

## VIACOM18 ANNOUNCES CONTENT PLANS

Viacom18's Youth, Music and English Entertainment (YME) cluster, comprising MTV, MTV Beats, Comedy Central, Colors Infinity and Vh1, has been on a steady growth path. The YME cluster has unveiled its content plans for FY 22-23.

The YME unit recently launched the Fully Faltoo NFT platform (<https://www.fullyfalsoonft.com/>) that saw more than 3,000 digital collectibles sold out within a couple of hours. The marketplace is now set to offer another range of diverse digital collectibles from its iconic brands like MTV, Vh1 and Comedy Central.

The brand will also launch its maiden short-form video offering Fully Faltoo, with over a dozen new web shows and fully entertaining snackable content. 'KaanPhod', a brand-new business division will provide emerging musical artistes an opportunity to showcase their talent. Season one of 'Mic Test' on KaanPhod, will introduce 10 promising new artists and their original tracks, which will also be made available for viewers on television (MTV, MTV Beats, and Vh1), social and streaming platforms.

This time adventure reality show, MTV Roadies, will embark upon its first-ever international journey in South Africa with a new host, show elements and palpable surprises. Moreover, MTV Hustle 2.0 will continue the quest for India's next big rap sensation, in the second high-decibel season of the rap reality show. With the unique proposition of 'The Inventor's Challenge', Colors Infinity amps-up its content library and brings to light the journey of an idea from paper to a working prototype of the product created by amateur inventors.

As per Viacom18, the repertoire of brands has witnessed a remarkable growth with 9.8 billion impressions on content across TV, social media and the networks streaming/OTT platform Voot, in the past year. The business unit was also able to draw viewers during non-prime time through exciting sports content. ■

## वायकॉम 18 ने कंटेंट योजनाओं की घोषणा की

वायकॉम 18 का यूथ, म्यूजिक और अंग्रेजी मनोरंजन (वाईएमई) क्लस्टर, जिसमें एमटीवी, एमटीवी वीट्स, कॉमेडी सेंट्रल, कलर्स इन्फिनिटी और वीएच 1 शामिल है, लगातार विकास के पथ पर है। वाईएमई क्लस्टर ने वित्तवर्ष 22-23 के लिए अपनी कंटेंट योजनाओं की घोषणा की है।

वाईएमई इकाई ने हाल ही में पूरी तरह से फल्टू एनएफटी प्लेटफॉर्म (<https://www.fullyfalsoonft.com/>) लॉन्च किया, जिसमें

कुछ ही घंटों में 3000 से अधिक डिजिटल संग्रहणीय वस्तुएँ बिक गयीं। बाजार अब एमटीवी, वीएच 1 और कॉमेडी सेंट्रल जैसे अपने प्रतिष्ठित ब्रांडों से विविध डिजिटल संग्रहणीय वस्तुओं की एक और श्रृंखला पेश करने के लिए तैयार है। ब्रांड एक दर्जन से अधिक नये वेब शो और पूरी तरह से मनोरंजक स्कैनेबल सामग्री के साथ फुली फाल्टू की पेशकश करते हुए अपना पहला शॉर्ट फॉर्म वीडियो भी लॉन्च करेगा। 'कानफोड'



एक नया व्यवसाय प्रभाग है जो उभरते संगीत कलाकारों को अपनी प्रतिभा दिखाने का अवसर प्रदान करेगा। कानफोड पर 'माइक टेस्ट' के पहले सीजन में 10 होनहार नये कलाकार और उनके मूल ट्रैक पेश किये जायेंगे, जिन्हें टेलीविजन (एमटीवी, एमटीवी वीट्स और वीएच1), सोशल और स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म पर दर्शकों के लिए उपलब्ध कराया जायेगा।

इस बार एडवेंचर रियलिटी शो, एमटीवी रोडीज़, दक्षिण अफ्रीका में एक नये होस्ट शो एलिमेंट्स और शानदार सरप्राइज के साथ अपनी पहली अंतरराष्ट्रीय यात्रा शुरू करेगा। इसके अलावा एमटीवी हसल 2.0 रैप रियलिटी शो के दूसरे हाई डेसिबल सिजन में भारत की अगली बड़ी रैप सनसनी की तलाश जारी रखेगा। 'द इवेंट्स चैलेंज' के अनूठे प्रस्ताव के साथ, कलर्स इन्फिनिटी अपनी कंटेंट लाइब्रेरी को बढ़ा रहा है और शौकिया अविष्कारकों द्वारा बनाये गये उत्पाद के एक कार्यशील प्रोटोटाइप के लिए कागज से एक विचार की यात्रा को प्रकाश में लाता है।

वायकॉम 18 के अनुसार पिछले एक साल में टीवी, सोशल मीडिया और नेटवर्क स्ट्रीमिंग/ओटीटी प्लेटफॉर्म वूट पर कंटेंट पर 9.8 बिलियन इंप्रेशन के साथ ब्रांडों के प्रदर्शन में उल्लेखनीय वृद्धि देखी गयी है। व्यावसायिक इकाई रोमांचक खेल सामग्री के माध्यम से गैर प्राइम टाइम के दौरान भी दर्शकों को आकर्षित करने में सक्षम थी। ■