[2024] 5 ਐਸ.ਸੀ.ਆਰ. 143 : 2024 ਆਈ.ਐਨ.ਐਸ.ਸੀ. 328

ਯਸ਼ ਰਾਜ ਫਿਲਮਜ਼ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਲਿਮਟਿਡ

ਬਨਾਮ।

ਅਫਰੀਨ, ਫਾਤਿਮਾ ਜ਼ੈਦੀ, ਅਤੇ ਐਨ.ਆਰ.

(2024 ਦੀ ਸਿਵਲ ਅਪੀਲ ਨੰਬਰ 4422)

22 ਅਪ੍ਰੈਲ 2024

[ਪਾਮਿਦੀਘੰਟਮ ਸ਼੍ਰੀ ਨਰਸਿਮਹਾ* ਅਤੇ ਅਰਵਿੰਦ ਕੁਮਾਰ, ਜੇ.ਜੇ.

ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਮੁੱਦਾ

ਉੱਤਰਦਾਤਾ ਨੰਬਰ 1-ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੇ ਆਪਣੇ ਪਰਿਵਾਰ ਨਾਲ ਸਿਲਵਰ ਸਕ੍ਰੀਨ 'ਤੇ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਜਾਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕੀਤਾ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਸਨੇ ਪਾਇਆ ਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਨਹੀਂ ਸੀ, ਜੋ ਫਿਲਮ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਕੀ ਮਨੋਰੰਜਨ ਸੇਵਾ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਕੋਈ 'ਕਮੀ' ਹੈ ਜੋ ਖਪਤਕਾਰ ਨੇ ਟਿਕਟ ਦੀ ਖਰੀਦ ਰਾਹੀਂ ਵਿਚਾਰ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦਾ ਦੋਸ਼ ਹੈ ਕਿ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ 'ਕਮੀ' ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਜੋ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ ਉਹ ਵਾਅਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਨਹੀਂ ਸੀ। ਚਾਹੇ ਇਹ ਇੱਕ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਹੈ ਜੋ ਕਾਰਵਾਈ ਦੇ ਕਾਰਨ ਨੂੰ ਜਨਮ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

ਸਿਰਲੇਖ

ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ, 1986 - ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਦੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪ੍ਰਭਾਵ - ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ - ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ - ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਗਾਣਾ ਨਹੀਂ ਮਿਲਿਆ, ਜੋ ਫਿਲਮ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ - ਖਪਤਕਾਰ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਦਾਇਰ ਕੀਤੀ ਗਈ ਸੀ - ਜ਼ਿਲ੍ਹਾ ਫੋਰਮ ਨੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਨੂੰ ਖਾਰਜ ਕਰ ਦਿੱਤਾ - ਰਾਜ ਕਮਿਸ਼ਨ ਨੇ ਕਿਹਾ ਕਿ ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਇੱਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ ਪਰ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ - ਐਨਸੀਡੀਆਰਸੀ ਨੇ ਕਿਹਾ ਇਹ ਕਿ ਫਿਲਮ ਤੋਂ ਗਾਣੇ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਰੱਖਣਾ ਵੀ ਇੱਕ ਕਮੀ ਹੋਵੇਗੀ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੀ.ਪੀ. ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਜੀ) ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜੇ ਗਾਣੇ ਦਾ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਪਰ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਫਿਲਮ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਛੱਡ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ - ਸਹੀਤਾ:

ਆਯੋਜਿਤ: ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇਕਪਾਸੜ ਹੁੰਦਾ ਹੈ - ਇਹ ਸਿਰਫ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਫਿਲਮ ਦੀ ਟਿਕਟ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਸੁਤੰਤਰ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਤੋਂ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਹੈ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ ਬਣਾਉਣ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਬਣਾ ਸਕਦਾ ਹੈ - ਕਿਉਂਕਿ ਪ੍ਰਮੋਸ ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇੱਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਇਸ ਦੇ ਵਾਅਦਾ ਬਣਨ ਦੀ ਕੋਈ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨਹੀਂ ਹੈ

---

* ਲੇਖਕ

ਇਸ ਲਈ, ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਅਤੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਕੋਈ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ, ਇਸ ਪ੍ਰਭਾਵ ਲਈ ਕਿ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਗਾਣਾ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਚਲਾਇਆ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਜੇ ਨਹੀਂ ਵਜਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗਾ - ਸੇਵਾ ਦਾ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਸਿਰਫ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੂੰ ਫਿਲਮ ਦੀ ਟਿਕਟ ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ 'ਤੇ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਹੈ - ਇਹ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਜੁੜਿਆ ਨਹੀਂ ਹੈ ਪ੍ਰੋਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਲਈ, ਜੋ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਫਿਲਮ ਦੀ ਸਮੱਗਰੀ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਦਾਅਵੇ ਦਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਿਸਮ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਪੈਦਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ - ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਐਸ 2 (1) (ਆਰ) ਦੀ ਧਾਰਾ (1) ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ "ਅਣਉਚਿਤ ਤਰੀਕੇ ਜਾਂ ਅਣਉਚਿਤ ਅਤੇ ਧੋਖੇਬਾਜ਼ ਅਭਿਆਸ" ਦੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਨਹੀਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਵਿੱਚ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ - ਨਾ ਹੀ ਇਹ ਕੋਈ ਗਲਤ ਬਿਆਨ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਗੁੰਮਰਾਹ ਕਰਨ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਦਰਸ਼ਕ - ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ 'ਤੇ ਠੋਸ ਸਬੂਤ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਦਾ ਬੋਝ ਹੈ ਜੋ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਨੂੰ ਸਾਬਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਮੌਜੂਦਾ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਇਸ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਲਈ ਕੁਝ ਵੀ ਰਿਕਾਰਡ 'ਤੇ ਨਹੀਂ ਲਿਆਂਦਾ ਗਿਆ ਹੈ - ਇਸ ਲਈ, ਮੌਜੂਦਾ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਦਾ ਕੋਈ ਕੇਸ ਨਹੀਂ ਬਣਦਾ। (ਪਾਰਸ 14, 18)

ਕੇਸ ਕਾਨੂੰਨ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ

ਟਾਟਾ ਪ੍ਰੈਸ ਲਿਮਟਿਡ ਬਨਾਮ ਮਹਾਨਗਰ ਟੈਲੀਫੋਨ ਨਿਗਮ ਲਿਮਟਿਡ [1995] 2 ਐਸ ਸੀ ਆਰ 467 : (1995) 5 **ਐਸਸੀਸੀ** 139; *ਅਰੁਲਮਿਗੂ ਧਨਦਯਾਉਧਪਾਨਿਸਵਾਮੀ ਥਿਰੂਕੋਇਲ, ਪਲਾਨੀ, ਤਾਮਿਲਨਾਡੂ ਬਨਾਮ ਵਿਭਾਗ। ਡਾਕਘਰਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ* [2011] 10 ਐਸਸੀਆਰ 43 : **(2011) 13 ਐਸਸੀਸੀ 220**; *ਲਖਨਪਾਲ ਨੈਸ਼ਨਲ ਲਿਮਟਿਡ ਬਨਾਮ ਐਮਆਰਟੀਪੀ ਕਮਿਸ਼ਨ* [1989] 2 ਐਸਸੀਆਰ 979: **(1989) 3 ਐਸਸੀਸੀ 251**; *ਕੇਐਲਐਮ ਰਾਇਲ ਡੱਚ ਏਅਰਲਾਈਨਜ਼ ਬਨਾਮ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਜਨਰਲ ਆਫ ਇਨਵੈਸਟੀਗੇਸ਼ਨ ਐਂਡ ਰਜਿਸਟ੍ਰੇਸ਼ਨ* [2008] 14 ਐਸਸੀਆਰ 245: **(2009) 1 ਐਸਸੀਸੀ 230**; *ਲੁਧਿਆਣਾ ਇੰਪਰੂਵਮੈਂਟ ਟਰੱਸਟ, ਲੁਧਿਆਣਾ। ਬਨਾਮ ਸ਼ਕਤੀ ਕੋਆਪਰੇਟਿਵ ਹਾਊਸ ਬਿਲਡਿੰਗ ਸੋਸਾਇਟੀ ਲਿਮਟਿਡ* [2009] 6 ਐਸਸੀਆਰ 12 : **(2009) 12 ਐਸਸੀਸੀ 369 - ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ.**

