रजिस्ट्री सं. डी.एल.- 33004/99 REGD. No. D. L.-33004/99

भारत का राजपत्र
The Gazette of India

सी.जी.-एम.एच.-अ.-10102026-277050
CG-MH-E-10102026-277050

असाधारण
EXTRAORDINARY

भाग III—खण्ड 4
PART III—Section 4

प्राधिकार से प्रकाशित
PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 608] नई दिल्ली, शुक्रवार, अक्तूबर 9, 2026/आश्विन 17, 1948
No. 608] NEW DELHI, FRIDAY, OCTOBER 9, 2026/ASVINA 17, 1948

भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड

अधिसूचना

मुंबई, 8 अक्तूबर, 2026

भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (इंटरमीडियरी) (दूसरा संशोधन) विनियम, 2026

फा. सं. सेबी/एलएडी-एनआरओ/जीएन/2026/323.—बोर्ड, भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड अधिनियम, 1992 (1992 का 15) की धारा 30 द्वारा प्रदान की गई शक्तियों का प्रयोग करते हुए, एतद्वारा भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (इंटरमीडियरी) विनियम, 2008 का और संशोधन करने के लिए निम्नलिखित विनियम बनाता है, अर्थात्-

1. इन विनियमों को भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (इंटरमीडियरी) (दूसरा संशोधन) विनियम, 2026 कहा जा सकेगा।

2. ये विनियम राजपत्र में इनके प्रकाशित होने की तारीख से एक सौ अस्सीवें दिन लागू होंगे।

3. भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (इंटरमीडियरी) विनियम, 2008 में, -

I. अध्याय-IIIग के बाद और अध्याय–IV से पहले, निम्नलिखित अध्याय जोड़ा जाएगा, अर्थात्, -

"अध्याय – IIIघ

सामान्य विज्ञापन संहिता (कॉमन एडवरटाइजमेंट कोड)

परिभाषाएँ

16छ. इस अध्याय के सिलसिले में, जब तक कि संदर्भ कुछ और न हो तब तक:—

(1) "विज्ञापन" में शामिल होगा - विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के किसी प्रोडक्ट या की किसी सर्विस (सेवा) का प्रचार-प्रसार करने या वह प्रोडक्ट या सेवा लेने हेतु आग्रह करने के संबंध में या के मूल उद्देश्य से या फिर उसके ब्रांड या एंटिटी स्तर का प्रचार-प्रसार करने के संबंध में या के मूल उद्देश्य से विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी द्वारा या उसकी ओर से, प्रत्यक्ष रूप से या अप्रत्यक्ष रूप से, किसी भी तरह से कही गई कोई बात या किया गया कोई प्रचार आदि [फिर चाहे वह लिखित रूप में हो, ऑडियो के रूप में, विजुअल हो, मौखिक रूप में हो या किसी भी दूसरे तरीके से हो], फिर चाहे वह किसी भी माध्यम से किया जाए, जिसमें निम्नलिखित भी शामिल है–

(क) प्रिंट मीडिया (समाचारपत्र, पत्रिकाएँ, आदि),

(ख) ब्रॉडकास्ट मीडिया (टी.वी., रेडियो, पॉडकास्ट, आदि),

(ग) डिजिटल मीडिया (वेबसाइट, सोशल मीडिया, स्ट्रीमिंग सर्विसेज़, समाचार देने वाली ऑनलाइन साइट आदि),

(घ) आउटडोर मीडिया [बाहर लगाए जाने वाले तरह-तरह के विज्ञापन (बिलबोर्ड, ट्रांज़िट एड्स, इन-स्टोर डिस्प्ले)] या ऐसा ही कोई दूसरा माध्यम;

(2) "मशहूर व्यक्ति" (सेलिब्रिटी) में ऐसा कोई व्यक्ति शामिल होगा:

(क) जिसका नाम किसी राष्ट्रीय स्तर के प्रतिष्ठित प्रकाशन (पब्लिकेशन) द्वारा सार्वजनिक रूप से जारी किए गए किसी 'सेलिब्रिटी इंडेक्स' की रैंकिंग में सर्वोच्च 50 व्यक्तियों में आया हो। 'सेलिब्रिटी इंडेक्स' हाल ही का होना चाहिए या फिर ज्यादा से ज्यादा एक वर्ष पुराना होना चाहिए या;

(ख) जिसने किसी मेनस्ट्रीम या प्रमुख या लोकप्रिय फिल्म, अथवा टीवी सीरियल या टीवी शो अथवा किसी ओ.टी.टी. प्लेटफॉर्म पर आई किसी वेब-सीरीज़ में या तो अहम किरदार निभाया हो या फिर उसका नाम अहम किरदारों में हो या;

(ग) जो एक ऐसा इन्फ्लुएंसर हो, जिसकी किसी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर फॉलोअर्स की संख्या 'एडवरटाइज़िंग स्टैंडर्ड्स काउंसिल ऑफ इंडिया' के दिशानिर्देशों के तहत तय के गई सीमा से ज्यादा हो या;

(घ) जो एक खिलाड़ी के तौर पर अपने देश की राष्ट्रीय टीम का हिस्सा रहा हो अथवा जिसने किसी अंतरराष्ट्रीय टूर्नामेंट या इवेंट (जैसे ओलंपिक गेम्स, एशियन गेम्स, कॉमनवेल्थ गेम्स, टेलीविजन पर दिखाए जाने वाले लोकप्रिय स्पोर्ट्स इवेंट जैसे कबड्डी, क्रिकेट आदि) में अपने देश का प्रतिनिधित्व किया हो अथवा ऐसे किसी खेल में अंतरराष्ट्रीय स्तर पर हुई प्रतिस्पर्धा में हिस्सा लिया हो या;

