

## ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ನಡವಳಿಗಳು

ವಿಷಯ: ಕರ್ನಾಟಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ-2024ನ್ನು ಹೊರಡಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ.

- ಓದಲಾಗಿದೆ: 1) ವಾರ್ತಾ ಆಯುಕ್ತರ ಭೌತಿಕ ಏಕ ಕಡತ ಸಂ: ವಾಸಾಸಂಇ/  
ವಾಪ್ರವಿ/ಸಿ-1/ಡಿ.ಪಾ/2023-24 ದಿನಾಂಕ: 05/03/2024  
2) ದಿನಾಂಕ:23/07/2023ಕ್ಕೆ ಕೊನೆಗೊಂಡ ಆಯುಕ್ತರು, ವಾರ್ತಾ  
ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆ ಇವರ ಪತ್ರ ಸಂ:  
ವಾಸಾಸಂಇ/ವಾಪ್ರವಿ/ಸಿ-1/ ಡಿಪಾ/2023-24,  
-@@@@@-

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ:

ಮೇಲೆ ಓದಲಾದ (1)ರ ಏಕಕಡತದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತವಾಗಿದ್ದು, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಕಟಿತವಾದಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಯುವ ಸಮೂಹವನ್ನು ತಲುಪಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗುವುದರಿಂದ ಹಾಗೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಸರ್ಕಾರದ ಜಾಹೀರಾತು ಕೋರಿ ಇಲಾಖೆಗೆ ಮನವಿಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ಜಾಹೀರಾತು ದರ ನಿಗದಿಯಾಗಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಸರ್ಕಾರದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ, ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದ ಡಿ.ಎ.ವಿ.ಪಿ. ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿರುವ ನೀತಿಯನ್ನು ಪರಿಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅದೇ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯ ವತಿಯಿಂದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪಾಲಿಸಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಾ, ಸದರಿ ನಿಯಮಗಳಿಗೆ ಸರ್ಕಾರದ ಅನುಮೋದನೆ ನೀಡಿ ಆದೇಶ ಹೊರಡಿಸುವಂತೆ ಕೋರಲಾಗಿತ್ತು.

ಮೇಲೆ ಓದಲಾದ (2)ರ ಪತ್ರದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಬದಲಾಗಿದ್ದು, ಅಂತರ್ಜಾಲ, ಖಾಸಗಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಟಿವಿ ಹಾಗೂ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್‌ಗಳ ಮುಖಾಂತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಬಳಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗಿಂತ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿಯಾಗಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವುದರಿಂದ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಈಗ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೇ ಸಿಂಹಪಾಲು ಪಡೆಯುತ್ತಿವೆ.

ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುವ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯು ತೀರ್ಮಾನಿಸಿ ನವೀನ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಾಗೂ ಸೈಬರ್ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸರ್ಕಾರದ ಜಾಹೀರಾತಿಗಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಕರ್ನಾಟಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ

ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಾ ಅದರನ್ವಯ ಆದೇಶ ಹೊರಡಿಸುವಂತೆ ಆಯುಕ್ತರು, ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆ, ಬೆಂಗಳೂರು ಇವರು ಕೋರಿರುತ್ತಾರೆ.

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ, ಈ ಕೆಳಕಂಡಂತೆ ಆದೇಶಿಸಿದೆ.

**ಸರ್ಕಾರಿ ಆದೇಶ ಸಂ: ಕೆಸಿಐ-ವಿಪಿಜೆ/25/2024, ಬೆಂಗಳೂರು, ದಿನಾಂಕ: 22/08/2024.**

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆಯಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿರುವ ಅಂಶಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುವ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಆದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಲಗತ್ತಿಸಿರುವ ಅನುಬಂಧದಲ್ಲಿರುವಂತೆ, ಕರ್ನಾಟಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ-2024ನ್ನು ತಕ್ಷಣದಿಂದ ಜಾರಿಗೆ ತರಲು ಸರ್ಕಾರದ ಮಂಜೂರಾತಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯಪಾಲರ ಆದೇಶಾನುಸಾರ  
ಮತ್ತು ಅವರ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ

M. Jayanthi 22/8/2024  
(ಎಂ.ಜೆ.ಸಿಂತ್)

ಸರ್ಕಾರದ ಅಧೀನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ  
ಕನ್ನಡ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ವಾರ್ತಾ ಇಲಾಖೆ  
(ವಾರ್ತಾ ಶಾಖೆ)

ಇವರಿಗೆ:

22/08/24

1. ಪ್ರಧಾನ ಮಹಾಲೇಖಪಾಲರು (ಜಿ&ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಎ)/(ಇ&ಆರ್‌ಎಸ್‌ಎ)/(ಎ&ಇ), ಬೆಂಗಳೂರು.
2. ಮಾನ್ಯ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿಗಳ/ ಎಲ್ಲಾ ಮಾನ್ಯ ಸಂಪುಟ ದರ್ಜೆ ಸಚಿವರ/ ಮಾನ್ಯ ರಾಜ್ಯ ಸಚಿವರುಗಳ ಆಪ್ತ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು.
3. ಸರ್ಕಾರದ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ, ಬೆಂಗಳೂರು.
4. ಸರ್ಕಾರದ ಎಲ್ಲಾ ಅಪರ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು/ ಪ್ರಧಾನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು/ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು.
5. ನಿವಾಸಿ ಆಯುಕ್ತರು, ಕರ್ನಾಟಕ ಭವನ, ನವದೆಹಲಿ.
6. ಮಾನ್ಯ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿಯವರ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ವಿಧಾನಸೌಧ, ಬೆಂಗಳೂರು.
7. ಎಲ್ಲಾ ಜಿಲ್ಲಾಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ (ವಾರ್ತಾ ಆಯುಕ್ತರ ಮುಖಾಂತರ)
8. ಆಯುಕ್ತರು, ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆ, ಬೆಂಗಳೂರು.
9. ರಾಜ್ಯದ ಎಲ್ಲಾ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ/ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಿಗೆ (ವಾರ್ತಾ ಆಯುಕ್ತರ ಮುಖಾಂತರ).
10. ಸರ್ಕಾರದ ಅಪರ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ, ಕನ್ನಡ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಹಾಗೂ ವಾರ್ತಾ ಇಲಾಖೆ, ವಿಕಾಸಸೌಧ, ಬೆಂಗಳೂರು.
11. ಸರ್ಕಾರದ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ, ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆ, ಇವರ ಆಪ್ತ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ, ವಿಕಾಸಸೌಧ, ಬೆಂಗಳೂರು.
12. ಶಾಖಾ ರಕ್ಷಾ ಕಡತ/ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪ್ರತಿಗಳು.

ಸರ್ಕಾರಿ ಆದೇಶ ಸಂ: ಕೆಸಿಐ-ವಿಪಿಜೆ/25/2024, ಬೆಂಗಳೂರು.

ದಿನಾಂಕ: 22/08/2024ಕ್ಕೆ ಅನುಬಂಧ

## **ಕರ್ನಾಟಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ-2024**

### **1. ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ**

ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯು (DIPR) ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಇಲಾಖೆಗಳ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳ ಕುರಿತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಲು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಬದಲಾಗಿದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲ, ಖಾಸಗಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಟಿವಿ ಹಾಗೂ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಬಳಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗಿಂತ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿಯಾಗಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವುದರಿಂದ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಈಗ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೇ ಸಿಂಹಪಾಲು ಪಡೆಯುತ್ತಿವೆ.

ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುವ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯು ತೀರ್ಮಾನಿಸಿದೆ.

ಈಗಾಗಲೇ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುವ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಜಾಹೀರಾತು ನೀತಿಯು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಭಿನ್ನ ಸ್ವರೂಪ ಹೊಂದಿದೆ.

ಇದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು, ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗಾಗಿ ಹೊಸ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ವಾರ್ತಾ ಇಲಾಖೆಯು ನಿರ್ದರಿಸಿದ್ದು, ಇಲಾಖೆಗಳು, ನಿಗಮಗಳು, ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳು, ಮಂಡಳಿಗಳು, ಸ್ಥಳೀಯಾಡಳಿತಗಳು, ಪುರಸಭೆಗಳು, ನಗರ ಪಾಲಿಕೆಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಯಾವುದೇ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಈ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯ ಮೂಲಕ ಪೂರೈಸಬೇಕು.

**II.** ಈ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯು ಸರ್ಕಾರಿ ಆದೇಶದ ದಿನಾಂಕದಿಂದ ಆರಂಭವಾಗಿ ಮುಂದಿನ 5 ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಗೆ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಮುಂದಿನ ಆದೇಶದವರೆಗೆ ಇದರಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಮೊದಲೋ ಅದರ ಪ್ರಕಾರ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ.

### III. ವಿವರಣೆ

ಈ ದಾಖಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿರುವ ತಾಂತ್ರಿಕ ಪದಗಳ ವಿವರಣೆ ಹೀಗಿದೆ:

- a. **ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕ:** ಮಾಹಿತಿ ವಿನಿಮಯಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಹಾರ್ಡ್‌ವೇರ್, ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುವ ಯಾವುದೇ ವೇದಿಕೆ ಅಥವಾ ಸೇವೆ, ಸರಕು ಪೂರೈಕೆ, ವೆಬ್ ಪೋರ್ಟಲ್, ಸುದ್ದಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ನೀಡುವಂತಹ ವಾಣಿಜ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆ.
- b. **ಆನ್‌ಲೈನ್:** ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುವ ಅಥವಾ ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಯಾವುದೇ ಚಟುವಟಿಕೆ ಅಥವಾ ಸೇವೆ.
- c. **ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು:** ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆಗಳಿಂದ ಅಥವಾ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕಿತ ಡಿಜಿಟಲ್ ಉಪಕರಣಗಳಿಂದ ಪ್ರಸಾರಗೊಂಡ ಯಾವುದೇ ಜಾಹೀರಾತು ವಿಷಯ - ಪದ, ಚಿತ್ರ, ಆಡಿಯೋ, ವೀಡಿಯೋ, ಆಡಿಯೋ-ದೃಶ್ಯ, ಕ್ರಿಯೇಟಿವ್ , ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ.
- d. **ವೀಡಿಯೋ ಪ್ರಸಾರ:** ಹೋಸ್ಟ್ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಅಥವಾ ಉಪಕರಣದಲ್ಲಿ ಡೌನ್ ಲೋಡ್‌ನ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲದೆ ಪ್ರಸಾರಗೊಂಡ ವೀಡಿಯೋ ಅಥವಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಧನದಿಂದ ದೂರದ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ವೀಡಿಯೋ ಫೈಲ್ ನಿಂದ ಡೇಟಾವನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ತಲುಪಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರಸಾರ.
- e. **ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್:** ವೆಬ್ ಸರ್ಚ್ ಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ, ಅಲೋರಿಥಮ್ ಮತ್ತು ಆಳವಾದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೂಲಕ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ಪಠ್ಯ, ಚಿತ್ರಗಳು, ವೀಡಿಯೋ, ಆಡಿಯೋ, ಪೋರ್ಟೋಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಅನುವು ಮಾಡುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ವೇದಿಕೆ.
- f. **ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ:** ವರ್ಚುವಲ್ ಸಮುದಾಯಗಳು ಮತ್ತು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಹಾಗೂ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿಷಯ, ಆಲೋಚನೆ, ಆಸಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಇತರೆ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುವ ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ವೇದಿಕೆಗೆ ಬಳಸುವ ಒಟ್ಟಾರೆಯಾದ ಪದ.
- g. **ಒಟಿಟಿ:** ಓವರ್ ದಿ ಟಾಪ್ ಎಂಬ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ಅಥವಾ ವೀಡಿಯೋ ಆನ್ ಡಿಮ್ಯಾಂಡ್ (VOD) ಮೂಲಕ ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಟಿವಿ/ವೀಡಿಯೋ ವಿಷಯದ ವಿತರಣಾ ವಿಧಾನ.
- h. **ಫಿನ್‌ಟೆಕ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್:** ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು, ಸುಗಮಗೊಳಿಸಲು ಅಥವಾ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ಬಳಸುವ ಯಾವುದೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್.
- i. **ಇನ್-ಆಪ್ (APP) ಜಾಹೀರಾತು:** ಮೊಬೈಲ್ ಆಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶನಗೊಳ್ಳುವ ಪಾವತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಜಾಹೀರಾತು.
- j. **ವೆಬ್‌ಸೈಟ್/ವೆಬ್ ಪೋರ್ಟಲ್/ವೆಬ್ ಆಡ್ ಅಗ್ರಿಗೇಟರ್:** ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ ಬಳಸಲ್ಪಡುವ ಯಾವುದೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆ, ವೆಬ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ಆಪ್.

