



## REVENUE DECLINES FOR TV CHANNELS

Major broadcasters have seen a decline in ad revenues in the first half of the year due to Covid impact. While the market is slowly recovering, ad decline could be in the range of 20-25 per cent at the end of FY21. The report published by Elara Capital also predicts that Zee Entertainment Enterprises Limited and TV Today Network and TV Today will outperform other broadcasters in terms of ad revenue.

Zeel's growth will be driven by Zee Anmol moving back towards FTA and strong gains in the south based regional genre, as per the report. It further adds that TV Today will have an advantage of the shift in the news genre due to sharp viewership gains compared to other genres, which has tapered off post the unlock.

Hindi and regional GEC will outperform TV ad spends, while other genres like English, music, infotainment etc. will underperform given the continued weakness witnessed in the English entertainment genre and struggle of music, infotainment in attracting ad spends.

The report says that the pricing of GEC genre has seen a sharp recovery and down by merely 25-30 per cent narrowing the gap from 60-65 per cent in April-May. However further recovery for pricing in the GEC genre is expected only after the Indian Premier League (IPL) i.e. November onwards, as the latter has extracted a huge chunk of ad budgets. It also says that the festive uptick coupled with the resumption in GEC ad spends post the IPL season to bode well for the broadcasters, during the first half of the third quarter leading to 15 per cent growth year-on-year.

The report mentions that broadcasters would not be able to close the quarter with the festive gains due to some drop towards December. ■

## टीवी चैनलों की राजस्व में गिरावट

प्रमुख प्रसारकों ने कोविड के प्रभाव के कारण वर्ष की पहली छमाही में विज्ञापन राजस्व में गिरावट देखी है। अब जबकि बाजार धीरे-धीरे ठीक हो रहा है, वित्त वर्ष 21 के अंत में विज्ञापन में गिरावट 20-25 प्रतिशत हो सकती है। एलारा कैपिटल द्वारा प्रकाशित रिपोर्ट भी भविष्यवाणी करती है कि जी इंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज लिमिटेड और टीवी टूडे नेटवर्क व टीवी टूडे विज्ञापन राजस्व के मामले में अन्य प्रसारकों को पीछे छोड़ देगा।

रिपोर्ट के अनुसार जी के विकास में जी अनमोल की भूमिका अहम होगी, जिसे कि वापस एफटीए बनाया गया है और साथ ही दक्षिण भारत के क्षेत्रीय चैनलों से बहुत लाभ होगा। रिपोर्ट आगे बताता है कि टीवी टूडे को अन्य शैलियों की तुलना में तेज दर्शक संख्या के कारण समाचार शैली में बदलाव का फायदा होगा, जिसे कि अनलॉक अवधि के बाद प्राप्त किया गया है।

हिंदी व क्षेत्रीय जीईसी टीवी विज्ञापन खर्च को कम कर देगी, जबकि अंग्रेजी, म्यूजिक व इंफोटेनमेंट आदि जैसे अन्य वर्ग विज्ञापन व्यय का आकर्षित करने में इंफोटेनमेंट, अंग्रेजी मनोरंजन वर्ग व म्यूजिक के संघर्ष में लगातार संघर्ष को महसूस करेंगे।

रिपोर्ट में कहा गया है कि जीईसी शैली के मूल्य निर्धारण में तेज सुधार देखा गया है और यह अप्रैल-मई में 60-65 प्रतिशत के अंतर को कम करते हुए मात्र 25-30 प्रतिशत तक घटा है। हालांकि जीईसी शैली में मूल्य निर्धारण के लिए आगे की वसूली इंडियन प्रीमियर लीग (आईपीएल) के बाद यानि नवंबर के बाद होने की उम्मीद है क्योंकि इसने विज्ञापन बजट का एक बड़ा हिस्सा प्राप्त कर लिया है। यह भी बताया कि आईपीएल सत्र के बाद जीईसी विज्ञापन खर्च में फिर से शुरुआत के साथ त्योहारों में बढ़ा जाता है जो कि वर्ष दर वर्ष 15 प्रतिशत की वृद्धि के साथ तीसरी तिमाही के पहले छमाही के दौरान प्रसारकों के लिए अच्छी तरह झुका हुआ है।

रिपोर्ट में यह भी उल्लेख किया गया है कि प्रसारक दिसंबर तक कुछ गिरावट के कारण त्योहारी बढ़त के साथ तिमाही को बंद नहीं कर पायेंगे। ■



Contact: Mob.: +91-7021850198  
Email: scat.sales@nm-india.com