(ङ) जो किसी टीवी कार्यक्रम (जैसे क्विज़, कुकिंग शो, न्यूज चैनल, कॉमेडी शो, डांस शो, गानों का शो, अवार्ड फंक्शन या ऐसे ही किसी दूसरे मनोरंजन कार्यक्रम) में कम से कम एक सीजन में या फिर कम से कम 10 एपिसोड में होस्ट रहा हो या फिर एक से ज्यादा होस्ट में एक होस्ट रहा हो अथवा एंकर रहा हो या फिर एक से ज्यादा एंकर में से एक एंकर रहा हो;

(च) जो टीवी या ओ.टी.टी. प्लेटफ़ॉर्म पर प्रसारित किसी प्रमुख या लोकप्रिय कार्यक्रम के दौरान प्रतिस्पर्धा में एक विजेता या रनर-अप रहा हो, या फिर ऐसी प्रतिस्पर्धा की सीरीज़ के दौरान क्वालिफाइंग राउंड (जिसे क्वालिफाइंग राउंड, क्वार्टर फाइनल, सेमी-फाइनल और फाइनल का नाम दिया जाए या फिर कोई और नाम दिया जाए, और जो प्रतिस्पर्धा में हिस्सा लेने वाले पार्टिसिपेंट्स को छाँटने के लिए करवाई जाती है) से होकर जो गुजरा हो और जिसे लोग पहचानने लगे हों या;

(छ) जो एक वर्चुअल इन्फ्लुएंसर (यानि कि जो कंप्यूटर से बनाया गया एक काल्पनिक 'व्यक्ति' या 'अवतार' हो, जिसमें असल इंसान जैसी खूबियाँ आदि होती हों) हो, जिससे दर्शक या फॉलोअर्स प्रभावित होते हों या;

(ज) जिसके बारे में बोर्ड को या विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के लिए बोर्ड से मान्यताप्राप्त सुपरवाइज़री बॉडी को ऐसा लगे कि उसकी वजह से विज्ञापन देखने वालों की राय बदल सकती है:

परंतु यह कि जिन व्यक्तियों का जिक्र विनियम 16छ(3) में है, उन व्यक्तियों द्वारा जारी किए या करवाए जाने वाले विज्ञापनों में दिखाई देने वाले उनके संस्थापक (फाउंडर), प्रोमोटर (संप्रवर्तक), निदेशक, प्रबंध-मंडल के मुख्य व्यक्ति (की मैनेजेरियल पर्सोनल) या वरिष्ठ प्रबंध-मंडल के व्यक्ति शब्दों "मशहूर व्यक्ति" (सेलिब्रिटी) में शामिल नहीं माने जाएँगे।

(3) "विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी" का अर्थ होगा –

(क) स्टॉक ब्रोकर्स;

(ख) डिपॉज़िटरी पार्टिसिपेंट्स (निक्षेपागार सहभागी);

(ग) ऑनलाइन बॉण्ड प्लेटफॉर्म प्रोवाइडर;

(घ) निवेश सलाहकार (इन्वेस्टमेंट एडवाइज़र);

(ङ) रिसर्च एनालिस्ट्स (अनुसंधान विश्लेषक);

(च) म्यूचुअल फंड;

(छ) असेट मैनेजमेंट कंपनियाँ;

(ज) पोर्टफोलियो मैनेजर (पोर्टफोलियो प्रबंधक); और ऐसी ही दूसरी एंटिटियाँ, जिनका जिक्र बोर्ड द्वारा समय-समय पर किया जाए।

(4) "सुपरवाइज़री बॉडी" का अर्थ होगा –

(क) स्टॉक ब्रोकर्स और ऑनलाइन बॉण्ड प्लेटफॉर्म प्रोवाइडर्स के मामले में स्टॉक एक्सचेंज;

(ख) डिपॉज़िटरी पार्टिसिपेंट्स के मामले में डिपॉज़िटरीज़;

(ग) निवेश सलाहकारों के मामले में इन्वेस्टमेंट एडवाइज़र एडमिनिस्ट्रेशन एंड सुपरवाइज़री बॉडी;

(घ) रिसर्च एनालिस्ट्स (अनुसंधान विश्लेषकों) के मामले में रिसर्च एनालिस्ट एडमिनिस्ट्रेशन एंड सुपरवाइज़री बॉडी;

(ङ) म्यूचुअल फंडों या असेट मैनेजमेंट कंपनियों के मामले में असोसिएशन ऑफ म्यूचुअल फंड्स इन इंडिया; और

(च) पोर्टफोलियो प्रबंधकों के मामले में असोसिएशन ऑफ पोर्टफोलियो मैनेजर्स।

लागू होना

16ज. इस अध्याय के प्रावधान विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी द्वारा जारी किए जाने वाले उन सभी विज्ञापनों पर लागू होंगे, जो बोर्ड के दायरे में आने वाले प्रोडक्ट्स या सेवाओं के संबंध में जारी किए जाते हों ।

अनिवार्य रूप से दी जाने वाली जानकारी (किए जाने वाले डिस्क्लोज़र) और दिए जाने वाले डिस्क्लेमर

16झ. सभी विज्ञापनों में निम्नलिखित जानकारी देनी होगी:

(क) मूलभूत जानकारी, जैसे कि विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी का नाम, सेबी का रजिस्ट्रेशन नंबर और विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी का लोगो (यदि कोई हो) ।

(ख) डिस्क्लेमर, जो बोर्ड द्वारा समय-समय पर निर्धारित किए जाएँ, और जो निर्धारित किए गए तरीके से दिखाए या बताए जाएंगे ।

