FAQ

Sectorielle

Médias

1. Quelle est la sanction pour non-respect des conditions d'éligibilité?

En cas de non-respect par un titulaire de lettre d'intention (LoI) des conditions d'éligibilité à l'accord d'octroi de l'autorisation ou de ne pas signer l'accord d'octroi de l'autorisation dans le délai prescrit, le dépôt intégral du montant de la soumission sera annulée sans autre préavis, et la lettre d'intention et l'attribution de fréquence, le cas échéant, seront annulées.

2. Qu'est-ce que l'autorisation SACFA et l'attribution des fréquences?

«SACFA» signifie le «Comité consultatif permanent sur l'attribution des fréquences radio» de l'aile de planification et de coordination sans fil du ministère des Communications et des TI, gouvernement de l'Inde. `` Attribution de fréquences " désigne la porteuse de radiofréquence (RF) spécifique avec les paramètres techniques associés tels que la puissance RF, la bande passante, etc. au canal FM particulier attribué par l'aile de planification et de coordination sans fil du Département des télécommunications, du ministère des Communications et des TI. , Gouvernement d'Inde.

3. Quels sont les critères d'éligibilité pour obtenir l'autorisation d'une chaîne de radio FM?

Seules les sociétés enregistrées en vertu de la Company's Act, 1956 sont éligibles pour soumissionner et obtenir l'autorisation pour les chaînes de radio FM. Cependant, les types d'entreprises suivants ne sont pas éligibles: a) Sociétés non constituées en Inde. b) Toute entreprise contrôlée par une personne reconnue coupable d'une infraction de turpitude morale ou de blanchiment d'argent / trafic de drogue, d'activités terroristes ou déclarée insolvable ou déclarée insolvable. c) Une société associée ou contrôlée par une fiducie, une société ou une organisation à but non lucratif. d) Une société contrôlée par ou associée à un organisme religieux. e) Une entreprise contrôlée par ou associée à un organe politique. f) Toute entreprise qui fonctionne comme une agence de publicité, est un associé d'une agence de publicité ou est contrôlée par une agence de publicité ou une personne associée à une agence de publicité. g) Société filiale de tout candidat dans la même ville. h) Société holding de tout candidat dans la même ville. i) Sociétés ayant la même

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.

direction que celle d'un candidat dans la même ville. j) Plus d'une entreprise interconnectée dans la même ville. k) Une société qui n'a pas été autorisée à participer à l'appel d'offres ou sa société holding ou filiale ou une société avec la même direction ou une entreprise interconnectée. l) Les manquants aux conditions de la phase I et de la phase II, qui ont contesté la révocation de leurs lettres d'intention / contrats de licence / garanties bancaires, continuent ainsi d'être empêchés de participer à tout processus d'appel d'offres futur.

4. Quelle est la vue d'ensemble du secteur des médias et du divertissement en Inde et de la performance de ce secteur ces derniers temps?

Le secteur indien des médias et du divertissement est évalué à environ 12 milliards de dollars en 2015 et devrait doubler d'ici 2020. Parmi les différents sous-secteurs, l'un des sous-secteurs à la croissance la plus élevée serait la publicité numérique avec un TCAC de 30%. De plus, l'Inde est connue pour avoir le deuxième plus grand marché télévisuel au monde. La performance du secteur peut être trouvée dans le rapport de réalisation au lien suivant .

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.