



VIACOM READIES STREAMING PLANS

Paramount Global and Viacom18 will launch a streaming service in 2023, which will also stream the Indian Premier League (IPL). Paramount+, the D2C platform of Paramount, will launch in India along with the new streaming product.

Reliance Industries, Bodhi Tree, and Paramount-backed Viacom18 had bid Rs 23,758 crore to bag the digital media rights for the Indian subcontinent. It has also bagged international media rights for the cash-rich league for markets like Australia, New Zealand, Singapore, Caribbean, South Africa, Sub-Saharan Africa, the UK, Ireland, and Continental Europe for Rs 595 crore.

Speaking about the global expansion plan for Paramount+, Robert Bakish, Global Chief of Paramount said that the company would focus on balancing long-term market growth with a smart allocation of capital in markets like India. "As exemplified by our deals with Viacom18 and Reliance, with whom we're partnering to bring Paramount+ to India, and with our Sky Showtime partnership with Comcast, which will launch later this year."

WARNER BROS REJIGS STREAMING STRATEGY

Major broadcast channels are rejigging their strategies for steaming and Warner Bros Discovery (WBD) is combining streaming services HBO Max and discovery+, and relaunching it as a combined streaming by 2023.

Jean-Briac Perrette, Chief Executive Officer and President, Global Streaming and Games said, "Currently, we're focused on launching our combined SVOD product with both an ad-light and an ad-free version in many markets. We have also begun to explore options of how best to reach consumers in the free ad-supported streaming space. We currently license our library to others, but we'll assess how best to play in this growing business as the model

स्ट्रीमिंग योजना के साथ तैयार है वायकॉम

पैरामाउंट ग्लोबल और वायकॉम 18, 2023 में एक स्ट्रीमिंग सेवा शुरू करेंगे, जो इंडियन प्रीमियर लीग (आईपीएल) को भी स्ट्रीम करेगी। पैरामाउंट का डी2सी प्लेटफॉर्म पैरामाउंट प्लस नये स्ट्रीमिंग उत्पाद के साथ भारत में लॉन्च होगा।

रिलायंस इंडस्ट्रीज, बोधि ट्री और पैरामाउंट समर्थित वायकॉम 18 ने भारतीय उपमहाद्वीप के लिए डिजिटल मीडिया अधिकार हासिल करने के लिए 23.758 करोड़ रुपये की बोली लगायी थी। इसने ऑस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड, सिंगापुर, कैरिबियन, दक्षिण अफ्रीका, उप-सहारा अफ्रीका, यूके, आयरलैंड और कॉन्टिनेंटल यूरोप जैसे बाजारों के लिए 595 करोड़ रुपये में कैश रिच लीग के लिए अंतरराष्ट्रीय

मीडिया अधिकार प्राप्त किये हैं।

पैरामाउंट प्लस के लिए वैश्विक विस्तार योजना के बारे में बोलते हुए पैरामाउंट के ग्लोबल चीफ रॉबर्ट बकिश ने कहा कि कंपनी भारत जैसे बाजारों में पूंजी के स्मार्ट आवंटन के साथ दीर्घकालिक बाजार विकास को संतुलित करने पर ध्यान केंद्रित करेगा। "जैसाकि वायकॉम 18 और रिलायंस के साथ हमारे सौदों से स्पष्ट है कि जिनके साथ हम पैरामाउंट प्लस को भारत में लाने के लिए साझेदारी कर रहे हैं और कॉमकास्ट के साथ हमारी स्काई शोटाइम साझेदारी के साथ, जो इस साल के अंत में लॉन्च होगी।"

स्ट्रीमिंग रणनीति में बदलाव किया वार्नर ब्रदर्स ने

प्रमुख प्रसारण चैनल स्ट्रीमिंग के लिए अपनी रणनीतियों में बदलाव कर रहे हैं और वार्नर ब्रदर्स डिस्कवरी (डब्ल्यूबीडी) स्ट्रीमिंग सेवाओं एचबीओ मैक्स और डिस्कवरी प्लस को मिल रहा है और इसे 2023 तक

एक संयुक्त स्ट्रीमिंग के रूप में फिर से लॉन्च कर रहा है।

ग्लोबल स्ट्रीमिंग एंड गेम्स के मुख्य कार्यकारी अधिकारी और अध्यक्ष ज्यां ब्रिएक पेरटे ने बताया कि 'वर्तमान में,

हम कई बाजारों में विज्ञापन प्रकाश और विज्ञापन मुक्त संस्करण दोनों के साथ अपने संयुक्त एसवीओडी उत्पाद को लॉन्च करने पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं। हमने मुफ्त

विज्ञापन समर्थित स्ट्रीमिंग स्पेस में उपभोक्ताओं तक सर्वोत्तम तरीके से पहुंचाने के विकल्पों का पता लगाना भी शुरू कर दिया है। उन्होंने बताया कि 'वर्तमान में हम अपनी लाइब्रेरी को दूसरों के लिए लाइसेंस देते हैं, लेकिन हम इस बात का आकलन करेंगे कि इस बढ़ते व्यवसाय



WARNER BROS.
DISCOVERY



evolves from free-to-air linear to free-to-view streaming," he stated.

HBO Max and Discovery+ have a combined base of 92 million subscribers, which is an increase of 1.7 million over the first quarter.