ਕਿਤਾਬਾਂ ਅਤੇ ਰਸਾਲਿਆਂ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ

ਹੈਲਸਬਰੀ ਦੇ ਇੰਗਲੈਂਡ ਦੇ ਨਿਯਮ, ਭਾਗ 22 (5ਵਾਂ ਸੰਸਕਰਣ, ਲੈਕਸਿਸਨੇਕਸਿਸ 2012), ਪੈਰਾ 240; ਪੋਲੋਕ ਅਤੇ ਮੁਲਾ, ਇੰਡੀਅਨ ਕੰਟਰੈਕਟ ਐਂਡ ਸਪੈਸੀਫਿਕ ਰਿਲੀਫ ਐਕਟ, ਭਾਗ. I (14ਵਾਂ ਸੰਸਕਰਣ, ਲੈਕਸਿਸਨੈਕਸਿਸ 2013), ਪੰਨਾ 42 - ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ.

ਯਸ਼ ਰਾਜ ਫਿਲਮਜ਼ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਲਿਮਟਿਡ ਬਨਾਮ ਅਫਰੀਨ, ਫਾਤਿਮਾ ਜ਼ੈਦੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਧਿਰਾ

ਐਕਟਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ

ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ, 1986

ਯਸ਼ ਰਾਜ ਫਿਲਮਜ਼ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਲਿਮਟਿਡ ਬਨਾਮ ਅਫਰੀਨ, ਫਾਤਿਮਾ ਜ਼ੈਦੀ ਅਤੇ ਐਨ.ਆਰ.

ਕੀਵਰਡਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ

ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ; ਪ੍ਰੋਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ; ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ; ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ; ਸੇਵਾ ਦੀ ਘਾਟ; ਸੁਤੰਤਰ ਲੈਣ-ਦੇਣ; ਪੇਸ਼ਕਸ਼; ਵਾਅਦਾ; ਦਾਅਵੇ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ; ਝੂਠਾ ਬਿਆਨ; ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਗੁੰਮਰਾਹ ਕਰਨਾ; ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ, 1986 ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਆਰ) ਦੀ ਧਾਰਾ (1)

ਇਸ ਤੋਂ ਪੈਦਾ ਹੋਣ ਵਾਲਾ ਕੇਸ

ਸਿਵਲ ਅਪੀਲ ਅਧਿਕਾਰ ਖੇਤਰ: 2024 ਦੀ ਸਿਵਲ ਅਪੀਲ ਨੰਬਰ 4422
ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਵਾਦ ਨਿਵਾਰਣ ਕਮਿਸ਼ਨ, ਨਵੀਂ ਦਿੱਲੀ ਦੇ 2018 ਦੇ ਆਰਪੀ ਨੰਬਰ 156 ਵਿੱਚ 18.02.2020 ਦੇ ਫੈਸਲੇ ਅਤੇ ਆਦੇਸ਼ ਤੋਂ

ਪਾਰਟੀਆਂ ਲਈ ਹਾਜ਼ਰੀ

ਦੀਪਕ ਬਿਸਵਾਸ, ਅਭਿਸ਼ੇਕ ਮਲਹੋਤਰਾ, ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸੁਭਾਲਕਸ਼ਮੀ ਸੇਨ, ਰਾਘਵ ਸ਼ੁਕਲਾ, ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸੋਨਾਲੀ ਜੈਨ, ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਦੇ ਵਕੀਲ।

ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਐਸ਼ਵਰਿਆ ਭਾਟੀ, ਏ.ਐਸ.ਜੀ., ਐਮ.ਓ. ਜਾਹਿਦ ਹੁਸੈਨ, ਮੁਮਤਾਜ਼ ਜਾਵੇਦ ਸ਼ੇਖ, ਜ਼ੀਸ਼ਾਨ ਜ਼ੈਦੀ, ਰੁਚੀ ਕੋਹਲੀ, ਵਤਸਲ ਜੋਸ਼ੀ, ਰੁਚੀ ਗੌਰ ਨਰੂਲਾ, ਈਸ਼ਾਨ ਸ਼ਰਮਾ, ਵੇਦਾਂਤ ਆਨੰਦ, ਨਵਨੰਜੈ ਮਹਾਪਾਤਰਾ, ਸ਼ਾਸ਼ਵਤ ਪਰਿਹਾਰ, ਅਮਰੀਸ਼ ਕੁਮਾਰ, ਐਡਵੋਕੇਟ ਡਾ.

ਸੁਪਰੀਮ ਕੋਰਟ ਦਾ ਫੈਸਲਾ / ਆਦੇਸ਼

ਫੈਸਲਾ

ਪਾਮਿਦੀਘੰਤਮ ਸ਼੍ਰੀ ਨਰਸਿਮਹਾ, ਜੇ.

1.ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ, ਜਿਸ ਨੂੰ 'ਪ੍ਰੋਮੋ' ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਾਂ ਇੱਕ ਟੀਜ਼ਰ ਜੋ ਕਿਸੇ ਫਿਲਮ ਦੀ ਰਿਲੀਜ਼ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਦੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਕੀ ਹਨ? ਕੀ ਇਹ ਇਸ ਵਰਗੇ ਕੋਈ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ ਜਾਂ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਜੇ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਦੀ ਸਮੱਗਰੀ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਦਿਖਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀ ਇਹ ਇੱਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰਕ ਅਭਿਆਸ ਹੈ? ਇਹ ਸਵਾਲ ਇਕ ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਵਾਦ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿਚ ਪੈਦਾ ਹੋਏ ਹਨ, ਜਿਸ ਵਿਚ ਖਪਤਕਾਰ ਅਦਾਲਤਾਂ ਨੇ 'ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ' ਅਤੇ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਸੇਵਾ ਦੀ ਕਮੀ ਦਾ ਦੋਸ਼ ਲਗਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਨੂੰ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਦੇ ਦਿੱਤੀ ਹੈ। ਪਾਲਣਾ ਕਰਨ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਲਈ, ਅਸੀਂ ਮੰਨਿਆ ਹੈ ਕਿ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇਕਪਾਸੜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਵੀਕਾਰਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾਂ ਵਜੋਂ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ, ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਹ ਵਾਅਦਿਆਂ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਬਦਲਦੇ, ਕਾਨੂੰਨ ਦੁਆਰਾ ਲਾਗੂ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸਮਝੌਤੇ.