स्पष्टीकरण. – यदि विज्ञापन छोटे फॉर्मेट वाले मैसेज (जैसे एस.एम.एस. या पॉप-अप्स, पुश नोटिफिकेशन्स या संक्षेप में जानकारी देने वाला कोई दूसरा इसी तरह का इलेक्ट्रॉनिक मैसेज) जैसा हो, और चूँकि कम शब्दों की सीमा तय होने की वजह से उसमें मूलभूत जानकारी और डिस्क्लेमर नहीं दिए जा सकते, इसलिए विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी को उस मैसेज आदि में अपनी ऑफिशियल वेबसाइट का वह हाइपरलिंक देना होगा, जिसे क्लिक करने पर वह मूलभूत जानकारी और वे डिस्क्लेमर देखे जा सकते हों ।

ऐसी सूचनाएँ आदि, जिन्हें विज्ञापन नहीं माना जाता

16ञ. (1) निम्नलिखित सूचनाओं आदि को 'विज्ञापन' नहीं माना जाएगा [हालांकि उप-विनियम (2) का प्रावधान तो लागू रहेगा ही]:

(क) ऐसी सूचना आदि, जो शिक्षित करने या जानकारी प्रदान करने के लिहाज से जारी की गई हो और जिसका उद्देश्य वित्तीय पहलुओं की जानकारी या प्रशिक्षण प्रदान करना हो। हालाँकि, ऐसी कोई सूचना आदि जारी करने के संबंध में, विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी को निम्नलिखित प्रावधानों का पालन करना होगा:

(i) ऐसी सूचना आदि में एंटिटी की ब्रांडिंग आदि कम से कम हो;

(ii) ऐसी सूचना आदि में विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के किसी प्रोडक्ट विशेष को खरीदने या उसकी कोई सेवा (सर्विस) विशेष लेने के उद्देश्य से कोई प्रचार आदि न किया जाए या उसके लिए लुभाने या उकसाने की कोशिश न की जाए;

(iii) यदि ऐसी सूचना आदि पर खर्च उन फंडों में से किया जा रहा हो जो शिक्षित और जागरूक करने के उद्देश्य से अलग से बनाए गए हों, तो ऐसी सूचनाओं आदि की जानकारी बाद में सुपरवाइज़री बॉडी या बोर्ड को देनी होगी;

(ख) ऐसी रिसर्च रिपोर्टें, सिफारिशें या विश्लेषण, जो मौजूदा ग्राहकों या निवेशकों के साथ साझा किए जाएँ और जिनमें विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के परफॉर्मेंस को लेकर दावे न किए गए हों;

(ग) उपलब्ध प्रोडक्ट या सेवाओं (सर्विस) की सूची [जिसमें विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी की वेबसाइट या ऐप पर दी गई सूचियाँ भी शामिल हैं], जिसमें उसके प्रोडक्ट या उसकी सेवाओं की संक्षेप में तथ्यात्मक जानकारी दी जाए;

(घ) किसी प्रावधान के अनुसार विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटियों और उनके मौजूदा ग्राहकों या निवेशकों के बीच सूचना का आदान-प्रदान;

(ङ) किसी ग्राहक या भावी ग्राहक या निवेशक के निवेदन पर किसी प्रोडक्ट या सेवा की जानकारी भेजने हेतु दी गई सूचना आदि;

(च) ऐसी सूचना आदि, जिसमें विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी की मूलभूत जानकारी (जैसे उसका नाम, ब्रांड का लोगो, वेबसाइट या ऐप या इसी तरह की दूसरी जानकारी) दी जाए और यह बताया जाए कि उसका कामकाज किस तरह का है;

(छ) प्रोडक्ट के डेमो देना (जैसे कि वेबिनार या वॉक-थ्रू के जरिए), जिसमें उसकी खूबियाँ आदि बताई जाएँ, बशर्ते कि ऐसे डेमो में विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के किसी प्रोडक्ट या की किसी सेवा का प्रचार न किया जाए अथवा कोई प्रोडक्ट खरीदने या कोई सेवा लेने के लिए लुभाने की कोशिश न की जाए;

(ज) शुभकामनाएँ, शोक संदेश या बधाई संदेश;

(झ) भर्ती के लिए आवेदन आमंत्रित करने हेतु सार्वजनिक रूप से जारी की जाने वाली सूचनाएँ आदि या किसी अन्य पक्ष (थर्ड पार्टी) की सेवाएँ लेने हेतु सार्वजनिक रूप से जारी की जाने वाली सूचनाएँ आदि, बशर्ते कि उनके जरिए ग्राहकों, भावी ग्राहकों या निवेशकों को लुभाने की कोशिश न की जाए;

(ञ) टीवी शो या टॉक शो और ऐसे दूसरे कार्यक्रमों (इवेंट) को प्रायोजित (स्पॉन्सर) करना, और प्रायोजित करने वाली विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी से जुड़ी आम जानकारी (जैसे उसका नाम, ब्रांड का नाम, लोगो, वेबसाइट या ऐप या इसी तरह की दूसरी जानकारी) दी गई हो और जो केवल प्रायोजित (स्पॉन्सर) करने के उद्देश्य से ही दी गई हो;

(ट) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटियों द्वारा अपने रजिस्टर ग्राहकों या निवेशकों से फीडबैक लेने के लिए किए जाने वाले सर्वेक्षण; और

(ठ) ऐसी कोई दूसरी सूचना आदि, जिसके बारे में बोर्ड द्वारा समय-समय पर बताया जाए।

(2) ऐसी किसी सूचना आदि को विज्ञापन माना जाएगा, जिसके जरिए विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के किसी प्रोडक्ट या सेवा का प्रचार किया जाए अथवा उसके प्रोडक्ट को खरीदने या उसके सेवा लेने के लिए लुभाने की कोशिश की जाए।

मशहूर व्यक्ति (सेलिब्रिटी) से प्रचार करवाना

16ट. (1) मशहूर व्यक्ति (सेलिब्रिटी) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के ब्रांड स्तर का या एंटिटी स्तर का प्रचार कर सकेंगे।