- k. **ಆಪ್ (APP) ಡೌನ್‌ಲೋಡ್** : ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡುವ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡಿಕೆ.
- l. **ಕಂಟೆಂಟ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್**: ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಮತ್ತು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ, ಸಂಬಂಧಿತ ಮತ್ತು ನಿರಂತರವಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸುವ ಮತ್ತು ವಿತರಿಸುವ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರ.
- m. **ಇನ್‌ಫ್ಲೂಯೆನ್ಸರ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್**: ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಕೆದಾರರ ಮೇಲೆ ಈಗಾಗಲೇ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ.
- n. **ನ್ಯೂಸ್ ಅಗ್ರಿಗೇಟರ್‌ಗಳು**: ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಜನರಿಗೆ ನೀಡುವ ವೇದಿಕೆಗಳು, ಇನ್‌ಶಾರ್ಟ್ ಇತ್ಯಾದಿ.
- o. **ಒಳಬರುವ ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್** : ಒಳಬರುವ ಕರೆಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಟೆಲಿಕಾಲರ್ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಸಹಿತವಾದ ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
- p. **ಹೊರಹೋಗುವ ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್** : ಹೊರಹೋಗುವ ಕರೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಟೆಲಿಕಾಲರ್ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಸಹಿತವಾದ ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
- q. **ಇಂಟರ್‌ಯಾಕ್ಟಿವ್ ವಾಯ್ಸ್ ರೆಸ್ಪಾನ್ಸ್ (IVR)**: ಲೈವ್ ಏಜೆಂಟ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡದೆಯೇ ಕರೆ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಅಥವಾ ಒದಗಿಸಲು ಅಥವಾ ಧ್ವನಿ ಅಥವಾ ಮೆನು ಇನ್‌ಪುಟ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿನಂತಿಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬಲ್ಲ ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತ ದೂರವಾಣಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ.
- r. **ರಿಚ್ (ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ) ಸಂವಹನ ಸೇವೆಗಳು (RCS)**: ಸಂದೇಶ ಕಳುಹಿಸುವಿಕೆ, ಧ್ವನಿ, ವೀಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಫೈಲ್ ವರ್ಗಾವಣೆಗಾಗಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಅಥವಾ 'ರಿಚ್' ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಸಂವಹನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್.
- s. **ಚಾಟ್ ಬಾಟ್**: ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ NLP ಮತ್ತು ಜೆನರೇಟಿವ್ AI ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಬಳಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ.

#### IV. ಅರ್ಹ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು

ಈ ಕೆಳಗೆ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಎಲ್ಲ ಡಿಜಿಟಲ್ ಘಟಕಗಳು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಅರ್ಹವಾಗಿವೆ. ಅರ್ಹತೆ ಪಡೆಯಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಘಟಕಗಳು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸಿರಬೇಕು.

- a. **ವೀಡಿಯೋ ಸ್ಪ್ರೀಮಿಂಗ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು**: ಗೂಗಲ್ (ಯೂಟ್ಯೂಬ್), ಮೆಟಾ (ಫೇಸ್‌ಬುಕ್) ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ, ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಬಿಸಿನೆಸ್, ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಚಾನಲ್) ಮತ್ತಿತರೆ.
- b. **ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳು**: ಗೂಗಲ್, ಬಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಇತರೆ.

