रजिस्ट्री सं॰ डी॰ एल॰-33004/99

REGD. NO. D. L.-33004/99

भारत का राजपत्र
The Gazette of India

असाधारण
EXTRAORDINARY

भाग II—खण्ड 3—उप-खण्ड (i)
PART II—Section 3—Sub-section (i)

प्राधिकार से प्रकाशित
PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 120] नई दिल्ली, शुक्रवार, फरवरी 27, 2009/फाल्गुन 8, 1930
No. 120] NEW DELHI, FRIDAY, FEBRUARY 27, 2009/PHALGUNA 8, 1930

सूचना और प्रसारण मंत्रालय

अधिसूचना

नई दिल्ली, 27 फरवरी, 2009

सा.का.नि. 138(अ).—केन्द्रीय सरकार, केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 (1995 का 7) की धारा 22 की उप-धारा (1) द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 का और संशोधन करने के लिए निम्नलिखित नियम बनाती है, अर्थात् :—

1. (1) इन नियमों का संक्षिप्त नाम केबल टेलीविजन नेटवर्क (संशोधन) नियम, 2009 है ।

(2) ये राजपत्र में प्रकाशन की तारीख को प्रवृत्त होंगे ।

2. केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 7 के उप-नियम (2) के खण्ड (viii) में उप-खण्ड (क) के पश्चात् निम्नलिखित अंत:स्थापित किया जाएगा, अर्थात् :—

"परन्तु ऐसे किसी उत्पाद को, जिसमें ऐसे ब्रॉंड नाम या लोगो का उपयोग किया गया है जिसका सिगरेट तम्बाकू उत्पाद, वाईन, एल्कोहल, लिकर या अन्य मादक पदार्थों के लिए भी उपयोग किया जाता है, निम्नलिखित शर्तों के अध्यधीन केबल सेवा पर विज्ञापित किया जा सकेगा,-

(i) विज्ञापन के कथापट्ट या दृश्य में केवल विज्ञापित किए जा रहे उत्पाद का ही चित्रण किया जाना चाहिए न कि किसी रूप या किसी रीति में प्रतिषिद्ध उत्पादों का;

(ii) विज्ञापन में प्रतिषिद्ध उत्पादों का कोई भी प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष उल्लेख नहीं किया जाना चाहिए;

(iii) विज्ञापन में प्रतिषिद्ध उत्पादों का संवर्धन करने वाले कोई छायार्थ या वाक्यांश अंतर्विष्ट नहीं होने चाहिए;

(iv) विज्ञापन में प्रतिषिद्ध उत्पादों से सहबद्ध विशिष्ट रंगों और अभिन्यास या निरूपणों का उपयोग नहीं किया जाना चाहिए;

(v) विज्ञापन में, जब अन्य उत्पादों का विज्ञापन किया जा रहा हो, प्रतिषिद्ध उत्पादों के संवर्धन के लिए प्रतिरूपी स्थितियों का उपयोग नहीं किया जाना चाहिए :

परंतु यह और कि—

(i) विज्ञापनदाता प्रस्तावित विज्ञापन की एक प्रति के साथ एक आवेदन रजिस्ट्रीकृत चार्टर्ड अकाउंटेंट के इस प्रमाणपत्र के साथ प्रस्तुत करेगा कि वैसे ही नाम वाले जैसे सिगरेट, तम्बाकू उत्पाद, वाइन, एल्कोहल, लिकर या अन्य मादक पदार्थ युक्तियुक्त मात्रा में वितरित किए गए हैं और ये पर्याप्त मात्रा में ऐसे आउटलेटों पर उपलब्ध हैं जहां उसी प्रवर्ग के अन्य उत्पाद उपलब्ध हैं और उन पर ऐसे विज्ञापन पर प्रस्तावित व्यय उत्पाद के वास्तविक विक्रय आवर्त का असमानुपाती नहीं होगा ;

(ii) सूचना और प्रसारण मंत्रालय द्वारा ऐसे सभी विज्ञापन वास्तविक ब्रॉंड विस्तार के पाए जाने पर विज्ञापनों का उनके प्रसारण या पारेषण या पुन:पारेषण से पूर्व केन्द्रीय फिल्म प्रमाणन बोर्ड द्वारा इस बात के लिए पूर्वावलोकन और प्रमाणन किया जाएगा कि वे अनिर्बंधित सार्वजनिक प्रदर्शन के लिए उपयुक्त हैं और प्रथम परंतुक के उप-खंड (i) से उप-खंड (v) में अंतर्विष्ट उपबंधों के अनुसार हैं ।"।

[फा. सं. 3105/14/2008-बीसी-III]

जोहरा चटर्जी, संयुक्त सचिव

पाद टिप्पण :—मूल नियम भारत के राजपत्र में भाग II, खंड 3, उप-खंड (i) द्वारा सं. सा.का.नि. 729(अ), तारीख 29 सितम्बर, 1994 में प्रकाशित किए गए थे और अंतिम संशोधन सं. सा.का.नि. 104(अ), तारीख 25 फरवरी, 2008 द्वारा किए गए थे ।

MINISTRY OF INFORMATION AND BROADCASTING

NOTIFICATION

New Delhi, the 27th February, 2009

G.S.R. 138(E).—In exercise of the powers conferred by sub-section (1) of Section 22 of the Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995 (7 of 1995), the Central Government hereby makes the following rules further to amend the Cable Television Networks Rules, 1994, namely:—

1. (1) These rules may be called the Cable Television Networks (Amendment) Rules, 2009.

(2) They shall come into force on the date of their publication in the official gazette.

2. In the Cable Television Networks Rules, 1994, in rule 7, in sub-rule (2), in clause (viii), after sub-clause (A), the following shall be inserted, namely:—

"Provided that a product that uses a brand name or logo, which is also used for cigarettes, tobacco products, wine, alcohol, liquor or other intoxicants, may be advertised on cable service subject to the following conditions that—

(i) the story board or visual of the advertisement must depict only the product being advertised and not the prohibited products in any form or manner;

(ii) the advertisement must not make any direct or indirect reference to the prohibited products;

(iii) the advertisement must not contain any nuances or phrases promoting prohibited products;

(iv) the advertisement must not use particular colours and layout or presentations associated with prohibited products;

(v) the advertisement must not use situations typical for promotion of prohibited products when advertising the other products:

Provided further that—

(i) the advertiser shall submit an application with a copy of the proposed advertisement along with a certificate by a registered Chartered Accountant that the product carrying the same name as cigarettes, tobacco products, wine, alcohol, liquor or other intoxicants is distributed in reasonable quantity and is available in a substantial number of outlets where other products of the same category are available and the proposed expenditure on such advertising thereon shall not be disproportionate to the actual sales turnover of the product:

(ii) all such advertisements found to be genuine brand extensions by the Ministry of Information and Broadcasting shall be previewed and certified by the Central Board of Film Certification as suitable for unrestricted public exhibition and are in accordance with the provisions contained in sub-clause (i) to (v) of the first proviso, prior to their telecast or transmission or retransmission.".

[F. No. 3105/14/2008-BC-III]

ZOHRA CHATTERJI, Jt. Secy.

Foot Note :—The principal rules were published in the Gazette of India in Part II, Section 3, Sub-section (i), *vide* number G.S.R. 729 (E), dated the 29th September, 1994 and lastly amended *vide* number G.S.R. 104 (E), dated the 25th February, 2008.

Printed by the Manager, Govt. of India Press, Ring Road, Mayapuri, New Delhi-110064
and Published by the Controller of Publications, Delhi-110054.