(2) इस तरह से किए जाने वाले प्रचार में विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के प्रोडक्ट या सेवाओं के नाम का जिक्र आ सकेगा, किंतु उसके जरिए किसी प्रोडक्ट या सेवा विशेष के संबंध में, प्रत्यक्ष रूप से अप्रत्यक्ष रूप से, लुभाने की कोशिश नहीं की जाएगी या कोई दावा नहीं किया जाएगा।

(3) यदि किसी विज्ञापन में किसी मशहूर व्यक्ति (सेलिब्रिटी) को लिया गया हो, तो उसे जारी करने से पहले या तो सुपरवाइज़री बॉडी की या फिर अगर बोर्ड द्वारा विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी के लिए ऐसी कोई बॉडी निर्धारित न की हो तो उस मामले में बोर्ड की मंजूरी लेनी जरूरी होगी।

(4) मशहूर व्यक्ति (सेलिब्रिटी) से करवाए गए प्रचार में हुए खर्चे का भार ग्राहकों पर नहीं डाला जाएगा या वह खर्च म्यूचुअल फंड की स्कीम से नहीं वसूला जाएगा।

(5) ऐसे विज्ञापनों में वे जरूरी डिस्क्लेमर भी देने होंगे, जो भी देने को कहे जाएँ।

दायित्व

16ठ. (1) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी को निम्नलिखित प्रावधानों का पालन सुनिश्चित करना होगा:

(क) विज्ञापनों में सही-सही जानकारी दी जाए, निष्पक्ष रूप से जानकारी दी जाए, पूरी जानकारी दी जाए और स्पष्ट रूप से जानकारी दी जाए;

(ख) विज्ञापनों को इस प्रकार तैयार न किया जाए कि उसे पढ़ने से कुछ और ही समझ में आए या फिर जिससे किसी विवरण को छिपाने की गुंजाइश बढ़ जाए;

(ग) कम अनुभव और जानकारी रखने वाले निवेशकों का फायदा उठाने के मकसद से विज्ञापन तैयार न किए जाएँ;

(घ) विज्ञापनों में न तो ऐसी तकनीकी या कानूनी शब्दावली का इस्तेमाल किया जाए, न तो उसमें ऐसी भाषा का इस्तेमाल किया जाएगा जो आसानी से समझ में ही न आए, और न ही उसमें इस प्रकार जरूरत से ज्यादा ब्यौरे दिए जाएँ जिससे कि निवेशक गुमराह हो जाएँ या दुविधा में पड़ जाएँ;

(ङ) यदि किसी विज्ञापन में उदाहरण के तौर पर किसी शेयर आदि (सिक्यूरिटीज़) या किसी स्कीम (किन्हीं स्कीमों) का जिक्र आदि किया जाए, तो ऐसे में यह डिस्क्लेमर देना होगा कि "जिन शेयरों आदि (सिक्यूरिटीज़) या स्कीम (स्कीमों) का जिक्र किया गया है, उन्हें महज उदाहरण के तौर पर पेश किया गया है और उनके बारे में यह न समझा जाए कि उनकी सिफारिश की जा रही है", और यदि विज्ञापन छपवाया जा रहा हो तो यह डिस्क्लेमर विज्ञापन के साथ उसी पृष्ठ पर आना चाहिए और यदि विज्ञापन वीडियो के तौर पर बनाया जा रहा हो तो यह डिस्क्लेमर विज्ञापन के साथ एक ही फ्रेम में आना चाहिए, न कि अंत में;

(च) यदि विज्ञापन में आँकड़े, ग्राफ या चार्ट दिए जा रहे हों, तो उनके स्रोत की जानकारी भी उन आँकड़ों, ग्राफ या चार्ट के साथ देनी होगी। इसके अलावा, ऐसे आँकड़े, ग्राफ या चार्ट देते समय यह भी बताना होगा कि वे किस तारीख या अवधि के हैं;

(छ) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटियाँ अपने ग्राहकों को ट्रेड करने हेतु लुभाने या उकसाने के लिए या सेवाएँ (सर्विस) लेने हेतु लुभाने या उकसाने के लिए या उन्हें अपने खाते में दोबारा लेनदेन शुरू करने के लिए या उन्हें किन्हीं स्कीमों में निवेश करने के लिए या मोबाइल ऐप डाउनलोड करने आदि के लिए लुभाने या उकसाने के उद्देश्य से किसी भी तरह के किसी प्रलोभन आदि (इन्सेंटिव), या वाउचर, या कूपन, या मॉनिटरी सर्टिफिकेट या टोकन या सब्सक्रिप्शन प्लान (फिर चाहे उन्हें किसी भी नाम से पुकारा जाए) की पेशकश नहीं करेंगी;

(ज) यदि विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी को निलंबित कर दिया जाए, तो ऐसे में वह एंटिटी जब तक निलंबित रहे तब तक, प्रत्यक्ष रूप से अप्रत्यक्ष रूप से, अकेले या विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली किसी दूसरी एंटिटी के साथ मिलकर कोई विज्ञापन जारी नहीं करेगी;

(झ) ऐसे कोई दूसरे दायित्व भी निभाने होंगे, जो या तो बोर्ड या फिर बोर्ड के परामर्श से सुपरवाइज़री बॉडी समय-समय पर निभाने को कहे।

(2) यदि कोई अन्य पक्ष (थर्ड पार्टी) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी की सहमति के बिना किसी प्लेटफॉर्म पर विज्ञापन जारी करता है, तो ऐसे में:

(क) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी इसका पता चलने के सात दिनों के भीतर इस संबंध में उचित कार्रवाई करेगी (जिसमें कानूनी कार्रवाई करना भी शामिल है), और जिसकी सूचना वह सुपरवाइज़री बॉडी को देगी;

(ख) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी की गई कार्रवाई और उसके नतीजों की जानकारी सुपरवाइज़री बॉडी को देगी;

