



MIB ISSUES FRESH ADVISORY TO OTT PLATFORMS

The Ministry of Information and Broadcasting (MIB) has issued a renewed advisory to OTT platforms and their self-regulatory bodies, urging “due caution and discretion” while releasing films, series, and documentaries depicting gangsters and criminals.

The notice refers to the earlier 2021 directive advising platforms to avoid content that could harm India’s sovereignty, integrity, security, or public order.

“Publishers of online curated content should take note of the advisory before releasing any film or web series, including biopics and documentaries on gangsters and criminals,” the statement said.

The move signals tighter government oversight of crime-based storytelling, prompting OTT platforms to re-evaluate internal review and compliance processes.

AHA REINVENTS REGIONAL OTT BRANDING

As audiences embrace language-first storytelling, regional OTT platforms are emerging as the new powerhouses of digital entertainment. Aha, a leading Telugu and Tamil streamer, has redefined branded entertainment through its hit reality series Telugu Indian Idol.

Since its 2022 launch, the show has evolved into a cultural phenomenon — delivering 2.5X reach, 2X subscriber growth, and 2.7X increase in watch time. The latest season achieved a full sponsorship sell-out with 14 major brands.

Umesh Kaipenchery, Aha’s Revenue Head, says the success reflects advertisers’ growing trust in regional platforms as emotionally resonant and brand-safe environments.



ओटीटी प्लेटफॉर्म के लिए एमआईबी की नयी एडवाइजरी

सूचना व प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी) ने ओटीटी प्लेटफॉर्म और उनके स्व-नियामक निकायों को नयी एडवाइजरी जारी की है, जिसमें गैंगस्टर्स और अपराधियों को दर्शाने वाली फिल्में, सीरिज और डॉक्यूमेंटरी जारी करते समय ‘उचित सावधानी और विवेक’ बरतने का आग्रह किया गया है।

नोटिस में 2021 के पहले के उस निर्देश का जिक्र है जिसमें प्लेटफॉर्म को ऐसी सामग्री से बचने की सलाह दी गयी थी जो भारत की संप्रभुता, अखंडता, सुरक्षा या सार्वजनिक व्यवस्था को नुकसान पहुंचा सकती है।

बयान में कहा गया है कि ‘ऑनलाइन क्यूरेटेड कंटेंट के प्रकाशकों को गैंगस्टर्स और अपराधियों पर बायोपिक और डॉक्यूमेंट्री सहित किसी भी फिल्म या वेब सीरिज को रिलीज करने से पहले इस सलाह पर ध्यान देना चाहिए।’

यह कदम अपराध आधारित कहानी कहने पर सरकार की कड़ी निगरानी का संकेत देता है, जिससे ओटीटी प्लेटफॉर्म आंतरिक समीक्षा और अनुपालन प्रक्रियाओं का पुनर्मूल्यांकन करने के लिए प्रेरित हो रहे हैं।

क्षेत्रीय ओटीटी ब्रांडिंग को नया रूप दिया अहा ने

जैसे-जैसे दर्शक भाषा-आधारित कहानी कहने को अपना रहे हैं, क्षेत्रीय ओटीटी प्लेटफॉर्म डिजिटल मनोरंजन के नये केंद्र के रूप में उभर रहे हैं। एक प्रमुख तेलुगू और तमिल स्ट्रीमर, अहा ने अपनी हिट रियलिटी सीरिज तेलुगू ‘इंडियन आइडल’ के माध्यम से ब्रांडेड मनोरंजन को नयी परिभाषा दी है।

2022 में अपने लॉन्च के बाद से ही यह शो एक सांस्कृतिक घटना के रूप में विकसित

हुआ है—2.5 गुना पहुंच, 2 गुना सब्सक्राइबर वृद्धि, और देखने के समय में 2.7 गुना वृद्धि। इस सीजन में 14 प्रमुख ब्रांडों के साथ पूरी तरह से स्पॉन्सरशिप विक्रय गयी है।

अहा के राजस्व प्रमुख उमेश काइपेनचरी का कहना है कि यह सफलता विज्ञापनदाताओं के क्षेत्रीय प्लेटफॉर्मों पर बढ़ते विश्वास को दर्शाती है, क्योंकि ये भावनात्मक रूप से अनुकूल और ब्रांड सुरक्षित वातावरण हैं।





NETFLIX Q3 REVENUE RISES 17% TO \$11.5 BILLION

Netflix reported a 17% year-on-year rise in Q3 2025 revenue to \$11.51 billion, driven by strong subscriber additions, price hikes, and ad-tier growth. Net income rose 8% to \$2.5 billion, with operating cash flow hitting \$2.8 billion.