ਅਸੀਂ ਇਹ ਵੀ ਮੰਨਿਆ ਹੈ ਕਿ ਤੱਥ ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ, 1986 ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦੇ। ਇਸ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਕਿ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸਿੱਟੇ ਕੱਢਣ ਲਈ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਜਾਈਏ, ਕੇਸ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸੰਖੇਪ ਤੱਥ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ.

2.ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਇੱਕ ਜਾਣੀ-ਪਛਾਣੀ ਫਿਲਮ ਨਿਰਮਾਤਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੇ ਸਾਲ ੨੦੧੬ ਵਿੱਚ 'ਫੈਨ' ਨਾਮ ਦੀ ਇੱਕ ਫਿਲਮ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕੀਤਾ ਸੀ। ਫਿਲਮ ਦੀ ਰਿਲੀਜ਼ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਨੇ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਅਤੇ ਆਨਲਾਈਨ ਦੋਵਾਂ 'ਤੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵੀਡੀਓ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਗਾਣਾ ਸੀ।

2.1ਔਰੰਗਾਬਾਦ ਦੇ ਇਕ ਸਕੂਲ ਦੀ ਅਧਿਆਪਕਾ ਨੰਬਰ 1 (ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ) ਨੇ ਦੱਸਿਆ ਕਿ ਫਿਲਮ ਦਾ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਦੇਖਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਉਸ ਨੇ ਆਪਣੇ ਪਰਿਵਾਰ ਨਾਲ ਸਿਲਵਰ ਸਕ੍ਰੀਨ 'ਤੇ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਜਾਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕੀਤਾ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਸਨੇ ਪਾਇਆ ਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਨਹੀਂ ਸੀ, ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਹ ਗੀਤ ਫਿਲਮ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਉਸਨੇ ਜ਼ਿਲ੍ਹਾ ਖਪਤਕਾਰ ਨਿਵਾਰਣ ਫੋਰਮ ਕੋਲ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਦਰਜ ਕਰਵਾਈ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਸਨੇ ਕਿਹਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸਨੇ ਥੀਏਟਰ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਦੇਖਣ ਦੀ ਉਮੀਦ ਨਾਲ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਵੇਖਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕੀਤਾ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਸਦੀ ਨਿਰਾਸ਼ਾ ਲਈ, ਉਸਨੇ ਪਾਇਆ ਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਨਹੀਂ ਵਜਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ। ਉਸਨੇ ਦੋਸ਼ ਲਾਇਆ ਕਿ ਇਸ ਕਾਰਨ, ਉਸਨੇ ਅਪੀਲਕਰਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਧੋਖਾ ਅਤੇ ਧੋਖਾ ਮਹਿਸੂਸ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਮਾਨਸਿਕ ਪੀੜਾ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਿਆ ਹੈ। ਉਪਰੋਕਤ ਦੇ ਮੱਦੇਨਜ਼ਰ, ਉਸਨੇ ਮੁਆਵਜ਼ੇ ਵਜੋਂ 60,550 ਰੁਪਏ ਦਾ ਦਾਅਵਾ ਕੀਤਾ।

3.29.04.2016 ਦੇ ਇੱਕ ਸੰਖੇਪ ਆਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਿਲ੍ਹਾ ਖਪਤਕਾਰ ਨਿਵਾਰਣ ਫੋਰਮ ਨੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਨੂੰ ਇਸ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਖਾਰਜ ਕਰ ਦਿੱਤਾ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਅਤੇ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾ ਦਾ ਕੋਈ ਰਿਸ਼ਤਾ ਨਹੀਂ ਹੈ।

3.1ਉਪਰੋਕਤ ਆਦੇਸ਼ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੇ ਰਾਜ ਕਮਿਸ਼ਨ ਕੋਲ ਅਪੀਲ ਦਾਇਰ ਕੀਤੀ, ਜਿਸ ਨੂੰ 22.09.2017 ਦੇ ਆਦੇਸ਼ ਦੁਆਰਾ ਮਨਜ਼ੂਰ ਕਰ ਲਿਆ ਗਿਆ। ਰਾਜ ਕਮਿਸ਼ਨ ਨੇ ਕਿਹਾ ਕਿ ਮਨੋਰੰਜਨ ਸੇਵਾਵਾਂ 'ਸੇਵਾ' ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦੇ ਅਧੀਨ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਇੱਕ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾ ਹੈ। ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨੂੰ ਮੰਨਣ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਰਾਜ ਕਮਿਸ਼ਨ ਨੇ ਕਿਹਾ ਕਿ ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਇੱਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ ਪਰ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਹਾਲਾਤਾਂ ਵਿੱਚ ਰਾਜ ਕਮਿਸ਼ਨ ਨੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੂੰ ਮਾਨਸਿਕ ਪਰੇਸ਼ਾਨੀ ਲਈ 10,000 ਰੁਪਏ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਅਤੇ 5,000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਦਿੱਤਾ।

3.2ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਇਸ ਮਾਮਲੇ ਨੂੰ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਵਾਦ ਨਿਵਾਰਣ ਕਮਿਸ਼ਨ ੧ ਕੋਲ ਲੈ ਗਿਆ। ਐਨ.ਸੀ.ਡੀ.ਆਰ.ਸੀ. ਨੇ ਕਿਹਾ ਕਿ ਜੇਕਰ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ 'ਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਕੋਈ ਗੀਤ ਫਿਲਮ 'ਚ ਨਹੀਂ ਵਜਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਧੋਖਾ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰੇਗਾ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਇਹ ਇਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਕਵਾਇਦ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸੇਵਾ ਦੀ ਕਮੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਵਜਾਉਣ ਨਾਲ ਇੱਕ ਸੰਭਾਵਿਤ ਵਾਅਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਚਲਾਇਆ ਜਾਵੇਗਾ। ਆਪਣੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਐਨਸੀਡੀਆਰਸੀ ਨੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਮੰਨਿਆ:

> "**7.** ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਫਿਲਮ ਦਾ ਨਿਰਮਾਤਾ ਟੀਵੀ ਚੈਨਲਾਂ ਆਦਿ 'ਤੇ ਉਕਤ ਫਿਲਮ ਦੇ ਪ੍ਰੋਮੋ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅਜਿਹੇ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਗਾਣਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਪ੍ਰੋਮੋ ਦੇਖਣ ਵਾਲਾ ਕੋਈ ਵੀ ਵਿਅਕਤੀ ਇਹ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਨਾ ਜਾਇਜ਼ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਉਕਤ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਗੀਤ ਹੋਵੇਗਾ, ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਇਹ ਡਿਸਕਲੇਮਰ ਨਾ ਹੋਵੇ ਕਿ ਗਾਣਾ ਫਿਲਮ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ। ਜੇ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਏ ਗਏ ਗਾਣੇ ਨੂੰ ਪਸੰਦ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅਜਿਹੀ ਪਸੰਦ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਉਕਤ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਲਈ ਸਿਨੇਮਾ ਹਾਲ ਜਾਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਧੋਖਾ, ਨਿਰਾਸ਼ ਅਤੇ ਨਿਰਾਸ਼ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰੇਗਾ ਜੇ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਗੀਤ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਮਿਲਦਾ। ਟੀਵੀ ਚੈਨਲਾਂ 'ਤੇ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦਿਖਾਈ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਫਿਲਮ ਦੇ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਗੀਤ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਥਾ, ਪਰ ਫਿਲਮ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਉਕਤ ਗਾਣੇ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਰੱਖਣਾ, ਮੇਰੀ ਰਾਏ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰਕ ਅਭਿਆਸ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰਕ ਅਭਿਆਸ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਸਪੱਸ਼ਟ ਉਦੇਸ਼ ਸੰਭਾਵਿਤ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰੋਮੋ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਬਣਨ ਵਾਲੇ ਗਾਣੇ ਨਾਲ ਲਾਲਚ ਦੇ ਕੇ ਸਿਨੇਮਾ ਹਾਲ ਵੱਲ ਖਿੱਚਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣਾ ਹੈ ਜੇ ਗਾਣਾ ਫਿਲਮ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀਂ ਬਣਦਾ ਜਿਸ ਲਈ ਦਰਸ਼ਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ. ਫਿਲਮ ਤੋਂ ਗਾਣੇ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਰੱਖਣਾ ਵੀ ਇੱਕ ਕਮੀ ਹੋਵੇਗੀ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੀ.ਪੀ. ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਜੀ) ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜੇ ਗਾਣੇ ਦਾ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਪਰ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਫਿਲਮ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਛੱਡ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