(ग) विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी अपनी वेबसाइट पर ऐसी घटनाओं के ब्यौरे [जिनमें संबंधित अन्य पक्ष (थर्ड पार्टी) के ब्यौरे और उनके खिलाफ की गई कार्रवाईयों के ब्यौरे भी शामिल हैं] इस तरह से डालेगी कि वे सामने से ही साफ-साफ दिख जाएँ।

डार्क पैटन के इस्तेमाल पर पाबंदी

16ड. विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी डार्क पैटर्न की गतिविधियों में लिप्त नहीं होगी, जिस डार्क पैटर्न का जिक्र केन्द्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण द्वारा जारी किए गए "डार्क पैटर्न का निवारण और विनियमन के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत, 2023" (गाइडलाइंस फॉर प्रीवेंशन एंड रेग्यूलेशन ऑफ डार्क पैटर्न्स, 2023) के संलग्नक-I (उपाबंध-I) में किया गया है।

विज्ञापनों में रेटिंग या रैंकिंग का इस्तेमाल

16ढ. विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी को अपने विज्ञापनों में केवल "हुए नफा-नुकसान और रहे जोखिम की पुष्टि करने वाली एजेंसी" (पास्ट रिस्क एंड रिटर्न वेरिफिकेशन एजेंसी) द्वारा दी गई रेटिंग या रैंकिंग का ही इस्तेमाल करने की अनुमति होगी, किंतु इस संबंध में नीचे दी हुई शर्तों का पालन तो करना ही होगा-

(क) दी गई रेटिंग या रैंकिंग का आखिर मतलब क्या है और वह किस तरह से दी गई है, इसके बारे में या तो विज्ञापन में ही साफ-साफ जिक्र कर दिया जाए या फिर उस विज्ञापन में "पास्ट रिस्क एंड रिटर्न वेरिफिकेशन एजेंसी" की वेबसाइट या विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी की वेबसाइट के बारे में बता दिया जाए;

(ख) विज्ञापन में यह भी जिक्र होना चाहिए कि विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली किसी एंटिटी विशेष की सेवाएँ लेने या न लेने का फैसला केवल रेटिंग या रैंकिंग के आधार पर ही न लिया जाए;

(ग) ऐसी रेटिंग या रैंकिंग "पास्ट रिस्क एंड रिटर्न वेरिफिकेशन एजेंसी" द्वारा करवाए गए अध्ययन या सर्वेक्षण (सर्वे) पर आधारित होनी चाहिए, जिसमें संबंधित श्रेणी के सभी मार्केट पार्टिसिपेंट्स (बाजार से जुड़े लोग) शामिल हों, ताकि तुलना की जा सके और निष्पक्षता भी सुनिश्चित की जा सके;

(घ) उन दूसरी शर्तों का भी पालन करना होगा, जो बोर्ड द्वारा समय-समय पर निर्धारित की जाएँ।

विज्ञापन में क्या-क्या नहीं होना चाहिए

16ण. विज्ञापन में वह सब नहीं होना चाहिए, जिसका जिक्र नीचे किया गया है:

(क) विज्ञापन में ऐसा कुछ भी न कहा जाए जो गलत हो, जिससे कोई गुमराह हो सकता हो, जिससे कोई लालच आदि में आ सकता हो, जिससे पक्षपात हो सकता हो, जो बढ़ा-चढ़ाकर पेश किया गया हो, जो स्पष्ट न हो या जो अनुमानों आदि पर आधारित हो या फिर उसमें कोई बयान आदि भी न दिए जाएँ;

(ख) विज्ञापन में, प्रत्यक्ष रूप से या अप्रत्यक्ष रूप से, मौजूदा ग्राहकों या भावी ग्राहकों को मुनाफे की गारंटी या बिना किसी जोखिम के मुनाफे की गारंटी देते हुए कोई वादा न किया जाए या आश्वासन न दिया जाए, और न ही उसमें ऐसा कोई इशारा करते हुए कोई गारंटी या आश्वासन दिया जाए कि कितना मुनाफा हो सकता है;

(ग) विज्ञापन में, प्रत्यक्ष रूप से या अप्रत्यक्ष रूप से, एक तय मुनाफा होने का कोई वादा न किया जाए या आश्वासन न दिया जाए (हालांकि, ऑनलाइन बॉण्ड प्लेटफॉर्म प्रोवाइडर या कोई दूसरी एंटिटी बोर्ड द्वारा बताए गए तरीके से ऐसा कर सकती है);

(घ) विज्ञापन में, प्रत्यक्ष रूप से या अप्रत्यक्ष रूप से, विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली दूसरी एंटिटियों, उनके प्रोडक्ट या सर्विस (सेवा) को कमतर न दिखाया जाए या उन्हें लेकर कोई आपत्तिजनक बात न की जाए या फिर गलत तरीके से दूसरी एंटिटियों से तुलना न की जाए या फिर किन्हीं दूसरी एंटिटियों द्वारा जारी किए गए विज्ञापनों की नकल न की जाए;

(ङ) विज्ञापन में एक प्रोडक्ट या असेट क्लास की तुलना किसी दूसरे तरह के प्रोडक्ट या असेट क्लास से न की जाए, जिससे कोई गुमराह हो जाए;

(च) विज्ञापन में कम अनुभव और जानकारी रखने वाले निवेशकों का फायदा उठाने के मकसद से कुछ भी न कहा जाए या फिर उसमें कोई भी ऐसा नारा (स्लोगन) न हो, जिसमें बढ़ा-चढ़ाकर कुछ कहा जाए या जो गैर-जरूरी हो या जो प्रोडक्ट या सर्विस (सेवा) [जिनके लिए विज्ञापन दिया जा रहा हो] के स्वरूप, उसमें निहित जोखिम और उससे हो सकने वाले मुनाफों से बिल्कुल भी मेल न खाता हो;

