DD FREE DISH MPEG-4 AUCTION ATTRACTS 26 CHANNEL BIDS

Regional, Devotional Broadcasters Double Down on Free-to-Air Strategy

As cord-cutting and content fragmentation reshape the Indian television landscape, Prasar Bharati's DD Free Dish platform has reinforced its position as a critical access point for regional and cost-sensitive broadcasters. The public service broadcaster recently concluded its 7th annual (86th overall) MPEG-4 e-auction, awarding 26 slots to a diverse mix of devotional, entertainment, and regional news channels—indicating a sustained market appetite for free-to-air (FTA) distribution in rural and semi-urban India.

MARKET CONTEXT AND ANALYSIS

With over 50 million active households, DD Free Dish remains India's largest free DTH platform. Amid rising cable and pay-TV costs, the FTA model has grown in relevance—especially in Tier 2–4 cities and rural areas, which comprise the bulk of India's 210 million TV households. According to BARC data, FTA viewership has been rising steadily, contributing to increased advertiser interest in rural reach and lower-income segments.

डीडी फ्रीडिश एमपीईजी-4 नीलामी में 26 चैनलों के लिए बोलियां लगी

क्षेत्रीय, भक्ति प्रसारकों ने फ्री-टू-एयर रणनीति पर दोगुना जोर दिया

कॉर्ड किंटिंग और कंटेंट विखंडन ने भारतीय टेलीविजन परिटृश्य को नया आकार दिया है, प्रसार भारती के डीडी फ्री डिश प्लेटफॉर्म ने क्षेत्रीय और लागत संवेदनशील प्रसारकों के लिए एक महत्वपूर्ण पहुंच बिंदु के रूप में अपनी स्थित को और मजबूत किया है। सार्वजनिक सेवा प्रसारक ने हाल ही में अपनी 7वीं वार्षिक (कुल मिलाकर 86वीं) एमपीई जी-4 नीलामी पूरी की, जिसमें भिक्त, मनोरंजन और क्षेत्रीय समाचार चैनलों के विविध मिश्रण के 26 स्लॉट दिये गये-जो ग्रामीण व अर्द्ध-शहरी भारत में फ्री-टू-एयर वितरण के लिए निरंतर बाजार भूख को दर्शाता है।

बाजार संदर्भ और विश्लेषण

50 मिलियन से अधिक सिक्रय घरों के साथ, डीडी फ्री डिश भारत का सबसे बड़ा मुफ्त डीटीएच प्लेटफॉर्म बना हुआ है। केबल और पे टीवी की बढ़ती लागत के बीच एफटीए मॉडल की प्रासंगिकता बढ़ी है-खासकार टियर 2-4 शहरों और ग्रामीण क्षेत्रों में, जहां भारत कए 210 मिलियन टीवी घरों का बड़ा हिस्सा शामिल है। बीएआरसी डेटा के अनुसार, एफटीए दर्शकों की संख्या लगातार बढ़ रही है, जिससे ग्रामीण पहुंच और निम्न आय वाले क्षेत्रों में विज्ञापनदाताओं की रूचि बढ़ी है।



31 SATELLITE & CABLE TV MAY 2025

MARKET REPORT

The auction's 26 winning channels reflect the evolving strategies of broadcasters:

- Devotional dominance: Aastha Group alone placed four successful bids (Aastha Telugu, Bhajan, Kannada, Gujarati), highlighting the genre's pull among rural and elderly audiences.
- ♦ Regional reach: Channels like Jai Maharashtra, TV9 Gujarati, Rengoni (Assamese), and Zee 24 Kalak continue to leverage DD Free Dish to tap into regional advertising and local language demand.
- ♦ News and youth programming: Channels such as Bharat 24 Vision of New India, Bansal News, MH
 - ONE NEWS, and Raapchik signal a desire to create presence in highly penetrated yet under-monetised rural news and youth segments.

While MPEG-2 slots on DD Free Dish are considered premium (with higher reach and visibility), MPEG-4 offers a more cost-effective entry point—ideal for new entrants or niche broadcasters. MPEG-4-compatible set-top boxes are growing, though MPEG-2 still dominates. However,

MPEG-4 offers higher compression efficiency, enabling broadcasters to deliver better picture quality and use fewer bandwidth resources.

ECONOMICS OF SCALE FOR SMALLER PLAYERS

With carriage costs for private DTH operators ranging between Rs. 3–5 crore annually, smaller channels often struggle to maintain distribution. DD Free Dish's relatively lower auction fees and national reach offer an economical solution to stay on air, sustain viewership, and attract advertisers.

