the tour cost of cancelled tours, Kesari Tours was coercing those consumers to undertake future tours much against their wishes, and that too after levying cancellation charges and additionally recovering re-scheduling charges. MGP contended that these acts of Kesari Tours violated Consumer Rights and constituted typical Unfair Trade Practices under the Consumer Protection Act.

Kesari Tours initially responded to the CCPA notice and filed their replies. However, when an interim order was passed by CCPA against Kesari directing it to refund 75% of the tour cost and directed further investigations as provided under the Consumer Protection Act, Kesari rushed to the Delhi High Court and challenged the jurisdiction of CCPA. However, the Delhi High Court directed Kesari to go back to CCPA and satisfy them with proof if they have settled the grievances of all their consumers. However, Kesari kept raising frivolous issues and once again

approached the Delhi High Court with a plea for Stay. Kesari did not succeed in getting a stay on the CCPA hearing scheduled on 17th November. Kesari Tours chose to remain absent for the hearing before the CCPA on 17th November when the CCPA heard the MGP Chairman and closed the prolonged hearings spanning over 3 years.

It is on this backdrop, that the CCPA has finally disposed of the MGP complaint by holding that "refusal to give the refund to consumers whose tours were cancelled due to Covid-19 pandemic lockdown amounts to a violation of Consumer right to get full refund, besides being gross Unfair Trade Practice."

CCPA has directed Kesari Tours:

- 1) to refund the entire amount paid by 461 consumers along with 9 % interest p.a. from the dates of respective payments till the actual repayment.
- 2) to refund the exorbitant cancellation charges recovered from all the consumers.
- 3) to refund the amounts forfeited from those consumers who had only paid initial advance amounts.
- 4) to refund the rescheduling charges recovered from consumers for undertaking future trips.
- 5) Most importantly, CCPA has permanently restrained Kesari Tours from insisting that consumers to undertake future travel/tours to adjust the refund amounts due to them against their wishes.

MGP was represented before CCPA during several hearings by the MGP team of Chairman Shirish Deshpande, Dr. Archana Sabnis, and Adv. Pooja Joshi- Deshpande. ♦

Urgent Need of ODR for Speedy Justice

- Sharmila Ranade

Consumer Commissions were formed for the speedy redressal of consumer complaints. But the fact is, it takes 7-8 years to seek redressal of the consumer complaints filed before the Consumer Commissions. This system needs a drastic change, emphasised Adv. Shirish Deshpande. He was speaking in a Central Govt programme in New Delhi. The Department of Consumer Affairs, Food and Public Distribution, (DoCA), Government of India organised a 'Celebration of National Consumer Day, 2023' at the newly inaugurated Yashobhoomi Convention Centre, Dwarka, on 24th December 2023.



Adv. Deshpande informed the august gathering that MGP has submitted a proposal to the DoCA for dealing with the Complaints not resolved through the NCH platform to be resolved through the alternate dispute resolution mechanism (ADR) by using the online technology and AI, ChatGPT making it an Online Dispute Resolution Mechanism (ODR). He further shared that DoCA has accepted his proposal and floated a tender for seeking proposals from the Tech companies providing ODR facilities which shall take shape in the next 4-5 months. The Shift from ADR to ODR will help the resolution of disputes in a speedy, effective and cost-effective manner. He also deliberated on the provisions of the Consumer Protection Act, 2019 with regard to Mediation and the recently enacted Mediation Act, 2023 which will assist in establishing an ODR platforms to resolve the unsettled grievances of the Consumer and insisted on the establishing such ODR platforms at the District, State and National level attached to the Consumer Commissions.



Team MGP- Adv. Pooja, Sharmila, Adv. Shirish and Anuradha Deeshpande with Jt. Sec. DoCA Anupam Mishra in the middle

Deshpande was invited as a panellist in the Technical Session. In his speech he also emphasised on the need to elevating the E-daakhil facility given to the consumers for filing online complaints to e-courts which will assist the consumers not only in filing of the consumer complaints but also to attend the hearings. ODR platforms should be used to resolve the small claims complaints up to Rs. 5 lakh through Mediation to make the redressal process easy time saving and affordable for such aggrieved consumers. His entire speech was very well received. The President of Consumer Commission took note of the submissions made by Adv. Shirish Deshpande and reacted positively.

This programme was graced by Consumer Affairs Minister Piyush Goyal, Minister for State Ashwini Kumar Choube, Secretary Rohit Kumar Singh, President of Consumer Commission Justice Amareshwar Pratap Sahi and Presidents and Members of the State Commissions, Advocates, Civil Society Members, members of Consumer organisations, Industry bodies like FICCI, CII, Tech giants like Google, Amazon, National Law Universities and other Academicians and many more. Apart from Adv. Shirish Deshpande, MGP was represented by Smt. Anuradha Deshpande, Vice Chairman MGP, Ms. Sharmila Ranade, Coordinator Consumer Guidance Cells, MGP Adv. Ms. Pooja Joshi Deshpande, Registrar Legal, SAMET. ♦

Save Energy



Save Energy
ऊर्जा की बचत



- Use LED bulbs/tube-lights
- Use public transport wherever possible
- Take the stairs instead of an elevator wherever possible
- Switch off vehicle engines at red lights and railway crossings
- Use bicycles for a local or short commute
- Switch off irrigation pumps after use
- Prefer CNG/EV vehicle over petrol/diesel vehicles
- Use carpooling with friends & colleagues
- Drive in the correct gear. Keep your foot off the clutch when not changing gears.
- Install a solar water heater or solar cooker on rooftops
- Switch off appliances from plug points when not in use
- Use biogas for cooking and electricity needs
- Keep the temperature of Air Conditioners to 24 degrees
- Prefer pressure cookers over other cookware
- Keep your electronic devices in energy-saving mode
- Use smart switches for appliances that are used frequently
- Install community earthen pots for cooling water
- Defrost fridge or freezer regularly
- Run outdoors instead of on a treadmill