



ZEE5 PARTNERS WITH APPLAUSE

ZEE5 new partnership with Applause Entertainment aims to show premium offerings with compelling and diverse content

Punit Misra, President - Content & International Markets, ZEE Entertainment Enterprises Ltd, said, "ZEE5's content design principles centre around intimately knowing our viewers and building a bouquet of engaging and entertaining offerings for our multiple consumer cohorts. While Consumer Intimacy is at the heart of our content creation philosophy, our Content Creator Partners are the other crucial pillar in our approach. We are excited about our partnership with one of the leading content creators of our country – Sameer Nair & Applause Entertainment. With our shared belief in consumer obsession, coupled with their unique content creation capabilities, I am confident that we will win the hearts of millions."

Sameer Nair, CEO, Applause Entertainment said, "Over the past 4 years, Applause has created a diverse



अप्लॉज के साथ जी5 की भागीदारी

अप्लॉज एंटरटेनमेंट के साथ जी5 की नयी साझेदारी का उद्देश्य सम्मोहक और विविध सामग्री के साथ प्रीमियम पेशकश को प्रस्तुत करना है।

जी एंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज लिमिटेड के कंटेंट व इंटरनेशनल मार्केट के प्रधान पुनीत गोयनका ने कहा कि 'जी5 के कंटेंट डिजाइन सिद्धांत हमारे दर्शकों को गहराई से जानने और हमारे कई उपभोक्ता

समूहों के लिए आकर्षक और मनोरंजक पेशकशों का एक बुके बनाने के आसपास केंद्रित है। जबकि उपभोक्ता अंतरंगता हमारे सामग्री निर्माण दर्शन के केंद्र में है, हमारे सामग्री निर्माता भागीदारी हमारे दृष्टिकोण में अन्य

महत्वपूर्ण स्तंभ है। हम अपने देश के प्रमुख कंटेंट क्रिएटर्स में से एक समीर नायर एंड अप्लॉज एंटरटेनमेंट के साथ अपनी साझेदारी को लेकर उत्साहित हैं। उपभोक्ता जुनून में हमारे साझा विश्वास के साथ उनकी अनूठी सामग्री निर्माण क्षमताओं के साथ मुझे विश्वास है कि हम लाखों लोगों का दिल जीतेंगे।'

अप्लॉज एंटरटेनमेंट के सीईओ समीर नायर ने कहा 'पिछले चार वर्षों में अप्लॉज ने विविध प्रकार की सामग्री तैयार की है और शैलियों, भाषाओं और भौगोलिक क्षेत्रों में कहानियों की खोज की

INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



- ❖ In-depth & Unbiased Market Information
- ❖ Technology Breakthroughs
- ❖ Reaches More Than 40,000 Personnel Across The Satellite & Cable TV Industry every month

... You Know What You Are Doing
But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW!

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



slate of content and explored stories across genres, languages and geographies. We are thrilled that our first outing with ZEE5 is with Kaun Banegi Shikarwati, a light-hearted, heart-warming dramedy that is both quirky and delightful, and boasts a stellar cast of actors. We look forward to a long and fruitful partnership with ZEE5 and help contribute in a small way to their global ambition.”

NETFLIX WOOS SUBSCRIBERS

Netflix is wooing subscribers by dropping its rates and all subscribers will get access to all of Netflix, from all around the world, uninterrupted and without ads, at new, lower prices, the global OTT platform announced.

The subscription for mobile devices will cost Rs 149 per month, down 25% from the existing Rs 199. There is a 60% reduction in the basic plan which will cost Rs 199 per month instead of Rs 499.

The standard subscription, which was earlier costing Rs 649, will now be available at Rs 499. The premium subscription will cost Rs 649 starting today. Earlier, it was available at Rs 799.

“As Indians, we love great entertainment. Whatever your mood, tastes or plan, Netflix is now even more accessible. Whether you choose Aranyak on Friday, Money Heist on Saturday, Dhamaka and Sooryavanshi on Sunday, you can watch all of Netflix on your mobile for INR 149, and on any device starting at INR 199,” said Monika Shergill, VP-Content, Netflix India.

IN10'S EPIC COLLABORATES WITH YUPPTV

IN10 media network's OTT platform Epic On has announced a collaboration with YuppTV, an aggregator of live TV channels and VOD.

The collaboration with the B2B aggregator has been done to reach a wider set of audience across geographies at ease.