- c. **ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು:** ಏಕ್ಸ್ (ಈ ಹಿಂದೆ ಟ್ವಿಟರ್), ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಇನ್ ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ, ಲಿಂಕ್‌ಡ್‌ಇನ್, ವಾಟ್ಸ್‌ಫಾಪ್, ಸ್ವಾಪ್‌ಚಾಟ್, ಟೆಲಿಗ್ರಾಂ ಮತ್ತಿತರೆ.
- d. **ಒಟಿಟಿ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್:** ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್, ಅಮೇಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್, ಡಿಸ್ನಿ ಹಾಟ್‌ಸ್ಟಾರ್ ಸೋನಿಲೈವ್, ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾ, ಜೀ 5, ವೂಟ್, ಸನ್ ನೆಕ್ಸ್ಟ್ ಮತ್ತು ಟಾಕಿಸ್ ಮತ್ತಿತರೆ.
- e. **ಫಿನ್‌ಟೆಕ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್:** ಪೇಟಿಎಂ, ಪೋನ್‌ಪೇ, ಮತ್ತು ಜಿಪೇ ಮತ್ತಿತರೆ.
- f. **ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್:** ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವ ವೀಡಿಯೋ, ಡಿಸ್‌ಪ್ಲೇ ಮತ್ತು ಸರ್ಚ್ ಸೇರಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ವೇದಿಕೆಗಳಡಿ ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡಿಕೆ.
- g. **ಇನ್ ಆಪ್ ಜಾಹೀರಾತು:** ಗೂಗಲ್ ಪ್ಲೇ ಸ್ಟೋರ್ ಅಥವಾ ಆಪಲ್ ಆಪ್ (Apple App) ಸ್ಟೋರ್‌ನಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ 10 ಲಕ್ಷ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಹೊಂದಿರುವ ಯಾವುದೇ ಆಪ್ (App).
- h. **ವೆಬ್ ಪೋರ್ಟಲ್:** ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಯಾವುದೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ಘಟಕ-ವೆಬ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್.
- i. **ನ್ಯೂಸ್ ಅಗ್ರಿಗೇಟರ್:-** ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಜನರಿಗೆ ನೀಡುವ ವೇದಿಕೆಗಳು. ಇನ್‌ಶಾರ್ಟ್ ಇತ್ಯಾದಿ.
- j. **ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್ :** ಒಳಬರುವ ಮತ್ತು ಹೊರಹೋಗುವ ಕರೆಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ / ಮಾಡುವ ಟೆಲಿಕಾಲರ್ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಸಹಿತವಾದ ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
- k. **ಇಂಟೆರಾಕ್ಟಿವ್ ವಾಯ್ಸ್ ರೆಸ್ಪಾನ್ಸ್ (IVR):** ಲೈವ್ ಏಜೆಂಟ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡದೆಯೇ ಕರೆ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಅಥವಾ ಒದಗಿಸಲು ಅಥವಾ ಧ್ವನಿ ಅಥವಾ ಮೆನು ಇನ್‌ಪುಟ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿನಂತಿಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬಲ್ಲ ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತ ದೂರವಾಣಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ.
- l. **ಚಾಟ್ ಬಾಟ್:** ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ NLP ಮತ್ತು ಜಿನೆರೇಟಿವ್ AI ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಬಳಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ.
- m. **ರಿಚ್ (ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ) ಸಂವಹನ ಸೇವೆಗಳು (RCS):** ಸಂದೇಶ ಕಳುಹಿಸುವಿಕೆ, ಧ್ವನಿ, ವೀಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಫೈಲ್ ವರ್ಗಾವಣೆಗಾಗಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಅಥವಾ 'ರಿಚ್' ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಸಂವಹನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್.
- n. **ಇನ್‌ಫ್ಲ್ಯೂಯೆನ್ಸರ್:** ಇನ್‌ಫ್ಲ್ಯೂಯೆನ್ಸರ್‌ಗೆ ಕನಿಷ್ಠ ಒಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದಲ್ಲಿ ಕೆಳಗೆ ನಮೂದಿಸಿರುವಷ್ಟು ಫಾಲೋವರ್‌ಗಳು ಇರಬೇಕು:
- i. ನ್ಯೂನೋ ಇನ್‌ಫ್ಲ್ಯೂಯೆನ್ಸರ್: 1 ಲಕ್ಷದಿಂದ 5 ಲಕ್ಷ ಫಾಲೋವರ್‌ಗಳು
  - ii. ಮೈಕ್ರೋ ಇನ್‌ಫ್ಲ್ಯೂಯೆನ್ಸರ್: 5 ಲಕ್ಷದಿಂದ 10 ಲಕ್ಷ ಫಾಲೋವರ್‌ಗಳು
  - iii. ಮ್ಯಾಕ್ರೋ ಇನ್‌ಫ್ಲ್ಯೂಯೆನ್ಸರ್: 10 ಲಕ್ಷ ಫಾಲೋವರ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

## V. ಅರ್ಹ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಕಾರಗಳು

ಈ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಕಾರಗಳು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಅರ್ಹವಾಗಿವೆ:

- a. **ವೀಡಿಯೋ ಸ್ಪ್ರಿಮಿಂಗ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು:** ದೀರ್ಘ ಮತ್ತು ಕಿರು ವೀಡಿಯೋಗಳು; ಸ್ಕಿಪ್ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಇನ್-ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಕಿಪ್ ಮಾಡಲಾಗದ ಇನ್-ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಇನ್-ಫೀಡ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಬಂಪರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಔಟ್‌ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಮಾಸ್ಟ್‌ಹೆಡ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಫೀಡ್ ಗಳು, ಸ್ಪೋರಿ, ಪೇಜ್ ಪ್ರಚಾರ, ನೇರಪ್ರಸಾರದ ವೀಡಿಯೋಗಳು.
- b. **ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳು:** ರೆಸ್ಪಾನ್ಸಿವ್ ಸರ್ಚ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಡೈನಮಿಕ್ ಸರ್ಚ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಪ್ರದರ್ಶನ ಜಾಹೀರಾತು, ಅಪ್ಪಿಕೇಶನ್ ಪ್ರಚಾರ ಜಾಹೀರಾತು, ವೀಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಥಳೀಯ ಸರ್ಚ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಕಾಲ್ ಓನ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಥಳೀಯ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತು, ಶಾಪಿಂಗ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು.
- c. **ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು:** ದೀರ್ಘ ಮತ್ತು ಕಿರು ವೀಡಿಯೋಗಳು; ಸ್ಕಿಪ್ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಇನ್-ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಕಿಪ್ ಮಾಡಲಾಗದ ಇನ್-ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಇನ್-ಫೀಡ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಬಂಪರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಔಟ್‌ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಮಾಸ್ಟ್‌ಹೆಡ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಫೀಡ್ ಗಳು, ಸ್ಪೋರಿಗಳು, ಪ್ರೊಟೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಪೇಜ್ ಪ್ರೊಮೋಷನ್, ನೇರ ಪ್ರಸಾರದ ವೀಡಿಯೋ, ಪ್ರೊಮೋಟೆಡ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಫಾಲೋವರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಟ್ರೆಂಡ್ ಟೇಕೋವರ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು.
- d. **ಒಟಿಟಿ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು:** ಪ್ರಿ-ರೋಲ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಮಿಡ್-ರೋಲ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಪೋಸ್ಟ್-ರೋಲ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಪಿಕ್ಚರ್ ಇನ್ ಪಿಕ್ಚರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಇಂಟೆರಾಕ್ಟಿವ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಬ್ಯಾನರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಔಟ್-ಸ್ಕ್ರೀಮ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಓವರ್ಲೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು.
- e. **ಫಿನ್‌ಟೆಕ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್:** ಬ್ಯಾನರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಪ್ರದರ್ಶನ ಜಾಹೀರಾತು, ವೀಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಪಾಪ್-ಅಪ್ ಜಾಹೀರಾತು, ರೋಡ್‌ಬ್ಲಾಕ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಪಾಚ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳು, ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಲಿಸ್ಟಿಂಗ್
- f. **ಇನ್-ಆಪ್ (App) ಜಾಹೀರಾತು:** ಬ್ಯಾನರ್, ಪ್ರದರ್ಶನ, ವೀಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಆಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಪಾಟಿಕ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಪಾಪ್-ಅಪ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು.
- g. **ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮ:** ಬ್ಯಾನರ್ ಜಾಹೀರಾತು, ಪ್ರದರ್ಶನ ಜಾಹೀರಾತು, ವೀಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಆಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಪಾಟಿಕ್ ಚಿತ್ರ ಜಾಹೀರಾತು, ಪಾಪ್-ಅಪ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು.
- h. **ಇನ್‌ಫ್ಲ್ಯೂಯೆನ್ಸರ್:** ಸ್ಪರ್ಧೆ ಮತ್ತು ಕೊಡುಗೆಗಳು, ಬ್ರಾಂಡ್ ರಾಯಭಾರಿಗಳು, ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಪೋಸ್ಟ್‌ಗಳು, ಅತಿಥಿ ಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳು, ಅತಿಥಿ ಲೇಖನಗಳು, ಅತಿಥಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ಅತಿಥಿ ಪೋಸ್ಟ್‌ಗಳು, ಅತಿಥಿ ಪ್ಯಾನಲ್, ಕಂಟೆಂಟ್ ಸಹಯೋಗ, ಅತಿಥಿ ಸಂದರ್ಶನ, ಅತಿಥಿ ಪ್ರದರ್ಶನ, ವಿಷಯಾಧಾರಿತ ಅಭಿಯಾನ, ಶೌಟ್‌ಓಟ್ ಅಭಿಯಾನ, ವಿಮರ್ಶೆ, ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಪ್ರಚಾರ, ಟೇಕೋವರ್, ಹ್ಯಾಶ್‌ಟ್ಯಾಗ್ ಅಭಿಯಾನಗಳು.

## VI. ದರ

ಪ್ರತಿ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಕಾರಗಳಿಗೆ DAVP ಯಿಂದ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದಂತೆ ದರಗಳು ಇರಬೇಕು. ದರಗಳು ಬದಲಾವಣೆಗೊಳಗಾಗುವ (Dynamic Pricing) ಸ್ವರೂಪದ್ದಾಗಿದ್ದರೆ, ಡಿ.ಎ.ವಿ.ಪಿ. ದರಗಳನ್ನು ಮೀರದಂತೆ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ದರ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ವಿಧಾನ ಅನುಸರಿಸಬಹುದು.

## VII. ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಏಜೆನ್ಸಿಗೆ ಅರ್ಹತೆ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಂವರ್ಧನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಹಯೋಗ ಹೊಂದಲು ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಬೇಕು. ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಎಂಪ್ಯಾನೆಲ್ ಮಾಡಿದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡತಕ್ಕದ್ದು. ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ:

- ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಆಫ್ ಕಂಪನೀಸ್‌ನಲ್ಲಿ ನೋಂದಣಿಯಾದ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಸಂಘಟಿತ ಘಟಕವಾಗಿರಬೇಕು - ಪ್ರೈವೇಟ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿ, ಪಬ್ಲಿಕ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿ, ಪಾಲುದಾರಿಕೆ, ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಲಯಬಿಲಿಟಿ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ.
- ಎಂಪ್ಯಾನೆಲಿಂಗ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಎರಡು ವರ್ಷವಾಗಿರಬೇಕು.
- ಮಾನ್ಯವಾದ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ನೋಂದಣಿ ಇರಬೇಕು.
- ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರಬೇಕು ಅಥವಾ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಕಚೇರಿ ಇರಬೇಕು.
- ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಇಂಗ್ಲಿಷ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಾವೀಣ್ಯತೆ ಇರಬೇಕು.
- ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದ ಕುರಿತು ಆಳವಾದ ಜ್ಞಾನವಿರಬೇಕು.
- ಸರ್ಕಾರಗಳಿಗೆ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡಲು ಗೂಗಲ್ ಮತ್ತು /ಅಥವಾ ಮೆಟಾ ಅಥವಾ ತತ್ಸಮಾನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೊತೆಗೆ ಮಾನ್ಯವಾದ ಒಪ್ಪಂದ/ಒಡಂಬಡಿಕೆ ಹೊಂದಿರಬೇಕು.
- ತಮ್ಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಗೂಗಲ್ ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಮೆಟಾ ಅಥವಾ ತತ್ಸಮಾನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಅನುಮತಿ ಇರಬೇಕು.
- ರಾಜ್ಯ ಅಥವಾ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಅಥವಾ ಅದರ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳ ಎಲ್ಲ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ವಿಫಲವಾದರೆ ಎಂಪ್ಯಾನೆಲ್‌ಮೆಂಟ್ ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.



## VIII. ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಏಜೆನ್ಸಿಯ ಎಂಪ್ಲಾನ್‌ಮೆಂಟ್

ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ DIPR ನೊಂದಿಗೆ ಎಂಪ್ಲಾನ್‌ಲಿಂಗ್ ಮಾಡಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು:

- ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಆಫ್ ಕಂಪನೀಸ್‌ನಿಂದ ಮಾನ್ಯವಾದ ಸಂಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ.
- ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ ಸಂಖ್ಯೆ.
- ಹಿಂದಿನ ಹಣಕಾಸು ವರ್ಷದ ಲೆಕ್ಕಪರಿಶೋಧಕ ವರದಿ (ವಹಿವಾಟು) ಮತ್ತು ಕಳೆದ 3 ವರ್ಷಗಳ ಐಟಿ ರಿಟರ್ನ್.
- ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡಲು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಘಟಕದ ಜೊತೆಗೆ ಮಾನ್ಯತೆ ಇರುವ ಒಪ್ಪಂದ/ಒಡಂಬಡಿಕೆ.
- DAVP ಜೊತೆಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಘಟಕದ ಮಾನ್ಯತೆ ಇರುವ ಒಪ್ಪಂದ.
- ಈವರೆಗೆ ಮಾಡಿದ ಕಾರ್ಯಗಳ ವಿವರ.

## IX. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಅರ್ಹತೆ

ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡಲು ಎಂಪ್ಲಾನ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗೆ ಅರ್ಹತೆ ಪಡೆಯಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಬೇಕು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಘಟಕವು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ:

- ಭಾರತದ ಸರ್ಕಾರದ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಆಫ್ ಕಂಪನೀಸ್‌ನಲ್ಲಿ ನೋಂದಣಿಯಾದ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಸಂಘಟಿತ ಘಟಕವಾಗಿರಬೇಕು- ಪ್ರೈವೇಟ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿ, ಪಬ್ಲಿಕ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿ, ಪಾಲುದಾರಿಕೆ, ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಲಯಬಿಲಿಟಿ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ.
- ಎಂಪ್ಲಾನ್‌ಲಿಂಗ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಒಂದು ವರ್ಷವಾಗಿರಬೇಕು.
- ಕನಿಷ್ಠ ಒಂದು ವರ್ಷ ಕಾಲ ಯಾವುದೇ ಸಮಯದ ಅಂತರವಿಲ್ಲದೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕಂಟೆಂಟ್ ಪ್ರಕಟಿಸಿರಬೇಕು.
- ಮಾನ್ಯತೆ ಇರುವ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ನೋಂದಣಿ ಇರಬೇಕು.
- ರಾಜ್ಯ ಅಥವಾ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಅಥವಾ ಅದರ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳ ಎಲ್ಲ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ವಿಫಲವಾದರೆ ಎಂಪ್ಲಾನ್‌ಮೆಂಟ್ ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಭಾರತದ ಕಾನೂನನ್ನು ಉಲ್ಲಂಘಿಸುವ ಪದ, ದೃಶ್ಯಗಳು, ಆಡಿಯೋ ಅಥವಾ ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ವಿಷಯವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿರಬಾರದು.

**X. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕದ ಎಂಪ್ಲಾಯೆಮೆಂಟ್**

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕವು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಅರ್ಹತೆ ಪಡೆಯಲು ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಎಂಪ್ಲಾಯೆಮೆಂಟ್ ಮಾಡಬೇಕು. ಎಂಪ್ಲಾಯೆಮೆಂಟ್‌ಗಾಗಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು:

- ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಆಫ್ ಕಂಪನೀಸ್‌ನಿಂದ ಮಾನ್ಯವಾದ ಸಂಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ.
- ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ/ಸಂಖ್ಯೆ.
- ಹಿಂದಿನ ಒಂದು ಹಣಕಾಸು ವರ್ಷದ ಲೆಕ್ಕಪರಿಶೋಧಕ ವರದಿ (ವಹಿವಾಟು) ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳ ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಪಾವತಿ ದಾಖಲೆ.
- ಯಾವುದೇ ಸಮಯದ ಅಂತರವಿಲ್ಲದೆ ಒಂದು ವರ್ಷದವರೆಗೆ ಪ್ರಕಟಣೆ ಮಾಡಿರುವ ದಾಖಲೆಗಳು.
- ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಘಟಕದ ಟ್ರಾಫಿಕ್‌ನ ದಾಖಲೆ.
- ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿರಲು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿರುವ ಅರ್ಹತೆಗಳು.