(छ) विज्ञापन में बोर्ड या एम.आई.आई. (मार्केट इन्फ्रास्ट्रक्चर इंस्टिट्यूशनस / बाजार की बुनियादी संस्थाओं) या ऐसी ही किसी दूसरी प्रतिष्ठित संस्था के लोगो, फोटो (जैसे उनके कार्यालय की इमारत आदि की फोटो) या प्रतीक-चिह्न (सिंबल) न दिए जाएँ, हालाँकि ऐसा स्पष्ट रूप से मंजूरी लेकर किया जा सकता है;

(ज) विज्ञापन में ऐसा कुछ भी न कहा जाए, जिससे ऐसा लगे कि पिछले बार जो मुनाफा आदि हुआ था वह आगे भी होगा या जिसमें कोई बेबुनियाद दावा न किया जाए;

(झ) विज्ञापन में विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटियों के प्रोडक्ट या सेवाओं (सर्विस) से पहले हुए मुनाफे आदि का जिक्र न किया जाए, हालाँकि बोर्ड द्वारा समय-समय पर निर्धारित किए गए तरीके से ऐसा किया जा सकता है;

(ञ) विज्ञापन में ऐसा कुछ भी बताया या दिखाया न जाए, जो अनुचित, अश्लील या आपत्तिजनक हो;

(ट) विज्ञापन में यह न बताया जाए कि बहुत ज्यादा ब्याज (हाई यील्ड) मिलेगा या बहुत ज्यादा रेटिंग मिली हुई है (हाई रेटेड है), बहुत ज्यादा मुनाफा (हाई रिटर्न) होगा और इनसे मिलते-जुलते शब्दों का इस्तेमाल न किया जाए, जिनका कोई ठोस आधार न हो और जिनमें स्पष्टता न हो;

(ठ) विज्ञापन में ऐसा कुछ भी न हो, जिसे कानूनी प्रावधानों के तहत प्रकाशित करने या कहने की पाबंदी हो;

(ड) विज्ञापन में ऐसा और कुछ भी न कहा जाए, जिसके बारे में बोर्ड या बोर्ड के परामर्श से सुपरवाइज़री बॉडी समय-समय पर बताए।

रिपोर्टिंग के प्रावधान

16त. विनियामक (रेग्यूलेटरी) दायरे में आने वाली एंटिटी द्वारा जारी किए जाने वाले विज्ञापन के संबंध में रिपोर्टिंग के वे प्रावधान लागू होंगे, जो बोर्ड द्वारा समय-समय पर निर्धारित किए जाएँ।

प्रावधानों का पालन न किए जाने पर कार्रवाई

16थ. (1) बोर्ड, इस अध्याय के प्रावधानों या उनके तहत जारी किए गए किसी परिपत्र (सर्कुलर) के प्रावधानों का उल्लंघन होने पर ऐसी कार्रवाई कर सकेगा, जो भी वह ठीक समझे [जिसमें इन विनियमों (रेग्यूलेशन्स) के अध्याय-V के प्रावधानों या संबंधित अधिनियम के किन्हीं लागू प्रावधानों या बोर्ड द्वारा जारी किए गए किन्हीं दूसरे विनियमों के प्रावधानों के तहत की जा सकने वाली कार्रवाई भी शामिल है]।

(2) बोर्ड, उप-विनियम (1) में बताए गए उल्लघंन होने पर, सुपरवाइज़री बॉडीज़ को भी उचित कार्रवाई करने का निदेश दे सकेगा।

अमित प्रधान, कार्यपालक निदेशक

[विज्ञापन-III/4/असा./377/2026-27]

टिप्पणी:

भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (इंटरमीडियरी) विनियम, 2008 (अधिसूचना सं. एलएडी-एनआरओ/जीएन/2008/11/126538) 26 मई, 2008 को भारत के राजपत्र में प्रकाशित हुए थे, और जो अंतिम बार 16 अप्रैल, 2026 को भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (इंटरमीडियरी) (संशोधन) विनियम, 2026 (अधिसूचना फा. सं. सेबी/एलएडी-एनआरओ/जीएन/2026/300) द्वारा संशोधित हुए थे।

SECURITIES AND EXCHANGE BOARD OF INDIA

NOTIFICATION

Mumbai, the 8th October, 2026

SECURITIES AND EXCHANGE BOARD OF INDIA (INTERMEDIARIES) (SECOND AMENDMENT) REGULATIONS, 2026

F. No. SEBI/LAD-NRO/GN/2026/323.—In exercise of the powers conferred by section 30 of the Securities and Exchange Board of India Act, 1992 (15 of 1992), the Board hereby makes the following regulations to further amend the Securities and Exchange Board of India (Intermediaries) Regulations, 2008, namely–

1. These regulations may be called the Securities and Exchange Board of India (Intermediaries) (Second Amendment) Regulations, 2026.

2. They shall come into force on the one hundred eightieth day from the date of publication of these regulations in the Official Gazette.