DISNEY TO REVISE STREAMING PLANS

Disney to review its streaming strategies. Disney will review subscriber visibility in India. Disney has announced a revised lower figure of its subscriber base from its streaming service in India Disney+ Hotstar owing to its decision of not going forward with airing the Indian Premier League (IPL) on digital and lack of clarity on the ICC and BCCI media rights renewal.

Christine McCarthy, Senior Executive Vice-President and Chief Financial Officer, stated that the company is updating guidance for Disney+ Hotstar to 80 million subscribers by the end of fiscal 2024.

McCarthy also spoke about the way forward without having IPL in sight "We are, however, updating subscriber guidance for Disney+ Hotstar to up to 80 million subscribers by the end of fiscal 2024. We intend to refine this target over time as subscriber visibility in India will be clearer once the ICC and BCCI cricket rights sales processes are completed. As you may know, we recently made the disciplined decision to not proceed with the Indian Premier League digital rights, and we'll evaluate these rights with that same discipline. As we sit here today, we remain confident that Disney+ will achieve profitability in fiscal 2024 and look forward to several upcoming catalysts, including reaching a steady state of tent pole original content releases, delivery of premium general entertainment and international local originals."

Bob Chapek -- Chief Executive Officer said, "We also secured exclusive TV rights for the upcoming 2023 to 2027 IPL season following a competitive process where we made disciplined bids with a focus on long-term value. We are excited to continue offering IPL to our linear customers in India where growth potential exists for our portfolio of more than 70 channels that reaches 90% of pay cable and satellite TV homes in the region." ■

में कैसे खेलना है क्योंकि मॉडल फ्री-टू-एयर लीनियर से फ्री-टू-व्यू स्ट्रीमिंग में विकसित होता है।'

एचबीओ मैक्स और डिस्कवरी प्लस के पास 92 मिलियन ग्राहकों का संयुक्त आधार है जो पहली तिमाही में 1.7 मिलियन की वृद्धि है।

स्ट्रीमिंग योजनाओं को संशोधित करेगा डिज्नी

डिज्नी अपनी स्ट्रीमिंग रणनीतियों की समीक्षा करेगा। डिज्नी भारत में ग्राहकों की दृश्यता की समीक्षा करेगा। डिज्नी ने इंडियन प्रीमियर लीग (आईपीएल) को डिजिटल पर प्रसारित नहीं करने और आईसीसी व वीसीसीआई मीडिया अधिकारों के नवीकरण पर स्पष्टता की कमी के अपने फैसले के कारण डिज्नी प्लस हॉटस्टार में अपनी स्ट्रीमिंग सेवा से अपने ग्राहक आधार के संशोधित आंकड़े की घोषणा की है।

वरिष्ठ कार्यकारी उपाध्यक्ष और मुख्य वित्तीय अधिकारी क्रिस्टीन मैकार्थी ने कहा कि कंपनी वित्तीय वर्ष 2024 के अंत तक डिज्नी प्लस हॉटस्टार के लिए 80 मिलियन ग्राहकों के लिए मार्गदर्शन अपडेट कर रही है।

मैकार्थी ने आईपीएल को देखे बिना आगे के रास्ते के बारे में भी बात की, 'हालांकि हम वित्तीय वर्ष 2024 के अंत तक डिज्नी प्लस हॉटस्टार के लिए ग्राहक मार्गदर्शन को

80 मिलियन तक अपडेट कर रहे हैं। हम समय के साथ इस लक्ष्य को परिष्कृत करने का इरादा रखते हैं क्योंकि आईसीसी और वीसीसीआई क्रिकेट अधिकारों की विक्री प्रक्रिया पूरी होने के बाद भारत में ग्राहक दृश्यता स्पष्ट हो जायेगी। जैसाकि आप जानते हैं कि हमने हाल ही में इंडियन प्रीमियर लीग के डिजिटल अधिकारों के साथ आगे नहीं बढ़ने का अनुशासित निर्णय लिया है और हम उसी अनुशासन के साथ इन अधिकारों का मूल्यांकन करेंगे। जैसाकि हम आज यहां बैठे हैं, हमें विश्वास है कि डिज्नी प्लस वित्तीय वर्ष 2024 में लाभप्रदता हासिल करेगा और आगामी कई उत्प्रेरकों के लिए तत्पर है जिसमें टेंट पोल मूल सामग्री रिलीज की एक स्थिर स्थिति तक पहुंचना, प्रीमियम सामान्य मनोरंजन और अंतरराष्ट्रीय स्थानीय मूल की डिलीवरी शामिल है।'

बॉब चापेक-मुख्य कार्यकारी अधिकारी ने कहा 'हमने एक प्रतिस्पर्धी प्रक्रिया के बाद आगामी 2023 से 2027 आईपीएल सीजन के लिए विशेष टीवी अधिकार भी हासिल किये, जहां हमें लंबी अवधि के मूल्य पर ध्यान देने के साथ अनुशासित बोलियां लगायीं। हम भारत में अपने लीनियर ग्राहकों को आईपीएल की पेशकश जारी रखने के लिए उत्साहित हैं, जहां 70 से अधिक चैनलों के लिए हमारे पोर्टफोलियो के लिए विकास क्षमता मौजूद है जो इस क्षेत्र में पे केबल और सैटेलाइट टीवी घरों के 90% तक पहुंचता है। ■