M. J. J. 22/8/2024

(ಎಂ.ಜಿ.ಸಿಂತ್)

ಸರ್ಕಾರದ ಅಧೀನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ,  
ಕನ್ನಡ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಹಾಗೂ ವಾರ್ತಾ ಇಲಾಖೆ,  
(ವಾರ್ತಾ ಶಾಖೆ)

22/08/24

**Annexure**

**G.O. No. KCI-VPJ-25/2024 dated 22/08/2024**

**KARNATAKA DIGITAL ADVERTISING GUIDELINES -2024**

**I. INTRODUCTION AND NEED FOR DIGITAL ADVERTISING GUIDELINES**

Department of Information and Public Relations (DIPR) has been playing an important role in helping Government of Karnataka and its various departments communicate their policies and schemes to the public through mass media.

The media landscape has, however, changed over the last few years. With increasing penetration of internet, personal computers, smart TVs and smart phones and rise of social media, digital advertising has surpassed the reach of traditional media. Digital advertising has become mainstay of the advertising mix of governments and corporates across the world as it offers far wider and targeted reach than traditional media.

In this backdrop, DIPR plans to make use of digital advertising to reach Government's policies and schemes to the internet-savvy public. The existing traditional media advertising policy of the DIPR is inadequate to handle digital advertising which has completely different set of dynamics compared to traditional mass media.

In view of this, the DIPR is planning to develop a new guidelines document for digital advertising. All digital advertising requirements of departments, corporations, authorities, boards, local governing bodies, town municipalities, city corporations, etc., must be mandatorily executed through the DIPR in accordance with these guidelines.

- II.** The guidelines shall come into effect from the date of a Government Order and be effective for the next 5 years or until further notification, whichever is earlier.

**III. DEFINITIONS**

Following are the definitions of technical terminology used in this document:

- a. **Digital Media Entity:** Any platform such as web portals, news aggregators, web site, etc., that uses hardware, software and internet to enable exchange of information or communication, or delivery of service, goods or commerce.

- b. **Online:** Any activity or service available on or performed uses the internet.
- c. **Digital Advertising:** Any advertising content - text, image, audio, video, audio-visual creative, photographs, etc. - that is disseminated through digital platforms or digital devices connected to internet.
- d. **Video streaming:** A type of media streaming in which the data from a video file is continuously delivered via the Internet to a remote user through a digital device or a digital platform without necessitating downloads on the host computer or device.
- e. **Search engine:** A technology platform that systematically, through algorithms and deep tech, finds online content – text, images, video, audio, photos - that match a web search.
- f. **Social media:** A collective term used for interactive digital technology platforms that facilitate creation and sharing of content, ideas, interests and other forms of expression through virtual communities and networks.
- g. **OTT:** Over the Top is the delivery mechanism for TV/video content on internet, through streaming or video on demand (VOD), ‘over the top’ of traditional network providers.
- h. **Fintech platforms:** Any digital platform used to support, facilitate or enable banking and financial services.
- i. **In-app Advertising:** Display of paid advertisement within a mobile app.
- j. **Websites / Web portals / Web Ads Aggregators:** Any digital platform– web application or mobile app - used by media organisations to disseminate content on internet.
- k. **App Download:** Platforms that can assist in app download campaigns
- l. **Content marketing:** A strategic marketing approach focused on creating and distributing valuable, relevant, and consistent content to attract and retain a clearly defined audience.
- m. **Influencer marketing:** A marketing tool that refers to businesses partnering with individuals with a significant social media presence to market their products and services.
- n. **News aggregators:** Any platform which aggregates news content from various sources such as Inshort, etc.
- o. **Inbound call centre:** A call centre facility with executives meant for receiving inbound telephone calls.
- p. **Outbound call centre:** A call centre facility with executives meant for making outbound calls.

- q. **Interactive voice response (IVR):** An automated telephone system technology that enables callers to receive or provide information, or make requests using voice or menu inputs, without speaking to a live agent.
- r. **Rich Communication Services (RCS):** A communication technology protocol that provides enhanced or 'rich' capabilities for messaging, voice, video and file transfer.
- s. **Chatbots:** A computer programme that simulates conversation with human end users, often using NLP and generative AI to automate responses.

#### IV. ELIGIBLE DIGITAL MEDIA ENTITIES

All digital entities operating in the following space are eligible for digital advertising. All digital entities shall be mandatorily registered with the DIPR to be legible:

- a. **Video streaming platforms:** Google (YouTube), Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, WhatsApp Channel) and such others.
- b. **Search engines:** Google and Bing and such others.
- c. **Social media platforms:** X (formerly Twitter), Facebook, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, Snapchat, Telegram and such others.
- d. **OTT Platforms:** Netflix, Amazon Prime, Disney Hotstar, SonyLiv, Jio Cinema, Zee 5, Voot, Sun NXT and Talkies and such others.
- e. **Fintech Platforms:** Paytm, PhonePe and GPay and such others.
- f. **App Download Platform:** App download campaigns, using various ad formats including video, display and search.
- g. **In-app Advertisement:** Any app which has a minimum of 1 lakh downloads on Google Play store or Apple App store.
- h. **Websites / Web portals / Web Ads Aggregators:** Any Digital Media Entity – web application or mobile application- which disseminates content.
- i. **News aggregators:** Any platform which aggregates news content from various sources.
- j. **Call centres:** Any facility with well-established call centre set up with inbound and outbound capabilities.
- k. **IVRS providers:** Any agency which offers interactive voice response system.
- l. **Chatbots providers:** Any agency which offers chatbots facility with NLS and generative AI engines.