3. In the Securities and Exchange Board of India (Intermediaries) Regulations, 2008, -

I. after Chapter IIIC and before Chapter IV, the following Chapter shall be inserted, namely, —

"**CHAPTER IIID**

COMMON ADVERTISEMENT CODE

Definitions

16G. For the purposes of this Chapter, unless the context otherwise requires: —

(1) "advertisement" shall include any form of communication, endorsement or representation, whether written, audio, visual, verbal or of any other form, disseminated through any channel, including but not limited to-

(a) print media (newspaper, magazines, etc.),

(b) broadcast media (TV, Radio, podcasts, etc.),

(c) digital media (websites, social media, streaming services, online news sites etc.),

(d) outdoor media (billboards, transit ads, in-store displays) or any similar medium,

issued, directly or indirectly, by or on behalf of a regulated entity in connection with or having the primary effect of promotion, invitation or solicitation in respect of any product or service offered by the regulated entity or promotion of a brand or entity;

(2) "celebrity" shall include a person:

(a) who has featured in the top 50 rankings in any publicly available celebrity index published by a national publication of repute. The celebrity index should be latest available or at the most one-year old or;

(b) who has played a lead role or one of the lead roles in any mainstream or prominent or popular movies, or TV serials, or TV shows, or web-series on any of the OTT platforms or;

(c) who is an Influencer having a social media followership exceeding the threshold specified by the Advertising Standards Council of India under its applicable guidelines, on any single social media platform or;

(d) who being a Sports person has been a part of the national team of the country to which he belongs or has represented his country in any international tournaments or events such as Olympic Games, Asian Games, Commonwealth Games, popular sports events telecasted on television such as Kabaddi, Cricket, etc. or competitive games at international level for that given sport, etc. or;

(e) who has been a host or one of the hosts or anchors or one of the anchors for any TV program such as quizzes, cooking shows, news channels, comedy shows, dance shows, song shows, award functions or such other entertainment programs for at least one season or for a minimum of 10 episodes;

(f) who has been a winner or runners-up in any prominent or popular competitive program aired on TV or OTT platform or any prominent personality who has gone through a series of qualifying rounds (for elimination of competitors) which may be known as qualifying round, quarter finals, semi-finals and finals or by any other name or;

(g) who is a virtual influencer (fictional computer generated 'people' or avatars who have the realistic characteristics, features and personalities of humans) that bears influence on their audience or followers or;

(h) who in the view of the Board or the supervisory body recognised by the Board for the regulated entity is capable of influencing the opinion of viewers of the advertisement:

Provided that the term "celebrity" shall not include any founder, promoter, director, key managerial personnel or senior management personnel of the persons referred to in Regulation 16G(3) issuing or causing to be issued the advertisement, where such founder, promoter, director, key managerial personnel or senior management personnel appears in such advertisement.

(3) “regulated entity” shall mean-

(a) Stock Brokers;

(b) Depository Participants;

(c) Online Bond Platform Providers;

(d) Investment Advisers;

(e) Research Analysts;

(f) Mutual Funds;

(g) Asset Management Companies;

(h) Portfolio Managers; and such other entities as may be specified by the Board from time to time.

(4) “supervisory body” shall mean-

(a) Stock exchanges for Stock Brokers including Online Bond Platform Providers;

(b) Depositories for Depository Participants;

(c) Investment Adviser Administration and Supervisory Body for Investment Advisers;

(d) Research Analyst Administration and Supervisory Body for Research Analysts;

(e) Association of Mutual Funds in India for Mutual Funds or Asset Management Companies; and

(f) Association of Portfolio Managers in India for Portfolio Managers.

Applicability

16H. The provisions of this chapter shall be applicable for all advertisements issued by the regulated entity in respect of products or services under the purview of the Board.

Mandatory Disclosures and Disclaimers

16I. All advertisements shall contain the following information:

(a) basic details such as name of the regulated entity, SEBI registration number and logo of the regulated entity, if any.

(b) disclaimers, as specified by the Board from time to time shall be displayed or communicated in the specified manner.

Explanation. — In case an advertisement is in the form of short format messaging such as SMS or Pop-ups, push notifications or any other similar concise electronic communication, and basic details and disclaimers cannot be provided therein due to the character limit associated with the medium, a hyperlink to such details and disclaimers available on the official website of the regulated entity shall be provided.

Communications not considered as advertisement

16J. (1) Subject to sub-regulation (2), the following communications shall not be considered as 'advertisement':

(a) communication that is educational or informational in nature and is meant to impart financial knowledge or information or training. For such communication, the regulated entity shall comply with the following:

(i) branding of the entity in such communications shall be minimal and incidental;

(ii) such communication shall not contain any promotional call-to-action or attempt to influence or induce a purchase decision for a specific product or service provided by the regulated entity;

(iii) if the cost towards such communication is being borne out of funds earmarked for education and awareness, such communications shall be reported to the supervisory body or Board for post facto monitoring;

(b) research reports or recommendations or analyses shared with existing clients or investors which do not contain claims of performance of the regulated entity;

(c) list of available products or services, including lists provided on regulated entity's website or app, which provides a summary of factual information about the products or services of the regulated entity;

(d) essential communication between regulated entities and existing clients or investors arising out of any regulatory requirement;

(e) communication in response to a request by a client or prospective client or investor for information about any product or service;

(f) communication providing basic factual information about regulated entity (such as name, brand logo, website or app or similar details) and a description of the nature of its activities;

(g) product demonstrations (e.g. webinars, walk-throughs) showing the interface and service features provided such demonstration does not promote products or services or solicit interest to avail any product or service of the regulated entity;

(h) greetings, condolences or congratulatory messages;

(i) public communications inviting applications for recruitment or availing third party services provided it does not target clients or prospective clients or investors;

(j) sponsorship for TV shows or talk shows and events communicating generic information about the regulated entity such as name, brand name, logo, website or app or similar details and is only limited to sponsorship;

(k) surveys issued by the regulated entities to their registered clients or investors to take feedback; and

(l) any other communication as may be specified by the Board from time to time.

(2) Any communication which promotes products or services or solicits interest to avail any product or service of a regulated entity shall be considered as an advertisement.

Celebrity Endorsements

16K. (1) The celebrities shall be allowed to endorse the regulated entity at the brand level or the entity level.

(2) Such endorsements may include the name of products or services offered by a regulated entity but may not include any inducement or claim directly or indirectly regarding any specific product or service.

(3) Any advertisement featuring celebrity shall be issued only with the prior approval from supervisory body or the Board (if no such body has been specified by the Board for regulated entity).

(4) Expenses incurred towards celebrity endorsements shall not be passed on to the clients or charged to the scheme of the mutual fund.

