

MEDIA BEAT

An occasional column on significant developments in the media world

By Ashok Mansukhani

Advocate Bombay High Court.

Specialist in Multi Media Law and Regulation/
Corporate Law and Regulation and Taxation.



मीडियाबीट

मीडिया की दुनिया में महत्वपूर्ण घटनाओं पर एक सामयिक स्तंभ

लेखक: अशोक मनसुखानी

एडवोकेट बॉम्बे हाई कोर्ट

मल्टी मीडिया कानून और रेग्यूलेशन/कॉर्पोरेट कानून और रेग्यूलेशन और टैक्सेशन के विशेषज्ञ।

WILL LEGACY TV SURVIVE WITH DIGITAL AND FREE DISH ONSLAUGHT

"The war for customer acquisition has deepened with Free Dish penetration and aggressive Jio Free IPL strategy".

A. BATTLE BETWEEN LEGACY TV AND DIGITAL VIEWING HOTS UP

- ◆ The genesis of the fascinating battle for the IPL Cricket viewer to stay with TV (**Disney Star**) or shift to Digital (**Jio Cinema**) lies in the bold decision of BCCI in **2022** to bifurcate the TV and Digital rights.
- ◆ This resulted in Disney Star winning India TV rights with their bid of **Rs 23,575 crores** and Viacom18 bagging digital rights with its winning bid of **Rs 23,758 crore**.
- ◆ **Reliance** which is very well funded and always disrupts the business wherever it operates experimented with what it called "free" viewing of World Cup soccer in 2022. After the football final, Viacom 18 Sports claimed that **32 million** viewers had tuned in to Jio Cinema for the final.
- ◆ Though the signs were clear of a disruptive move by Jio, the industry/advertisers/viewers were



क्या पारंपरिक टीवी डिजिटल और फ्री डिश के हमले से बच पायेगा?

'फ्री डिश पैठ और आक्रामक जियो की फ्री आईपीएल रणनीति के साथ ग्राहक अधिग्रहण के लिए युद्ध गहरा हो गया है।'

ए. पारंपरिक टीवी और डिजिटल व्यूइंग के बीच लड़ाई तेज

- ◆ टीवी (**स्टार-डिज्नी**) के साथ रहने या डिजिटल (**जियो सिनेमा**) में शिफ्ट होने के लिए आईपीएल क्रिकेट दर्शकों के लिए आकर्षक लड़ाई की शुरुआत **2022** में टीवी और डिजिटल अधिकारों को अलग करने के वीसीसीआई के साहसिक निर्णय में निहित है।
- ◆ इसके परिणामस्वरूप डिज्नी स्टार ने **23,575 करोड़ रुपये** की बोली के साथ भारतीय टीवी के लिए अधिकार जीते और वायकॉम **18** ने **23,758 करोड़ रुपये** की बोली के साथ डिजिटल अधिकार हासिल किये।
- ◆ **रिलायंस** जो अच्छी तरह से वित्त पोषित है और **2022** में विश्व कप फुटबॉल देखने को 'मुफ्त' में दिखाने का प्रयोग किया था और इस तरह वह जिस किसी भी क्षेत्र में व्यापार संचालित करता है, हमेशा बाधित करता है। फुटबॉल फाइनल के बाद वायकॉम **18** स्पोर्ट्स ने दावा किया था कि फाइनल के लिए **32 मिलियन** दर्शकों ने जियो सिनेमा देखा।
- ◆ हालांकि जियो के विघटनकारी कदम के संकेत स्पष्ट थे। उद्योग/विज्ञापनदाता/दर्शक तब सो गये जब रिलायंस जियो

caught napping when Reliance Jio announced that the IPL matches would be free on the Jio Cinema app in 4 K.

- ◆ Further, Jio announced that the IPL matches would be streamed in multi-camera with pitch reports, player performance, and heat maps.
- ◆ Jio says IPL matches would be streamed in Bhojpuri, Marathi, English, Hindi, and Telugu, among the 12 languages.
- ◆ The fact that IPL will be available for free on Jio Cinema will drive viewership and impact advertiser choices which are already evident.
- ◆ An expert media analyst **Karan Taurani** of **Elara Capital**, feels this will not help Jio recover its costs.
- ◆ "We believe the Indian Premier League moving away from paid content is a **potential threat** to TV advertising in the medium term. It would be difficult for Viacom 18-Jio Cinema to recover even 50 per cent of its content acquisition cost via the digital route if the content is free, at least in the near term".
- ◆ In a well-thought move, the Reliance MSOs launched further pressure on **Star Disney** by removing Star Sports from the basic pay TV package forcing the customer to either pay a higher monthly subscription fee to the MSO or, if unwilling to do so, to watch the IPL on the Jio Cinema App "free".
- ◆ On the face of it, this appears to be a masterstroke on Jio's part. Still, it raises several contentious issues.



