

समाचार वाणी

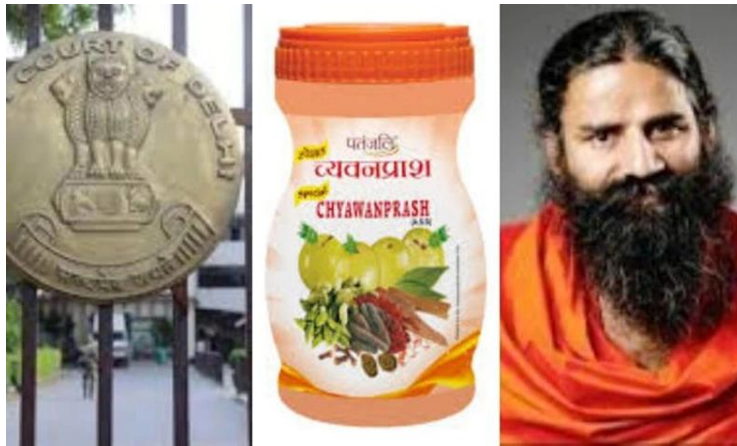
खबर जो करें असर !

नाशिक | Sunday, 20 September 2026

पतंजलि के च्यवनप्राश विज्ञापन पर डाबर की याचिका, दिल्ली हाईकोर्ट ने सुनवाई में क्या कहा ?

Publisher

Published on 06 Nov 2025



भारतीय एफएमसीजी उद्योग में एक बार फिर विवाद उठ खड़ा हुआ है। इस बार विवाद का केंद्र पतंजलि के च्यवनप्राश के हालिया टेलीविजन विज्ञापन बन गया है। डाबर इंडिया ने अदालत में आरोप लगाया कि इस विज्ञापन में अन्य च्यवनप्राश ब्रांड्स को धोखा और कमजोर उत्पाद दिखाया गया है, जिससे डाबर जैसी प्रतिष्ठित कंपनियों की छवि को नुकसान पहुंचाया गया है।

डाबर की याचिका में क्या है ?

डाबर इंडिया ने दिल्ली हाईकोर्ट में याचिका दायर की है। याचिका में आरोप लगाया गया है कि पतंजलि के विज्ञापन में दर्शकों को यह विश्वास दिलाया गया कि अन्य च्यवनप्राश उत्पाद स्वास्थ्य और गुणवत्ता के मामले में पतंजलि के मुकाबले कमतर हैं।

डाबर का कहना है कि इस तरह के विज्ञापन मानहानि, अपमान और अनुचित प्रतिस्पर्धा के दायरे में आते हैं। याचिका में यह भी बताया गया कि विज्ञापन में दिखाए गए दावे भ्रामक और सच से परे हैं, जो उपभोक्ताओं को गलत सूचना दे रहे हैं।

दिल्ली हाईकोर्ट में सुनवाई

मामले की सुनवाई दिल्ली हाईकोर्ट में हुई। सुनवाई के दौरान अदालत ने दोनों पक्षों के वकीलों की दलीलों को सुना। डाबर की ओर से कहा गया कि पतंजलि का विज्ञापन उनके ब्रांड की प्रतिष्ठा को ठेस पहुंचाने वाला है और इससे बाजार में अनुचित लाभ उठाया जा रहा है।

पतंजलि की ओर से वकील ने कहा कि विज्ञापन में कोई भी ब्रांड या उत्पाद सीधे निशाना नहीं बनाया गया है और यह केवल उत्पाद की विशेषताओं और फायदे को उजागर करने के उद्देश्य से तैयार किया गया है।

अदालत का रुख

सुनवाई के दौरान दिल्ली हाईकोर्ट ने अभी किसी निष्कर्ष पर नहीं पहुंचा है। अदालत ने कहा कि **भ्रामक विज्ञापन और प्रतिस्पर्धा के मामले में दोनों पक्षों की दलीलों का गंभीरता से परीक्षण** किया जाएगा। अदालत ने इसे तात्कालिक आदेशों के बिना अगली सुनवाई तक स्थगित कर दिया।

विशेषज्ञों के अनुसार, यह मामला भारतीय एफएमसीजी उद्योग और विज्ञापन नियमों के लिए एक महत्वपूर्ण उदाहरण बन सकता है। इससे न केवल कंपनियों के ब्रांड संरक्षण के उपायों पर असर पड़ेगा, बल्कि उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा पर भी बड़ा प्रभाव पड़ेगा।

उद्योग में प्रतिक्रिया

डाबर और पतंजलि दोनों ही **भारतीय बाजार में प्रमुख च्यवनप्राश उत्पादक** हैं। उद्योग विश्लेषकों का कहना है कि इस मामले से FMCG ब्रांड्स को यह संदेश जाएगा कि **विज्ञापनों में प्रतिस्पर्धा करते समय तथ्य और प्रमाण का ख्याल रखना जरूरी है**।

फैंस और उपभोक्ता भी सोशल मीडिया पर इस विवाद पर चर्चा कर रहे हैं। कुछ लोग डाबर के पक्ष में हैं, जबकि कुछ पतंजलि के तर्क को सही मान रहे हैं। इससे यह स्पष्ट होता है कि **उपभोक्ताओं में जागरूकता और विज्ञापन प्रभाव** को लेकर संवेदनशीलता बढ़ रही है।

उपभोक्ताओं के लिए महत्व

यह मामला उपभोक्ताओं के लिए भी महत्वपूर्ण है। विज्ञापन जो **भ्रामक या अनुचित संदेश** देते हैं, वे सीधे उपभोक्ता निर्णय को प्रभावित कर सकते हैं। इसलिए अदालत का निर्णय FMCG उद्योग और विज्ञापन नियमों में **स्पष्टता और पारदर्शिता** सुनिश्चित करने में मदद करेगा।

DISCLAIMER: the views/contents expressed/presented herein, within this advertorial and promotional feature are the sole and exclusive responsibility of individual clients/expert/their authorised representative/Publisher, to which effect, publication house/its representative/affiliates are not responsible/liable whatsoever.