4.ਇਸ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਕਿ ਅਸੀਂ ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ, 19863 ਦੇ ਤਹਿਤ 'ਸੇਵਾ ਦੀ ਘਾਟ' ਅਤੇ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਲਈ ਟੈਸਟ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਅੱਗੇ ਵਧੀਏ, ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਨਿਰਮਾਤਾ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਚਕਾਰ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ ਜਾਂ ਕੋਈ ਹੋਰ ਅਧਿਕਾਰ ਜਾਂ ਦੇਣਦਾਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰੇਗਾ ਜਾਂ ਨਹੀਂ।

1.ਇਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ 'ਐਨ.ਸੀ.ਡੀ.ਆਰ.ਸੀ.'

2.2018 ਦੀ ਸੋਧ ਪਟੀਸ਼ਨ ਨੰਬਰ 156 ਵਿੱਚ, ਆਦੇਸ਼ ਮਿਤੀ 18.02.2020.

3.ਇਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ 'ਐਕਟ'।

5.ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇੱਕ ਫਿਲਮ ਦਾ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕਾਨੂੰਨ ਦੀ ਇੱਕ ਸਥਿਰ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਕਿ ਵਪਾਰਕ ਭਾਸ਼ਣ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ, ਸੰਵਿਧਾਨ ਦੀ ਧਾਰਾ 19 (1) (ਏ) ਦੇ ਤਹਿਤ ਬੋਲਣ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਦੁਆਰਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਹਨ, ਧਾਰਾ 19 (2) ਵਿੱਚ ਵਾਜਬ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਦੇ ਅਧੀਨ। 4 ਇਹ ਵੀ ਇੱਕ ਸਥਿਰ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਕਿ ਵਪਾਰਕ ਭਾਸ਼ਣ ਜੋ ਧੋਖਾਦੇਹੀ, ਅਣਉਚਿਤ, ਗੁੰਮਰਾਹਕੁੰਨ ਅਤੇ ਝੂਠੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਅਜਿਹੀ ਸੰਵਿਧਾਨਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਰੱਖਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਰਾਜ ਦੁਆਰਾ ਨਿਯਮਤ ਅਤੇ ਮਨਾਹੀ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਨਿਰਮਾਤਾ/ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਦਾਤਾ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਅਤੇ ਕਲਾਤਮਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰਨ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਹੈ।

6.ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਪ੍ਰਸਾਰ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਦੇ ਮੁੱਢਲੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ: ਇੱਕ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵਿਤ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਅਤੇ ਉਪਲਬਧਤਾ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਗੁਣਾਂ, ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇਬਾਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਬਦਲਾਂ ਨਾਲ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਿਲੱਖਣਤਾ ਅਤੇ ਤੁਲਨਾਬਾਰੇ ਸੂਚਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ. ਹਾਲਾਂਕਿ, ਇਹ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦਾ ਇਕਲੌਤਾ ਉਦੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ. ਇੱਕ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਨਾ ਸਿਰਫ ਜਾਣਕਾਰੀ ਭਰਪੂਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਬਲਕਿ ਰਚਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਕਲਾਤਮਕ ਪ੍ਰਗਟਾਵੇ ਦਾ ਇੱਕ ਸਾਧਨ ਵੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਰਾਹੀਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਖਿੱਚ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਧਿਆਨ ਖਿੱਚ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਰਾਹੀਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ। ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੀ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਨਾ ਸਿਰਫ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦਿੱਤੇ ਜਾ ਰਹੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਤਸਵੀਰ ਅਤੇ ਨੈਤਿਕਤਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਬਲਕਿ ਨਿਰਮਾਤਾ / ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾ ਵੀ. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵਿਲੱਖਣ ਟੈਗਲਾਈਨਾਂ, ਜਿੰਗਲ, ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਆਦਿ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਦਾ ਧਿਆਨ ਖਿੱਚਣ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਅਤੇ ਸਮਾਨਾਰਥੀ ਬਣਨ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।

7.ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਗੀਤ, ਸੰਵਾਦ, ਜਾਂ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਾਂ ਦੇ ਬਹੁਪੱਖੀ ਉਪਯੋਗਾਂ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਫਿਲਮ ਦੀ ਸਮੱਗਰੀ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਰਸਾਉਣ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਫਿਲਮ ਦੀ ਰਿਲੀਜ਼ ਬਾਰੇ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਜਾਂ ਚਰਚਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਦਰਸ਼ਕ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਫਿਲਮ ਨਾਲ ਜੋੜ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਲਈ ਦਿਲਚਸਪੀ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਜਾਂ ਦੇਣਦਾਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਇਹ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਿਵਲ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਕਾਨੂੰਨੀ ਸ਼ਾਸਨ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰੇਗਾ

4.ਟਾਟਾ ਪ੍ਰੈਸ ਲਿਮਟਿਡ ਬਨਾਮ ਮਹਾਨਗਰ ਟੈਲੀਫੋਨ ਨਿਗਮ ਲਿਮਟਿਡ [1995] 2 ਐਸਸੀਆਰ 467: (1995) 5 ਐਸਸੀਸੀ 139, ਪੈਰਾ 17-18 ਅਤੇ 25.

5.ਆਈਬਡ, ਪੈਰਾ 17.

ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੇ ਖਪਤਕਾਰ ਅਦਾਲਤ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰ ਖੇਤਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ, 1986 ਦੀਆਂ ਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਮੱਦੇਨਜ਼ਰ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

8.ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਕਟ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਹਿੱਤਾਂ ਦੀ ਰੱਖਿਆ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਸ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਵਾਦਾਂ ਦੇ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ ਅਥਾਰਟੀਆਂ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। 'ਖਪਤਕਾਰ' ਨੂੰ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਡੀ) ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਖਪਤਕਾਰ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਖਪਤਕਾਰ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਸੇਵਾ ਦਾ ਖਪਤਕਾਰ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਸਿਵਾਏ ਜਦੋਂ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਹੋਣ। 6 ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ 'ਸ਼ਿਕਾਇਤ' ਦਾਇਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨੂੰ ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਸੀ) ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, 7 ਨੇ ਹੋਰ ਗੱਲਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ 'ਸੇਵਾ ਵਿਚ ਕਮੀ' ਅਤੇ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਦਾ ਦੋਸ਼ ਲਾਇਆ।

9.ਸੇਵਾ ਦੀ ਕਮੀ: ਇਸ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ, 'ਕਮਜ਼ੋਰੀ' ਅਤੇ 'ਸੇਵਾ' ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ. ਸੇਵਾ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਓ) ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ:

"2. ਪਰਿਭਾਸ਼ਾਵਾਂ।—(1) ਇਸ ਐਕਟ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਲੋੜ ਨਾ ਹੋਵੇ,

---

6.ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਡੀ) 'ਖਪਤਕਾਰ' ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ:

"2. ਪਰਿਭਾਸ਼ਾਵਾਂ।—(1) ਇਸ ਐਕਟ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਲੋੜ ਨਾ ਹੋਵੇ,

(ਡੀ) "ਖਪਤਕਾਰ" ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕੋਈ ਵੀ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ,

(i)ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਕੋਈ ਵਸਤੂ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜਾਂ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜਾਂ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜਾਂ ਮੁਲਤਵੀ ਭੁਗਤਾਨ ਦੀ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹੇ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਕੋਈ ਵੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਜੋ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਵਾਅਦੇ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤੇ ਗਏ, ਜਾਂ ਮੁਲਤਵੀ ਭੁਗਤਾਨ ਦੀ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਅਜਿਹੀ ਵਰਤੋਂ ਅਜਿਹੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਪਰ ਇਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਜੋ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ; ਜਾਂ

(ii)ਕਿਸੇ ਵਿਚਾਰ ਵਾਸਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲੈਣਾ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਜਿਸ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜਾਂ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜਾਂ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜਾਂ ਮੁਲਤਵੀ ਭੁਗਤਾਨ ਦੀ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਕੋਈ ਵੀ ਲਾਭਪਾਤਰੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਜੋ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਵਾਅਦੇ ਕੀਤੇ ਗਏ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਾਂ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਾਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜਾਂ ਮੁਲਤਵੀ ਭੁਗਤਾਨ ਦੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਜਦੋਂ ਅਜਿਹੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪਹਿਲੇ

7.'ਸ਼ਿਕਾਇਤ' ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਸੀ) ਦਾ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹਿੱਸਾ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹੈ

"(ਸੀ) "ਸ਼ਿਕਾਇਤ" ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿਸੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦੁਆਰਾ ਲਿਖਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਗਾਇਆ ਗਿਆ ਕੋਈ ਦੋਸ਼ ਕਿ-

(i) ਕਿਸੇ ਵਪਾਰੀ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਜਾਂ ਇੱਕ ਪਾਬੰਦੀਸ਼ੁਦਾ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਅਪਣਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ;;

(iii) ਉਸ ਦੁਆਰਾ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲਈਆਂ ਗਈਆਂ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲਈਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਹਿਮਤ ਹੋਈਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪੱਖੋਂ ਘਾਟ ਤੋਂ ਪੀੜਤ ਹਨ;

s

ਇਸ ਐਕਟ ਦੁਆਰਾ ਜਾਂ ਇਸ ਦੇ ਅਧੀਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਗਈ ਕਿਸੇ ਵੀ ਰਾਹਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ;

(ਓ) "ਸੇਵਾ" ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਰਣਨ ਦੀ ਸੇਵਾ ਜੋ ਸੰਭਾਵਿਤ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉਪਲਬਧ ਕਰਵਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕਿੰਗ, ਵਿੱਤਬੀਮਾ, ਆਵਾਜਾਈ, ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ, ਬਿਜਲੀ ਜਾਂ ਹੋਰ ਊਰਜਾ ਦੀ ਸਪਲਾਈ, ਬੋਰਡ ਜਾਂ ਰਿਹਾਇਸ਼ ਜਾਂ ਦੋਵੇਂ, ਮਕਾਨ ਉਸਾਰੀ, ਮਨੋਰੰਜਨ, ਮਨੋਰੰਜਨ ਜਾਂ ਖ਼ਬਰਾਂ ਜਾਂ ਹੋਰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, ਪਰ ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸੇਵਾ ਮੁਫਤ ਜਾਂ ਨਿੱਜੀ ਸੇਵਾ ਦੇ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਹੈ;

ਇਸ ਤੱਥ ਬਾਰੇ ਕੋਈ ਸ਼ੱਕ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਵੀ ਵਿਅਕਤੀ ਲੋੜੀਂਦਾ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਫਿਲਮ ਵੇਖਦਾ ਹੈ ਉਹ ਸੇਵਾ ਦਾ ਖਪਤਕਾਰ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਮਾਮਲੇ ਵਿਚ ਸੇਵਾ ਮਨੋਰੰਜਨ ਦੀ ਹੈ.

10.ਸਾਡੇ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਸਵਾਲ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਮਨੋਰੰਜਨ ਸੇਵਾ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਕੋਈ 'ਕਮੀ' ਹੈ ਜੋ ਖਪਤਕਾਰ ਨੇ ਟਿਕਟ ਦੀ ਖਰੀਦ ਰਾਹੀਂ ਵਿਚਾਰ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦਾ ਦੋਸ਼ ਹੈ ਕਿ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ 'ਕਮੀ' ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਜੋ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ ਉਹ ਵਾਅਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਨਹੀਂ ਸੀ। ਹੁਣ, 'ਘਾਟ' ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਢੁਕਵੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਜੀ) ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ:

"2. ਪਰਿਭਾਸ਼ਾਵਾਂ।—(1) ਇਸ ਐਕਟ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਲੋੜ ਨਾ ਹੋਵੇ,

(ਜੀ) "ਕਮੀ" ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਗੁਣਵੱਤਾ, ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵੀ ਨੁਕਸ, ਅਪੂਰਨਤਾ, ਕਮੀ ਜਾਂ ਅਯੋਗਤਾ ਜੋ ਇਸ ਸਮੇਂ ਲਾਗੂ ਕਿਸੇ ਕਾਨੂੰਨ ਦੁਆਰਾ ਜਾਂ ਉਸ ਦੇ ਅਧੀਨ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਕਿਸੇ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਸੇਵਾ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ;

11.ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜਦੋਂ ਗੁਣਵੱਤਾ, ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਨੁਕਸ, ਅਪੂਰਨਤਾ, ਕਮੀ ਜਾਂ ਅਯੋਗਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਕਾਨੂੰਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। 8 ਘਾਟ ਦੇ ਦੋਸ਼ ਦੀ ਕਦਰ ਕਰਨ ਲਈ, ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਦੇ ਕੁਝ ਹਿੱਸਿਆਂ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ:

8.ਅਰੁਲਮਿਗੂ ਧਨਦਯਾਉਧਪਾਨਿਸਵਾਮੀ ਥਿਰੂਕੋਇਿਲ, ਪਲਾਨੀ, ਤਾਮਿਲਨਾਡੂ ਬਨਾਮ ਵਿਭਾਗ। ਡਾਕਘਰਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ [2011] 10 ਐਸਸੀਆਰ 43 : (2011) 13 ਐਸਸੀਸੀ 220, ਪੈਰਾ 18.

ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦਾ ਕਹਿਣਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਦੇ ਬੱਚੇ ਸ਼ਾਹਰੁਖ ਖਾਨ ਦੇ ਬਹੁਤ ਵੱਡੇ ਪ੍ਰਸ਼ੰਸਕ ਹਨ ਅਤੇ 'ਜਬਰਾ ਫੈਨ' ਗੀਤ ਦੇ ਪ੍ਰੋਮੋ ਦੇਖਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਸਿਲਵਰ ਸਕ੍ਰੀਨ 'ਤੇ 'ਜਬਰਾ ਫੈਨ' ਗਾਣਾ ਦੇਖਣ ਲਈ ਫਿਲਮ 'ਫੈਨ' 'ਤੇ ਜਾਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕੀਤਾ। ਉਸਨੇ ਦੋਵਾਂ ਬੱਚਿਆਂ ਨਬੀਲ ਅਤੇ ਫਲੋਰਾ ਨੂੰ 2 ਵਿਕਲਪ (1) ਜੰਗਲ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਦੂਜਾ 'ਫੈਨ' ਦਿੱਤਾ ਸੀ। ਦੋ ਵਿਕਲਪਾਂ ਵਿਚੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਸੈਲੂਲਾਇਡ 'ਤੇ ਅਨੰਦ ਲੈਣ ਲਈ 'ਜਬਰਾ ਫੈਨ' ਗੀਤ ਦੇ ਕਾਰਨ ਬਾਅਦ ਦੇ ਵਿਕਲਪ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੱਤੀ।

4. ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦਾ ਕਹਿਣਾ ਹੈ ਕਿ, ਉਸਨੇ ਆਪਣੀ ਸੱਸ, ਸਹੁਰੇ, ਭੈਣ ਅਤੇ ਦਿਓਰ ਨੂੰ ਇਹ ਕਹਿ ਕੇ ਫਿਲਮ ਲਈ ਰਾਜ਼ੀ ਕਰ ਲਿਆ ਕਿ, ਫਿਲਮ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਲੱਗ ਰਹੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਣਾ 'ਜਬਰਾ ਫੈਨ' ਜੋ ਹੁਣ ਜਿੰਗਲ ਬਣ ਗਿਆ ਹੈ, ਮਨੋਰੰਜਨ ਲਈ ਵੀ ਹੈ ਜੋ ਸਿਲਵਰ ਸਕ੍ਰੀਨ 'ਤੇ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰੇਗਾ। ਉਸਨੇ 15.04.2016 ਨੂੰ ਪਹਿਲੇ ਦਿਨ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਸ਼ੋਅ ਦੀਆਂ 7 ਟਿਕਟਾਂ ਖਰੀਦੀਆਂ, ਸ਼ੋਅ ਟਾਈਮ ਸ਼ਾਮ 6.10 ਵਜੇ। ਪੀਵੀਆਰ ਸਿਨੇਮਾ ਦੇ ਸ਼ੁੱਕਰਵਾਰ ਨੂੰ ਜੀ-4 ਤੋਂ ਜੀ-10 ਦੀ ਕੀਮਤ 150 ਰੁਪਏ ਹੈ, ਜਿਸ ਦੀ ਕੀਮਤ 1050 ਰੁਪਏ ਹੈ। ਸਾਰੀਆਂ ਟਿਕਟਾਂ ਦੀਆਂ ਕਾਪੀਆਂ ਮਿਤੀ 15.04.2016 ਨੂੰ ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਜੋੜੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਐਨੇਕਚਰ 'ਏ' ਵਜੋਂ ਨਿਸ਼ਾਨਬੱਧ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ।

***

7. ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦਾ ਕਹਿਣਾ ਹੈ ਕਿ, ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਗੀਤ ਸਾਰੀਆਂ ਫਿਲਮਾਂ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ, ਪਰਿਵਾਰਕ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨੇ ਉਸ ਨੂੰ ਚਿੜਾਉਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰ ਦਿੱਤਾ ਸੀ, ਉਸਨੇ ਅਜਿਹੀ ਫਿਲਮ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਕਿਉਂ ਬਣਾਈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵੀ ਗਾਣਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਕ ਗੀਤ 'ਜਬਰਾ ਫੈਨ' ਜੋ ਗੀਤ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਫਿਲਮ ਦੇ ਪ੍ਰੋਮੋ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਉੱਤਰਦਾਤਾਵਾਂ ਦੇ ਕੰਮ ਕਾਰਨ ਉਹ ਮਾਨਸਿਕ ਪੀੜਾ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘ ਰਹੀ ਹੈ।

ਉਪਰੋਕਤ ਤੋਂ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਵਿੱਚ ਕਥਿਤ ਕਮੀ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਦੀ ਆਪਣੀ ਉਮੀਦ ਤੋਂ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਗਾਣਾ ਫਿਲਮ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੇਵਾ ਦੀ ਕਮੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਗਾਣਾ ਨਹੀਂ ਸੀ।

12.ਇਸ ਦਲੀਲ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀ ਇਹ ਮੰਨਣ ਵਿੱਚ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇੱਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਜਾਂ ਵਾਅਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਗਲਤ ਧਾਰਨਾ ਦੇ ਤਹਿਤ ਹੈ ਕਿ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੇ ਇਹ ਮੰਨ ਲਿਆ ਹੈ ਕਿ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਲਈ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਗਠਨ ਕਥਿਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਰਾਹੀਂ ਕੀਤੇ ਵਾਅਦੇ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਇਸ ਨੂੰ ਇਕਰਾਰਨਾਮਿਆਂ ਦੇ ਕਾਨੂੰਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸਮਝਾਵਾਂਗੇ।

13.ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੇ ਗਠਨ ਲਈ 'ਪੇਸ਼ਕਸ਼' ਜਾਂ 'ਪ੍ਰਸਤਾਵ' ਦਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੱਤ ਮੌਜੂਦਾ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਜਾਂ 'ਪ੍ਰਸਤਾਵ' ਉਦੋਂ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਕੁਝ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਜ਼ਾਹਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।9 ਜਦੋਂ ਦੂਜਾ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੀ ਸਹਿਮਤੀ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ 'ਵਾਅਦਾ' ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।10 ਇਸ ਲਈ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸਤਾਵ 'ਵਾਅਦੇ' ਅਤੇ 'ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ' ਦੀ ਸ਼ਰਤ ਹੈ।11

14.ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇਕਪਾਸੜ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸਿਰਫ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਫਿਲਮ ਦੀ ਟਿਕਟ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਤੋਂ ਇੱਕ ਸੁਤੰਤਰ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਅਤੇ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਹੈ. ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ ਬਣਾਉਣ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਬਣਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।12 ਕਿਉਂਕਿ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਇੱਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਇਸ ਦੇ ਵਾਅਦਾ ਬਣਨ ਦੀ ਕੋਈ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਪੀਲਕਰਤਾ ਅਤੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਕੋਈ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ, ਇਸ ਪ੍ਰਭਾਵ ਲਈ ਕਿ ਟ੍ਰੇਲਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਗਾਣਾ ਫਿਲਮ ਵਿੱਚ ਚਲਾਇਆ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਜੇ ਨਹੀਂ ਵਜਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗਾ। ਸੇਵਾ ਦਾ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਸਿਰਫ ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ ਨੂੰ ਫਿਲਮ ਦੀ ਟਿਕਟ ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ 'ਤੇ ਫਿਲਮ ਦੇਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਹੈ। ਇਹ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਨਾਲ ਜੁੜਿਆ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਜੋ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਫਿਲਮ ਦੀ ਸਮੱਗਰੀ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਦਾਅਵੇ ਦਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਿਸਮ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਪੈਦਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ।

