



OTT MARKETS SURGING AHEAD

The OTT markets are surging in India. Ormax OTT Audience Report: 2024 states that India has approximately 547.3 million (54.73 crore) OTT users, marking a 13.8% growth from the previous year. The growth is largely driven by the AVOD (Advertisement-Based Video on Demand) segment, which increased by 21%. However, the SVOD (Subscription Video on Demand) segment saw a decline of 2%.

The number of active paid OTT subscriptions has remained stagnant at around 99.6 million, with the average number of subscriptions per user decreasing from 2.8 to 2.5.

PRASAR BHARATI OTT PLATFORM CONTROVERSY

Prasar Bharati has faced criticism for potentially breaching government guidelines by allowing private channels to stream on its OTT platform. Industry experts argue this move may violate the Guidelines for Uplinking and Downlinking of Satellite Television Channels in India, 2022.

Concerns have been raised that this policy might undermine the cable and DTH industries, disrupting established market practices.

Prasar Bharati released a new Content Sourcing Policy, which includes a revenue-sharing model for TV, OTT, and digital networks. Content that fails to generate positive revenue for 180 days may be removed from its OTT platform.

The revenue-sharing model varies, with production houses typically receiving 65-70% of the net revenue after deducting operational costs.

CONCERNS OVER THE DRAFT BROADCASTING BILL

Digital news publishers have expressed concerns that the new Draft Broadcasting Bill could enforce

ओटीटी बाजार में तेजी

भारत में ओटीटी बाजार में तेजी देखी जा रही है। ऑरमैक्स ओटीटी ऑडियंस रिपोर्ट 2024 में कहा गया है कि भारत में लगभग 547.3 मिलियन (54.73 करोड़) ओटीटी उपयोगकर्ता हैं जो पिछले वर्ष की तुलना में 13.8% वृद्धि दर्शाता है। यह वृद्धि मुख्य रूप से एवीओडी (विज्ञापन आधारित वीडियो ऑन डिमांड) सेगमेंट द्वारा संचालित है, जिसमें 21% की वृद्धि हुई है। हालांकि, एसवीओडी (सब्सक्रिप्शन वीडियो ऑन डिमांड) सेमेंट में 2% की गिरावट देखी गयी है।

सक्रिय पेड ओटीटी सदस्यता की संख्या लगभग 99.6 मिलियन पर स्थिर बनी हुई है, जबकि प्रति उपयोगकर्ता सदस्यता की औसत संख्या 2.8 से घटकर 2.5 रह गयी है।

प्रसार भारती ओटीटी प्लेटफॉर्म विवाद

प्रसार भारती को अपने ओटीटी प्लेटफॉर्म पर निजी चैनलों को स्ट्रीम करने की अनुमति देकर सरकारी दिशा निर्देशों का उल्लंघन करने के लिए आलोचना का सामना करना पर रहा है। उद्योग विशेषज्ञों का तर्क है कि यह कदम भारत में सैटेलाइट टेलीविजन चैनलों की अपलिंकिंग और डाउनलिंकिंग के लिए दिशा-निर्देश 2022 का उल्लंघन कर सकता है।

इस बात पर चिंता जतायी गयी है कि यह नीति केवल और डीटीएच उद्योगों को कमजोर कर सकती है, जिससे स्थापित बाजार प्रथाओं में बाधा उत्पन्न हो सकती है। प्रसार भारती ने एक नयी कंटेंट सोर्सिंग नीति जारी की है, जिसमें टीवी, ओटीटी और डिजिटल नेटवर्क के लिए राजस्व साझाकरण मॉडल शामिल है। 180 दिनों तक सकारात्मक राजस्व उत्पन्न करने में विफल रहने वाली सामग्री को उसके

ओटीटी प्लेटफॉर्म से हाटाया जा सकता है।

राजस्व साझाकरण मॉडल अलग-अलग होता है, जिसमें उत्पादन घरों को आमतौर पर परिचालन लागत में कटौती के बाद शुद्ध राजस्व का 65-70% प्राप्त होता है।

ड्राफ्ट प्रसारण बिल पर चिंतायें

डिजिटल समाचार प्रसारकों ने चिंता व्यक्त की है कि नया ड्राफ्ट प्रसारण बिल कंटेंट क्रिएटर्स पर अतिरिक्त अनुपालन बोझ डालकर संसंरशीप लागू कर सकता है।





copyright by placing additional compliance burdens on content creators.

Media figures and legal experts are calling for more transparency, arguing that the Bill could threaten the freedom of speech and create unnecessary government control over digital content.