है। हम रोमांचित हैं कि जी5 के साथ हमारा पहला आउटिंग 'कौन बनेगा शिकारवती' के साथ आ रहे हैं, जो कि हल्की फुल्की, दिल छू लेने वाली ड्रामा है, जो विचित्र और आनंदमय दोनों है, और इसमें कलाकारों की एक तारकीय भूमिका है। हम जी 5 के साथ एक लंबी और फलदायी साझेदारी की आशा करते हैं और उनकी वैश्विक महत्वाकांक्षा में एक छोटे से योगदान करने में मदद करते हैं।'

सब्सक्राइबरों को लुभा रहा है नेटफ्लिक्स

नेटफ्लिक्स अपने दरों को कम करके ग्राहकों को आकर्षित कर रहा है और सभी ग्राहकों को दुनियाभर से बिना किसी रूकावट और विज्ञापनों के, नये, कम कीमतों पर वैश्विक ओटीटी प्लेटफॉर्म की घोषणा की गयी, सभी को नेटफ्लिक्स तक पहुंच प्राप्त होगी।

मोबाइल उपकरणों के लिए सदस्यता की कीमत 149 रुपये प्रति माह होगी, जो मौजूदा 199 रुपये से 25% कम है। मूल योजना में 60% की कमी है, जिसकी कीमत 499 रुपये के बजाय 199 रुपये प्रति माह होगी। स्टैंडर्ड सब्सक्रिप्शन, जिसकी कीमत पहले 649 रुपये थी, अब 499 रुपये में उपलब्ध होगी। प्रीमियम सब्सक्रिप्शन की कीमत अब से 649

रुपये होगी, जो कि पहले 799 रुपये में मिलता था।

नेटफ्लिक्स इंडिया के कंटेंट की वीपी मोनिका शेरगिल ने बताया कि 'भारतीयों की तरह हम महान मनोरंजन पसंद करते हैं। आपका मूड, स्वाद या योजना जो भी हो, नेटफ्लिक्स अब और भी अधिक सुलभ है। चाहे आप शुकवार को अरण्यक चुनें, शनिवार को मनी हीस्ट, रविवार को धमाका और सूर्यवंशी, आप अपने मोबाइल पर 149 रुपये में और 199 रुपये से शुरू होने वाले किसी भी डिवाइस पर नेटफ्लिक्स देख सकते हैं।'

इन10 के एपिक ने यूप्टीवी के साथ सहभागिता की

इन10 मीडिया नेटवर्क के ओटीटी प्लेटफॉर्म एपिक ऑन ने लाइव टीवी चैनलों और वीडियो के एक एग्रीगेटर यूप्टीवी के साथ सहयोग की घोषणा की है।

वी2वी एग्रीगेटर के साथ यह गठजोड़ इसलिए किया गया है ताकि सभी भौगोलिक क्षेत्रों में दर्शकों के व्यापक समूह तक आसानी से पहुंचा जा सके।





The partnership will aid the app in expanding its footprint across metros as well as tier two and tier three cities. YuppTV, which offers users a single subscription to all premium OTT apps, enjoys a large distribution network through its partnership with ISPs and broadband companies.

“I’m glad to partner with YuppTV Scope that enjoys an immensely penetrated network in the country. With this partnership we look to provide our content to millions of more viewers who are still untapped from an OTT content perspective,” said Sourjya Mohanty, COO – Epic On.

Uday Reddy, Founder and CEO, YuppTV, said, “OTT consumption has been growing and through this partnership we further look to increase the consumers base for YuppTV Scope. Users will be able to watch top-notch online video streams and enjoy a unique entertainment experience from a single platform.”

OTT SEES SURGE IN VIEWERSHIP

OTT penetration in India is at 27%, with Hotstar being the most preferred choice for viewers, as per the Axis My India, India Consumer Sentiment Index (CSI) survey, which is a monthly analysis of consumer perception on a wide range of issues. Amazon Prime and

यह साझेदारी ऐप को महानगरों के साथ-साथ टियर टू और टियर थ्री शहरों में अपनी मौजूदगी बढ़ाने में मदद करेगी। यूपटीवी, जो उपयोगकर्ताओं को सभी प्रीमियम ऐप्स के लिए एकल स्वक्रीषान प्रदान करता है, आईएसपी और ब्रॉडबैंड कंपनियों के साथ अपनी साझेदारी के माध्यम से एक बड़े वितरण नेटवर्क का आनंद लेता है।

एपिक ऑन के सीओओ सौरज्या मोहंती ने बताया कि ‘मुझे यूपटीवी स्कोप के साथ साझेदारी करने में खुशी हो रही है जिसका देश में अत्यधिक पहुंच वाला नेटवर्क है। इस साझेदारी के साथ हम उन लाखों और दर्शकों को अपनी सामग्री प्रदान करना चाहते हैं जो अभी भी ओटीटी सामग्री के दृष्टिकोण से अप्रयुक्त हैं।’