15.ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ: ਹਾਲਾਂਕਿ ਅਸੀਂ ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਨਹੀਂ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸੇਵਾ ਦੀ ਕੋਈ ਕਮੀ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਸਾਡੇ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਇਕ ਹੋਰ ਸਵਾਲ ਹੈ, ਭਾਵ, ਕੀ ਇਹ ਇਕ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਹੈ ਜੋ ਕਾਰਵਾਈ ਦੇ ਕਾਰਨ ਨੂੰ ਜਨਮ ਦਿੰਦਾ ਹੈ. ਜੇ ਇਹ ਇੱਕ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰਕ ਅਭਿਆਸ ਪਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਐਕਟ ਮੁਆਵਜ਼ੇ ਅਤੇ ਹੋਰ ਉਪਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

9.ਇੰਡੀਅਨ ਕੰਟਰੈਕਟ ਐਕਟ, 1872 ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (ਏ) 'ਪ੍ਰਸਤਾਵ' ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ:

"2. ਵਿਆਖਿਆ-ਧਾਰਾ।—ਇਸ ਐਕਟ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਗਟਾਵੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਰਥਾਂ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਗਏ ਹਨ, ਜਦ ਤੱਕ ਕਿ ਸੰਦਰਭ ਤੋਂ ਉਲਟ ਇਰਾਦਾ ਪ੍ਰਗਟ ਨਾ ਹੋਵੇ:-

(ਓ) ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਨੂੰ ਕੁਝ ਵੀ ਕਰਨ ਜਾਂ ਇਸ ਤੋਂ ਦੂਰ ਰਹਿਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਅਜਿਹੇ ਕੰਮ ਜਾਂ ਸੰਜਮ ਲਈ ਦੂਜੇ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਦੇਣ ਲਈ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ;

10.ਇੰਡੀਅਨ ਕੰਟਰੈਕਟ ਐਕਟ, 1872 ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (ਬੀ) 'ਵਾਅਦੇ' ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ: "(ਅ) ਜਦੋਂ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਉਸ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਸਹਿਮਤੀ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਪ੍ਰਸਤਾਵ, ਜਦੋਂ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਵਾਅਦਾ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ;

11.ਇੰਡੀਅਨ ਕੰਟਰੈਕਟ ਐਕਟ, 1872 ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (ਐਚ) 'ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ' ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ:

"(ਐੱਚ) ਕਾਨੂੰਨ ਦੁਆਰਾ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਇੱਕ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਹੈ;

'ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ' ਨੂੰ ਸੈਕਸ਼ਨ 2 (ਈ) ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ:

"(ਈ) ਹਰ ਵਾਅਦਾ ਅਤੇ ਵਾਅਦਿਆਂ ਦਾ ਹਰ ਸਮੂਹ, ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਲਈ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ, ਇੱਕ ਸਮਝੌਤਾ ਹੈ;

12.ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੇ ਨਿਆਂ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਇਹ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਥਾਪਤ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨਹੀਂ ਬਣਦਾ ਅਤੇ ਸਿਰਫ 'ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਨ ਦਾ ਸੱਦਾ' ਜਾਂ 'ਇਲਾਜ ਕਰਨ ਦਾ ਸੱਦਾ' ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਦੇਖੋ ਹੈਲਸਬਰੀ ਦੇ ਇੰਗਲੈਂਡ ਦੇ ਨਿਯਮ, ਭਾਗ 22 (5ਵਾਂ ਸੰਸਕਰਣ, ਲੈਕਸਿਸਨੇਕਸਿਸ 2012), ਪੈਰਾ 240; ਪੋਲੈਕ ਅਤੇ ਮੁਲਾ, ਭਾਰਤੀ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਰਾਹਤ ਐਕਟ, ਭਾਗ 1 (14 ਵਾਂ ਸੰਸਕਰਣ, ਲੈਕਸਿਸਨੇਕਸਿਸ 2013), ਪੰਨਾ 42.

16.'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਐਕਟ ਦੀ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਆਰ) ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਹਿੱਸੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

"2. ਪਰਿਭਾਸ਼ਾਵਾਂ।—(1) ਇਸ ਐਕਟ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਲੋੜ ਨਾ ਹੋਵੇ,

(ਰ) "ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ" ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਅਭਿਆਸ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ, ਵਰਤੋਂ ਜਾਂ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਤ ਕਰਨ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਸੇਵਾ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਲਈ ਕਿਸੇ ਅਣਉਚਿਤ ਵਿਧੀ ਜਾਂ ਅਣਉਚਿਤ ਜਾਂ ਧੋਖੇਬਾਜ਼ ਅਭਿਆਸ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਪ੍ਰਥਾਵਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, ਅਰਥਾਤ:-

(1) ਕੋਈ ਵੀ ਬਿਆਨ ਦੇਣ ਦਾ ਅਭਿਆਸ, ਚਾਹੇ ਉਹ ਜ਼ੁਬਾਨੀ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਲਿਖਤੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਗਤ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਦੁਆਰਾ,

***

(ii) ਗਲਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੇਵਾਵਾਂ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਿਆਰ, ਗੁਣਵੱਤਾ ਜਾਂ ਗਰੇਡ ਦੀਆਂ ਹਨ;

***

(iv) ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸਪਾਂਸਰਸ਼ਿਪ, ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ, ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਉਪਕਰਣ, ਵਰਤੋਂ ਜਾਂ ਲਾਭ ਹਨ ਜੋ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹਨ;

17.ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫੈਸਲਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਇਸ ਅਦਾਲਤ ਨੇ ਕਿਹਾ ਹੈ ਕਿ ਖਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਗੁੰਮਰਾਹ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਝੂਠਾ ਬਿਆਨ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।14 ਇੱਕ ਝੂਠੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਉਹ ਹੈ ਜੋ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਝੂਠੀ ਹੈ ਅਤੇ ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਅਤੇ ਜਿਸ ਟੈਸਟ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਦਾ ਨਿਰਣਾ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਉਹ ਇਹ ਦੇਖਣਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਤੱਥ ਅਤੇ ਅਸਲ ਤੱਥ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਾਜਬ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਸਮੱਗਰੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਵੇਗਾ।

13.ਲਖਨਪਾਲ ਨੈਸ਼ਨਲ ਲਿਮਟਿਡ ਬਨਾਮ ਐਮਆਰਟੀਪੀ ਕਮਿਸ਼ਨ [1989] 2 ਐਸਸੀਆਰ 979: (1989) 3 ਐਸਸੀਸੀ 251, ਪੈਰਾ 7; ਕੇਐਲਐਮ ਰਾਇਲ ਡੱਚ ਏਅਰਲਾਈਨਜ਼ ਬਨਾਮ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਜਨਰਲ ਆਫ ਇਨਵੈਸਟੀਗੇਸ਼ਨ ਐਂਡ ਰਜਿਸਟ੍ਰੇਸ਼ਨ [2008] 14 ਐਸਸੀਆਰ 245: (2009) 1 ਐਸਸੀਸੀ 230, ਪੈਰਾ 16-20; ਲੁਧਿਆਣਾ ਇੰਪਰੂਵਮੈਂਟ ਟਰੱਸਟ, ਲੁਧਿਆਣਾ। 5. ਸ਼ਕਤੀ ਕੋਆਪਰੇਟਿਵ ਹਾਊਸ ਬਿਲਡਿੰਗ ਸੋਸਾਇਟੀ ਲਿਮਟਿਡ [2009] 6 ਐਸਸੀਆਰ 12 : (2009) 12 ਐਸਸੀਸੀ 369, ਪੈਰਾ 18-23.