The company highlighted the growing impact of AI on its advertising strategy — from creative generation to ad placement optimization. “By 2026, we’ll be able to test and innovate on dozens of ad formats,” Netflix said.



नेटफ्लिस्क की क्यू3 का राजस्व 17% बढ़कर \$11.5 अरब हुआ

नेटफ्लिस्क ने 2025 की तीसरी तिमाही में साल-दर-साल 17% की वृद्धि के साथ \$11.51 अरब का राजस्व दर्ज किया है, जो ग्राहकों की बढ़ती संख्या, कीमतों में बढ़ोतरी और विज्ञापनस्तर में वृद्धि के कारण संभव हुआ। शुद्ध आय 8% बढ़कर \$ 2.5 अरब हो गयी, जबकि परिचालन नकदी प्रवाह \$2.8 अरब पहुंच गया।

कंपनी ने अपनी विज्ञापन रणनीति पर एआई के बढ़ते प्रभाव पर प्रकाश डाला—रचनात्मक निर्माण से लेकर विज्ञापन प्लेसमेंट अनुकूलन तक। नेटफ्लिस्क ने कहा ‘2026 तक, हम दर्जनों विज्ञापन प्रारूपों का परीक्षण और नवाचार करने में सक्षम होंगे।’

OTT PLATFORMS BET BIG ON ANIMATION

India’s animation and VFX sector, valued at nearly \$1.5 billion and growing at 12–13% annually, is seeing a surge in OTT-driven investments. From homegrown players to global giants, platforms are racing to capture audiences drawn to anime and culturally rich storytelling.

WAVES OTT recently announced an AI-led Mahabharat adaptation, while JioHotstar continues to dominate family and anime content with localized favorites like Doraemon, Pokémon, and The Legend of Hanuman.



एनिमेशन पर बड़ा दांव लगा रहे हैं ओटीटी प्लेटफॉर्म

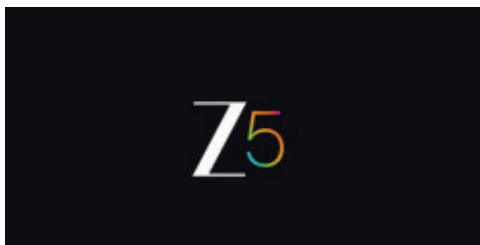
भारत का एनिमेशन और वीएफएक्स क्षेत्र, जिसका मूल्य लगभग 1.5 बिलियन डॉलर है और जो सालाना 12–13% की दर से बढ़ रहा है, ओटीटी संचालित निवेशों में उछाल देख रहा है। घरेलू खिलाड़ियों से लेकर वैश्विक दिग्गजों तक, प्लेटफॉर्म एनिमे और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध कहानी कहने के प्रति आकर्षित दर्शकों को पाने की होड़ में हैं।

वेव्स ओटीटी ने हाल ही में एआई-आधारित महाभारत रूपांतरण की घोषणा की है, जबकि जियोहॉटस्टार डोरेमान, पोकेमॉन और द लीजेंड ऑफ हनुमान जैसे स्थानीय पसंदीदा शो के साथ पारिवारिक और एनीमे कंटेंट पर अपना दबदबा बनाये हुए है।

ZEE5 CROSSES RS 300 CRORE IN Q2 FY26

ZEE5, the OTT arm of Zee Entertainment Enterprises Ltd (ZEEL), has reported record quarterly revenue of over Rs 300 crore in Q2 FY26 - a 32% year-on-year rise. The platform also reduced its EBITDA losses by more than 80% to Rs 31.2 crore.

The company credited the turnaround to its new regional language packs across seven Indian languages and a more balanced cost structure. ■



जी5 ने क्यू2 एफवाई26 में 300 करोड़ रु का आंकड़ा पार किया

जी एंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज लिमिटेड (जेडईईएल) की ओटीटी शाखा जी5 ने वित्तवर्ष 26 की दूसरी तिमाही में 300 करोड़ रुपये से अधिक का रिकॉर्ड तिमाही राजस्व दर्ज किया है—जो पिछले साल की तुलना में 32% की वृद्धि है। प्लेटफॉर्म ने अपने EBITDA घाटे को भी 80% से अधिक घटाकर 31.2 करोड़ रुपये कर दिया।

कंपनी ने इस बदलाव का श्रेय सात भारतीय भाषाओं में अपने नये क्षेत्रीय भाषायी पैक और अधिक संतुलित लागत

संरचना को दिया है। ■