(5) Such advertisements shall include the relevant disclaimers as may be specified.

General Obligations

16L. (1) The regulated entity shall ensure compliance with the following:

(a) advertisements shall be true, fair, accurate, complete and unambiguous;

(b) advertisements shall not be so designed as likely to be misunderstood or likely to disguise the significance of any statement;

(c) advertisements shall not be so framed as to exploit the lack of experience or knowledge of the investors;

(d) advertisements shall not extensively use technical or legal terminology or complex language or include excessive details, which may mislead or confuse the investors;

(e) a disclaimer stating that "The securities or scheme(s) are quoted as an example and not as a recommendation" shall be mentioned on the same page of the written creative or frame of the video where the same is displayed and not at the end of the creative or the advertisement, in case any specific securities or scheme(s) are displayed or communicated in an advertisement as example(s);

(f) disclosures in the terms of statistical data, graphs, or charts shall be backed by source(s) and the source(s) shall be disclosed alongside such data, graphs, or charts. Further, such statistical data, graphs, or charts shall include the date or period to which it relates;

(g) regulated entities shall refrain from providing any form of incentives, or vouchers, or coupons, or monetary certificates, or tokens, or subscription plans, by whatever name called, to their clients for inducement to trade or avail the services or for activation of inactive client accounts or investing into any schemes or for downloading mobile applications etc.;

(h) in the event of suspension of any regulated entity, the regulated entity so suspended shall not issue any advertisement, directly or indirectly, either singly or jointly with any other regulated entity, during the period of suspension;

(i) any other obligations, as may be specified by the Board or supervisory body in consultation with Board, from time to time.

(2) In case of any third-party issuing advertisement on any platform without the consent of a regulated entity:

(a) the regulated entity shall initiate appropriate action (including legal action) within seven days from when it comes to its knowledge, under intimation to the supervisory body;

(b) the regulated entity shall inform the supervisory body regarding action taken and outcome thereof;

(c) the regulated entity shall prominently disclose, on its website, details of such incidents, including the details of the concerned third party and actions taken against them.

Prohibition on use of dark patterns

16M. The regulated entity shall refrain from engaging in a dark pattern as specified in Annexure I of the Guidelines for Prevention and Regulation of Dark Patterns, 2023 issued by the Central Consumer Protection Authority.

Use of ratings or rankings in advertisements

16N. The regulated entity shall be permitted to use only the ratings or rankings assigned by a Past Risk and Return Verification Agency in the advertisement which subject to the following conditions -

(a) the ratings or rankings shall be properly explained either in the advertisement itself or by including details of the Past Risk and Return Verification Agency website or regulated entity's website where an investor will be able to obtain further information about the meaning and methodology of such ratings or rankings;

(b) the advertisement should also state that ratings or rankings are only one of the factors to be taken into account when deciding whether to avail the services of a specific regulated entity or not;

(c) such ratings or rankings shall emanate from a study or survey by Past Risk and Return Verification Agency covering all the relevant market participants within the concerned category to ensure comparability and objectivity;

(d) any other conditions which may be specified by the Board from time to time.

Prohibitions in the advertisement

16O. An advertisement shall not contain:

(a) any content, which is false, misleading, luring, biased, deceptive, exaggerated, ambiguous or based on assumptions or projections or includes any testimonials;

(b) anything that, directly or indirectly, promises or gives assurance of any guaranteed or risk free or indicative returns to prospective or existing clients;

(c) any direct or indirect promise or assurance of any fixed returns (except in case of Online Bond Platform Providers or any other entity in a form and manner as may be specified by the Board);

(d) any content that, directly or indirectly, disparages or discredits other regulated entities, their products or services or makes unfair comparisons with such entities or imitates the advertisement content of other regulated entities;

(e) any content that compares one product or asset class with other product(s) or asset class(es) of a different nature giving a misleading impression;

(f) any content designed to exploit the lack of experience or knowledge of the investors or any slogan that is exaggerated or unwarranted or inconsistent with or unrelated to the nature and risk and return profile of the products or services being advertised;

(g) logos, images (e.g. building imagery) or symbols of the Board or Market Infrastructure Institutions (MIIs) or any other organisation of such repute, unless specifically permitted;

(h) any content that implies that past performance may recur or makes any unwarranted claim;

(i) any reference to past performance in respect of the products or services of regulated entities unless the past performance is communicated in the manner as specified by Board from time to time;

(j) any content which is indecent, vulgar or offensive;

(k) adjectives such as high yield, high rated, high returns and synonyms of such words, which are vague and general without any basis;

(l) anything, which is prohibited for publication or communication under the law;

(m) any other communication as may be specified by the Board or supervisory body in consultation with the Board, from time to time.

Reporting requirements

16P. The reporting requirements for an advertisement issued by a regulated entity shall be applicable as specified by the Board from time to time.

Action for non-compliance

16Q. (1) The Board may, in case of violation of the provisions of this chapter or any circular issued thereunder, take such action as it may deem fit including action under Chapter V of these regulations or any applicable provisions of the relevant Act or any other regulations issued by the Board.

(2) The Board may also direct the supervisory bodies to take appropriate action for violations specified under sub-regulation (1).

AMIT PRADHAN, Executive Director

[ADVT.-III/4/Exty./377/2026-27]

Note:

The Securities and Exchange Board of India (Intermediaries) Regulations, 2008 was published in the Gazette of India on May 26, 2008 vide notification No. LAD-NRO/GN/2008/11/126538 and was last amended on April 16, 2026 by the Securities and Exchange Board of India (Intermediaries) (Amendment) Regulations, 2026 vide notification no. SEBI/LAD-NRO/GN/2026/300.

Uploaded by Dte. of Printing at Government of India Press, Ring Road, Mayapuri, New Delhi-110064
and Published by the Controller of Publications, Delhi-110054. BHABAJIT DEKA