14.ਆਈ.ਬੀ.ਡੀ.

15.ਲਖਨਪਾਲ ਨੈਸ਼ਨਲ ਲਿਮਟਿਡ (ਸੁਪਰਾ), ਪੈਰਾ 7.

ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, "ਕੁਦਰਤ ਦੇ ਬਿਆਨ ਜੋ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਝੂਠੇ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜਾਂ ਇਸਦੀ ਸੱਚਾਈ ਵਿੱਚ ਇਮਾਨਦਾਰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਲਾਪਰਵਾਹੀ ਨਾਲ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਗੁੰਮਰਾਹ ਕਰਨ ਜਾਂ ਧੋਖਾ ਦੇਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਨਿਸ਼ਚਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਝੂਠੀ ਜਾਂ ਗੁੰਮਰਾਹਕੁੰਨ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਹੋਣਗੇ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਜਦੋਂ ਉਸ ਤੱਥ ਦਾ ਖੁਲਾਸਾ ਕਰਨ ਦਾ ਫਰਜ਼ ਪੈਦਾ ਹੋਇਆ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਪਦਾਰਥਕ ਤੱਥ ਦਾ ਖੁਲਾਸਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲਤਾ ਵੀ ਇੱਕ ਝੂਠੀ ਜਾਂ ਗੁੰਮਰਾਹਕੁੰਨ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਹੋਵੇਗੀ। 16 ਇਸ ਲਈ, 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੇਵਲ ਠੋਸ ਅਤੇ ਪਦਾਰਥਕ ਅੰਤਰ ਹੀ ਕਵਰ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

18.ਇਸ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਆਰ) (1) ਦੇ ਤਹਿਤ 'ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ' ਦੇ ਤੱਤ ਨਹੀਂ ਬਣਾਏ ਗਏ ਹਨ। ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨਲ ਟ੍ਰੇਲਰ ਧਾਰਾ 2 (1) (ਆਰ) ਦੀ ਧਾਰਾ (1) ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ "ਅਣਉਚਿਤ ਤਰੀਕੇ ਜਾਂ ਅਣਉਚਿਤ ਅਤੇ ਧੋਖੇਬਾਜ਼ ਅਭਿਆਸ" ਦੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਨਹੀਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਵਿੱਚ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਨਾ ਹੀ ਇਹ ਕੋਈ ਝੂਠਾ ਬਿਆਨ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਗੁੰਮਰਾਹ ਕਰਨ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਕਰਤਾ 'ਤੇ ਠੋਸ ਸਬੂਤ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਦਾ ਬੋਝ ਹੈ ਜੋ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਨੂੰ ਸਾਬਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਮੌਜੂਦਾ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਇਸ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਲਈ ਕੁਝ ਵੀ ਰਿਕਾਰਡ 'ਤੇ ਨਹੀਂ ਲਿਆਂਦਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਮੌਜੂਦਾ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਦਾ ਕੋਈ ਕੇਸ ਨਹੀਂ ਬਣਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ.

19.ਇਕ ਹੋਰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਅੰਤਰ ਹੈ ਜੋ ਸਾਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿਚ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਅਰਥਾਤ, ਇਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਨਿਆਂਇਕ ਮਿਸਾਲਾਂ ਕਲਾ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸੇਵਾ ਦੇ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਨਹੀਂ ਹਨ. ਕਲਾ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਲਾਜ਼ਮੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਵਿੱਚ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਅਤੇ ਵਿਵੇਕ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਅਜਿਹੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਦੁਆਰਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਅਤੇ ਮਜ਼ਬੂਰ ਹੈ। ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਕਾਫ਼ੀ ਹਨ, ਅਤੇ ਇਹ ਸਹੀ ਹੈ. ਇਸ ਲਈ, ਉਹ ਮਿਆਰ ਜਿਸ ਦੁਆਰਾ ਕਾਨੂੰਨ ਦੀ ਅਦਾਲਤ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਦਾ ਨਿਰਣਾ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਉਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸੇਵਾ, ਵੱਖਰੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਅਜਿਹੇ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਰਚਨਾਤਮਕ ਤੱਤ ਦਾ ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ.

20.ਉਪਰੋਕਤ ਕਾਰਨਾਂ ਅਤੇ ਸਿੱਟਿਆਂ ਦੇ ਮੱਦੇਨਜ਼ਰ, ਅਸੀਂ ਇਸ ਆਦੇਸ਼ ਦੇ ਨਤੀਜਿਆਂ ਨੂੰ ਰੱਦ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸੇਵਾ ਦੀ ਘਾਟ ਅਤੇ ਅਣਉਚਿਤ ਵਪਾਰ ਅਭਿਆਸ ਹੈ, ਅਤੇ ਮੌਜੂਦਾ ਅਪੀਲ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੇ ਹਾਂ.

21.ਬਕਾਇਆ ਅਰਜ਼ੀਆਂ, ਜੇ ਕੋਈ ਹਨ, ਦਾ ਨਿਪਟਾਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਗਏ ਸਿਰਲੇਖ: ਅੰਕਿਤ ਗਿਆਨ

ਕੇਸ ਦਾ ਨਤੀਜ

ਅਪੀਲ ਮਨਜ਼ੂਰ

16.**ਕੇਐਲਐਮ ਰਾਇਲ ਡੱਚ ਏਅਰਲਾਈਨਜ਼** (ਸੁਪਰਾ), ਪੈਰਾ 20.

17.**ਲੁਧਿਆਣਾ ਇੰਪਰੂਵਮੈਂਟ ਟਰੱਸਟ** (ਸੁਪਰਾ), ਪੈਰਾ 23.

ਬੇਦਾਅਵਾ :- ਸਥਾਨਕ ਭਾਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਅਨੁਵਾਦ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਨਿਰਣਾ/ਨਿਆਂ ਕੇਵਲ ਮੁਕੱਦਮੇਬਾਜ਼ਾਂ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਭਾਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਸਮਝਣ ਤੱਕ ਹੀ ਸੀਮਤ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦਾ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਇਸਤੇਮਾਲ ਨਹੀ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ । ਸਾਰੇ ਵਿਹਾਰਕ ਅਤੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਮੰਤਵਾਂ ਲਈ ਨਿਆਂ/ ਨਰਣੇ ਦਾ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ ਸੰਸਕਰਣ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਅਮਲ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਇਸ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੱਤੀ ਜਾਵੇਗੀ ।

Yadwinder Singh
Enrol. No. P/956/2016