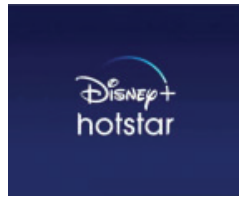


मीडिया के लोगों और कानूनी विशेषज्ञ अधिक पारदर्शिता की मांग कर रहे हैं, उनका तर्क है कि यह विधेयक अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को खतरे में डाल सकता है और डिजिटल सामग्री पर अनावश्यक सरकारी नियंत्रण पैदा कर सकता है।

DISNEY+ HOTSTAR'S PARTNERSHIP WITH PUBMATIC

Disney+ Hotstar has partnered with PubMatic to enhance programmatic monetization of its content, enabling advertisers to reach a broad audience through various buying channels.

This collaboration aims to maximize revenue while ensuring a premium viewing experience for users and effective results for advertisers.



डिज्नी प्लस हॉटस्टार की पबमैटिक के साथ साझेदारी

डिज्नी प्लस हॉटस्टार ने अपने कंटेंट के प्रोग्रामेटिक मुद्रीकरण को बढ़ाने के लिए पबमैटिक के साथ साझेदारी की है जिससे विज्ञापनदाताओं को विभिन्न खरीद चैनलों के माध्यम से व्यापक दर्शकों तक पहुंचने में मदद मिलेगी। इस सहयोग का उद्देश्य उपयोगकर्ताओं के लिए उत्कृष्ट दृश्य अनुभव और विज्ञापनदाताओं के लिए प्रभावी परिणाम सुनिश्चित करते हुए राजस्व को अधिकतम

करना है।

BANIJAY INVESTS IN REALITY SERIES

Banjay Asia plans to invest \$50 million (over Rs 400 crore) in a "first-of-its-kind" reality series tentatively titled 'Race to Space', making it India's most expensive television show.

The investment will cover the licensing fee to the US-based Space Exploration and Research Agency (SERA) as well as production and talent costs, they added. Industry watchers said 'Bigg Boss Hindi', hosted by Bollywood star Salman Khan, is currently the country's most expensive non-fiction show, with budgets exceeding Rs 150 crore. "Given the scale and scope of the project, this is not just a documentary series or just a reality series - it is a 'space programme'," Banjay Asia CEO Deepak Dhar said.

The series will feature the emotions of shortlisted persons overcoming challenges to become one among the first Indians to travel to space in Blue Origin's New Shepard reusable suborbital rocket. It will be produced in India and at the Huntsville, Alabama, Space Centre. The series is open to all Indian citizens who are interested in participating in the show.



रियालिटी सीरिज में निवेश किया बनिजय ने

बनिजय एशिया अपनी तरह की पहली रियालिटी सीरिज में 50 मिलियन डॉलर (400 करोड़ रुपये से अधिक) निवेश करेगा जिसका नाम रेस टू स्पेस रखा गया है जिससे यह भारत का सबसे महंगा शो बन जायेगा। उन्होंने कहा कि निवेश से अमेरिका स्थित अंतरिक्ष अन्वेषण और अनुसंधान एजेंसी (एसईआरए) को लाइसेंस शुल्क के साथ-साथ उत्पादन और प्रतिभा लगतों को कवर किया जायेगा। उद्योग के जानकारों ने कहा है कि बॉलीवुड स्टार सलमान खान द्वारा होस्ट किया जाने वाला 'बिग बॉस' हिंदी वर्तमान में देश का सबसे महंगा नॉन फिक्शन शो है, जिसका बजट 150 करोड़ रुपये से अधिक है। परियोजना के पैमाने और दायरे को देखते हुए यह केवल एक वृत्तचित्र श्रृंखला या केवल एक वास्तविक श्रृंखला नहीं है—यह एक 'अंतरिक्ष कार्यक्रम' कार्यक्रम है। बंजय एशिया के सीईओ दीपक धर ने यह बात बतायी।

इस श्रृंखला में उन चुनिंदा लोगों की भावनाओं को दिखाया जायेगा जो ब्लू ओरिजिन के न्यू शेपर्ड रीयूजेबल सबऑर्बिटल रॉकेट में अंतरिक्ष यात्रा करने वाले पहले भारतीयों में से एक बनने के लिए चुनौतियों का सामना कर रहे हैं। इसका निर्माण भारत में और हंट्सविले, अलाबामा स्पेस सेंटर में किया जायेगा। यह श्रृंखला उन सभी भारतीय नागरिकों के लिए खुली है जो इस शो में भाग लेने में रुचि रखते हैं।