- m. **RCS providers:** Any entity, including telecom service providers, which provides Rich Communication Services.
- n. **Influencers:** The influencer must have the below mentioned follower numbers in at least one established social media platforms
  - i. Nano influencer: 1 lakh to 5 lakh followers
  - ii. Micro influencer: 5 lakh to 10 lakh followers
  - iii. Macro influencer: Above 10 lakh followers

## V. ELIGIBLE ADVERTISEMENT FORMATS

The following ad formats are eligible for digital advertising:

- a. **Video streaming platforms:** Long and short-form videos; skippable in-stream advertisement, non-skippable in-stream advertisement, in-feed advertisement, bumper advertisement, outstream advertisement, masthead advertisement, feeds, stories, page promotions, live videos.
- b. **Search engines:** Responsive search advertisement, dynamic search advertisement, display advertisement, app promotion advertisement, video advertisement, local search advertisement, call only advertisement, local service advertisement, shopping advertisement.
- c. **Social media platforms:** Long and short-form videos; skippable in-stream advertisement, non-skippable in-stream advertisement, in-feed advertisement, bumper advertisement, outstream advertisement, masthead advertisement, feeds, stories, photo advertisement, page promotions, live videos, promoted advertisement, follower advertisement, trend takeover advertisement.
- d. **OTT Platforms:** pre-roll advertisement, mid-roll advertisement, post-roll advertisement, picture in picture advertisement, interactive advertisement, banner advertisement, out-stream advertisement, overlay advertisement.
- e. **Fintech Platforms:** Banner advertisement, display advertisement, video advertisement, pop-up advertisement, roadblock advertisement, scratch cards, sponsored listing
- f. **In-app Advertisement:** Banner, display, video advertisement, audio advertisement, static advertisement, pop-up advertisement.
- g. **Online news media:** Banner advertisement, display advertisement, video advertisement, audio advertisement, static image advertisement, pop-up advertisement.
- h. **Influencers:** Contests and give aways, brand ambassadors, sponsored posts, guest blogs, guest articles, guest analysis, guest posts, guest panels, content

collaborations, guest interviews, guest shows, themed campaigns, shoutout campaigns, reviews, event promotions, takeovers, hashtag campaigns.

## **VI. PRICING / RATE**

Prices shall be as per the rates specified by the DAVP for each individual format/ category. In such cases where the prices are dynamic in nature, independent pricing can be followed on a case-by-case basis on the lines of DAVP rates for the same.

## **VII. ELIGIBILITY FOR DIGITAL ADVERTISING AGENCY**

An agency shall meet the following criteria to be eligible for empanelment for digital advertising with DIPR, Government of Karnataka. An agency shall advertise only on empanelled digital entities. The Agency must:

- a. Be a legally incorporated entity – private limited company, public limited company, partnership, limited liability partnership – with the Registrar of Companies, Government of India.
- b. Be at least two years old at the time of empanelling.
- c. Have a valid GST registration.
- d. Be either incorporated in Karnataka or must have a fully operational office in Karnataka.
- e. Have proficiency in Kannada and English.
- f. Have in-depth understanding of the entire value chain of digital advertising and social media.
- g. Have a valid contract/agreement with Google, Meta or respective Digital Media Entity to carry out digital advertising for governments on their platforms.
- h. Have clearance from Google, Meta or respective Digital Media Entity to run government campaigns on their platforms.
- i. Be compliant with all statutory requirements of state or central governments or its agencies, failing which the empanelment shall be cancelled.

## **VIII. EMPANELLING A DIGITAL ADVERTISING AGENCY**

The following documents must be submitted for empanelling with DIPR, Government of Karnataka, for digital advertising:

- a. Valid incorporation certificate from the Registrar of Companies, Ministry of Corporate Affairs, Government of India.
- b. GST registration certificate/number.
- c. Audited financials of the previous financial year and IT returns for previous 3 financial years.

- d. Valid agreement/contract with the respective Digital Media Entity to carry out digital advertising on their platforms.
- e. Valid agreement of the Digital Media Entity with DAVP.
- f. List of works done till now.

#### **IX. ELIGIBILITY FOR DIGITAL MEDIA ENTITY**

A Digital Media Entity shall meet the following criteria to be eligible for empanelment for digital advertising with DIPR, Government of Karnataka. The Digital Media Entity must:

- a. Be a legally incorporated entity – private limited company, public limited company, partnership, limited liability partnership – with the Registrar of Companies, Government of India.
- b. Be at least one year old at the time of empanelling.
- c. Be continuously publishing content without any break for at least one year.
- d. Have a valid GST registration.
- e. Be compliant with all statutory requirements of state or central governments or its agencies, failing which the empanelment shall be cancelled.
- f. Not be publishing any content – text, visuals, audio or any such - which violates Indian law.

#### **X. EMPANELLING A DIGITAL MEDIA ENTITY**

A Digital Media Entity shall be mandatorily empanelled with the DIPR, Government of Karnataka to be eligible for digital advertising. The following documents must be submitted for empanelling:

- a. Valid incorporation certificate from the Registrar of Companies, Ministry of Corporate Affairs, Government of India.
- b. GST registration certificate/number.
- c. Audited financials of the previous financial year and IT returns for the last 3 years.
- d. Proof of publication for one year without any break.
- e. Proof of traffic to the Digital Media Entity.
- f. Other criteria enlisted for eligibility to Karnataka State Media list.

M. Jacintha  
22/8/2024  
(M.Jacintha)

Under Secretary to Government,  
Kannada, Culture and Information Department,  
(Information Section)

22/08/24