Industry analysts suggest that DD Free Dish could evolve into a hybrid model—combining linear TV and digital distribution—especially with India's smart TV penetration surpassing 45 million households and increasing convergence of broadcast and broadband.

The strong participation in the MPEG-4 auction demonstrates that the FTA segment—often overlooked amid the glamor of OTT—is not only surviving but adapting. For broadcasters, especially regional and niche players, DD Free Dish remains a strategic vehicle for mass reach and sustained engagement, especially as digital fatigue, pricing pressures, and platform saturation affect urban pay-TV and streaming models.

नीलामी के **26** विजेता चैनल प्रसारकों की विकसित होती रणनीतियों को दर्शात हैं:

- ♦ भिक्त प्रधानताः आस्था समूह ने 4 सफल वोलियां लगायी (आस्था तेलुगू, भजन, कन्नड, गुजराती), जो ग्रामीण और वुजुर्ग दर्शकों के वीच इस शैली के आकर्षण को उजागर करता है।
- ♦ क्षेत्रीय पहुंचः जय महाराष्ट्र, टीवी9 गुजराती, रेंगोनी (असिमया) और जी 24 कलाकार जैसे क्षेत्रीय विज्ञापन और स्थानीय भाषा की मांग को पूरा करने के लिए डीडी फ्री डिश का लाभ उठाना जारी रखते हैं ।
- समाचार और युवा कार्यक्रमः भारत 24विजन ऑफ न्यू इंडिया, बंसल न्यूज, एमएच वन न्यूज और रापचिक जैसे चैनल ग्रामीण

समाचार और युव क्षेत्रों में अत्यधिक पैठ वाले लेकिन कम मौद्रिकीकृत क्षेत्रों में उपस्थिति बनाने की इच्छा का संकेत देते हैं।

हालांकि डीडी फ्री डिश पर एमपीईजी-2 स्लॉट प्रीमियम (उच्च पहुंच और दृश्यता के साथ) माने जाते हैं, एमपीईजी 4 अधिक लागत प्रभावी प्रवेश विंदु प्रदान करता है-नये प्रवेशकों या विशिष्ट प्रसारकों के लिए आदर्श।एमपीईजी-4 संगत सेट टॉप वॉक्स वढ़ रहे हैं।हालांकि एमपीईजी-2 अभी भी हावी

है। हालांकि एमपीईजी-4 उच्च कंप्रेसन दक्षता प्रदान करता है, जिससे प्रसारकों को वेहतर वीडियो गुणवत्ता प्रदान करने और कम वैंडविड्थ साधनों का उपयोग करने में सक्षम बनाता है।

छोटे खिलडियों के लिए पैमाो का अर्थव्यवस्था

निजी डीटीएच ऑपरेटरों के लिए सालाना 3-5 करोड़ रूपये के बीच लागत के लागत के साथ, छोटे चैनल अक्सर वितरण बनाये रखने के लिए संघर्ष करते हैं।डीडी फ्रीडिश की अपेक्षाकृत कम नीलामी फीस और राष्ट्रीय पहुंच ऑन एयर रहने, दर्शकों की संख्या बनाये रखने और विज्ञापनदाताओं को आकर्षित करने के लिए एक किफायती समाधान प्रदान करता है।

उद्योग विश्लेषकों का सुझाव है कि डीडी फ्री डिश एक हाइबिड मॉडल में विकसित हो सकता है-लीनियर टीवी और डिजिटल वितरण को मिलाकर-खासकर भारत के स्मार्ट टीवी की पहुंच 45 मिलियन घरों को पार करने और प्रसारण और ब्रॉडबैंड के बढ़ते कन्वर्जन के साथ।

एमपीईजी-4 नीलामी में मजबूत भागेदारी दर्शाती है कि एफटीए सेगमेंट-जिसे अक्सर ओटीटी चकाचौंध के बीच अनदेखा कर दिया जाता है, न केवल जीवित है, बिल्क अनुकूल भी हो रहा है। प्रसारकों, विशेष रूप से क्षेत्रीय और विशिष्ट खिलड़ियों के लिए, डीडी फ्री डिश बड़े पैमाने पर पहुंच और निरंतर जुड़ाव के लिए एक रणनीतिक वाहन बना हुआ है, खासकर जब डिजिटल थकान, मूल्य निर्धारण दवाव और प्लेटफॉर्म संतृप्ति शहरी पे टीवी और स्ट्रीमिंग मॉडल को प्रभावित करती है। ■

32 SATELLITE & CABLE TV MAY 2025