यूप टीवी के सीईओ और संस्थापक उदय रेड्डी ने बताया कि ‘ओटीटी की खपत बढ़ रही है और इस साझेदारी के माध्यम से हम यूपटीवी स्कोप के लिए उपभोक्ताओं के आधार को और बढ़ाना चाहते हैं। उपभोक्ता वेहतरीन ऑनलाइन वीडियो स्ट्रीम देखने में सक्षम होंगे और एक ही प्लेटफॉर्म से एक अद्वितीय मनोरंजन अनुभव का आनंद ले सकेंगे।’

दर्शकों की संख्या में बढ़ोतरी देख रहा है ओटीटी

एक्सिस माई इंडिया, इंडिया कंज्यूमर सेंटीमेंट इंडेक्स (सीएसआई) सर्वेक्षण के अनुसार भारत में ओटीटी की पहुंच 27% है जिसमें हॉटस्टार दर्शकों के लिए सबसे पसंदीदा विकल्प है, जो कि कई तरह के मुद्दों पर उपभोक्ता धारणा का मासिक विश्लेषण है। ओटीटी



INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



... You Know What You are doing
But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW !

Contact:
Mob.: +91-7021850198
Tel.: +91-22-6216 5313
Email: scat.sales@nm-india.com



Netflix came second and third, respectively, in the list of choices among OTT viewers.

Over 10,552 people were surveyed across India, with the majority 64% coming from rural India, while 36% were from the urban parts of the country. The survey was carried out via computer aided telephonic interviews.

Pradeep Gupta, CMD, Axis My India, said, "With the year coming to an end, we witness consumer's gradual return to normalcy, though a slight drop in net promoter score also demonstrates that the impact of festive spending is slowly tapering. While media consumptions remain standard for majority, our CSI Survey has further revealed that consumers, from the north as well as the south, favour vernacular languages when engaging with the digital mediums. This insight opens up opportunities for various local as well as national and international players in terms of where and in which form to place their brand content and advertisements. Moreover, it is interesting to note that despite of a plethora of new age tech firms coming up with IPOs, Indian consumers still prefer to park their confidence in established companies and government owned stocks and shares, providing a contrarian approach to the FOMO investing theory" ■

दर्शकों के बीच विकल्पों की सूची में अमेजन प्राइम और नेटफ्लिक्स क्रमशः दूसरे और तीसरे स्थान पर रहे।

पूरे भारत में 10,552 से अधिक लोगों का सर्वेक्षण किया गया, जिनमें से अधिकांश 64% ग्रामीण भारत से आये, जबकि 36% देश के शहरी भाग से आये थे। सर्वेक्षण कंप्यूटर सहायता प्राप्त टेलीफोनिक साक्षात्कार के माध्यम से किया गया था।

एक्सिस माई इंडिया के सीएमडी, प्रदीप गुप्ता ने कहा 'साल खत्म होने के साथ, हम उपभोक्ता की सामान्य स्थिति में धीरे-धीरे वापसी करते हैं, हालांकि शुद्ध प्रमोटर स्कोर में मामूली गिरावट यह भी दर्शाती है कि उत्सव के खर्च का प्रभाव धीरे-धीरे कम हो रहा है। जबकि मीडिया की खपत बहुमत के लिए मानक बनी हुई है, हमारे सीएसआई सर्वेक्षण ने आगे खुलासा किया है कि उत्तर और साथ ही दक्षिण के उपभोक्ता डिजिटल माध्यमों से जुड़ते समय स्थानीय भाषाओं का पक्ष लेते हैं। यह अंतर्दृष्टि विभिन्न स्थानीय के साथ-साथ राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय खिलाड़ियों के लिए अवसर खोलती है कि वे अपने ब्रॉन्ड

की सामग्री और विज्ञापनों को कहां और किस रूप में रखें। इसके अलावा यह ध्यान रखना दिलचस्प है कि नये युग की तकनीकी फर्मों के आईपीओ के साथ आने के बावजूद, भारतीय उपभोक्ता अभी भी स्थापित कंपनियों और सरकारी स्वामित्व वाले शेयरों और शेयरों में अपना विश्वास जाहिर करना पसंद करते हैं, जो एफओएमओ निवेश सिद्धांत के विपरीत दृष्टिकोण प्रदान करते हैं। ■



INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



You Know What You are doing
But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW!

Contact: Mob.: +91-7021850198 Tel.: +91-22-6216 5313 Email: scat.sales@nm-india.com