ने घोषणा की कि आईपीएल मैच 4 के में रिलायंस जियो ऐप पर मुफ्त होंगे।

- ◆ इसके अलावा जियो ने घोषणा की कि आईपीएल मैचों को मल्टी कैमरा में पिच रिपोर्ट, खिलाड़ी के प्रदर्शन और हीट मैप के साथ स्ट्रीम किया जायेगा।
- ◆ जियो का कहना था कि आईपीएल मैचों को 12 भाषाओं में से भोजपुरी, मराठी, अंग्रेजी, हिंदी और तेलुगू में स्ट्रीम किया जायेगा।
- ◆ तथ्य यह है कि आईपीएल मैच जियो सिनेमा पर मुफ्त में उपलब्ध होगा, इससे दर्शकों की संख्या बढ़ेगी और विज्ञापनदाताओं की पसंद प्रभावित होगी जो कि पहले से ही स्पष्ट है।
- ◆ **इलारा कैपिटल** के मीडिया विश्लेषक के विशेषज्ञ **करण तौरानी** का मानना है कि इससे जियो को अपनी लागत को वसूल करने में मदद नहीं मिलेगी।
- ◆ हमारा मानना है कि इंडियन प्रीमियर लीग का पेड कंटेंट से दूर जाना मध्यम अवधि में टीवी विज्ञापन के लिए संभावित खतरा है। वायकॉम 18 जियो सिनेमा के लिए डिजिटल रूट के माध्यम से कम से कम निकट भविष्य में अपनी सामग्री अधिग्रहण लागत का 50 प्रतिशत भी वसूल करना मुश्किल होगा, यदि सामग्री मुफ्त होगी तो।
- ◆ एक सुविचारित कदम के रूप में, रिलायंस एमएसओ ने स्टार स्पोर्ट्स को बेसिक पे टीवी पैकेज से हटाकर **स्टार डिज्नी** पर और दबाव डाला जिससे ग्राहक को या तो फिर एमएसओ को अधिक मासिक सदस्यता शुल्क का भुगतान करने के लिए मजबूर किया गया या अगर वे ऐसा नहीं करने को तैयार हैं तो जियो सिनेमा ऐप पर 'मुफ्त' आईपीएल देखें।
- ◆ देखने में यह जियो की ओर से मास्टरस्ट्रोक प्रतीत होता है। फिर भी यह कई विवादास्पद मुद्दों को उठाता है।

COMMENT

Is Jio Cinema really free?

- ◆ *Even though watching will be free, the data consumption to watch the cricket matches will*

टिप्पणी

क्या वाकई में मुफ्त है जियो सिनेमा?

- ◆ भले ही देखना मुफ्त होगा, क्रिकेट मैच देखने के लिए डेटा की

significantly fuel the Jio data plans, and more than make up the subscription charge of Jio Cinema.

Vertical Integration

- ◆ Jio is well positioned to drive down subscriptions and advertisement revenues for IPL on TV because of its vertical integration in broadcast carriage services.
- ◆ Reliance Industries has a majority stake in Den and Hathway and an indirect 28% stake in GTPL Hathway. It also owns many GEC/News and other channels with vast reach.
- ◆ Simultaneous to the shock announcement, Jio-led MSO companies, including Hathway/GTPL/Den, which operates together as a trade body through the All-India Digital Cable Federation, filed a writ in the Kerala High Court against TRAI.
- ◆ It alleged that in the latest tariff amendments known as New Tariff Order:3, the business interests of MSOs/ Cable Operators and Viewers had been ignored, leading to higher cable pay channel prices from early 2023. Not surprisingly, other members like Siticable did not join in the writ. AIDCF failed to get any interim relief. Kerala High Court reserved the judgment in early March 2023.
- ◆ Jio had tried out the free-watching model in World Cup soccer but could not cope with millions of viewers, leaving many viewers unhappy. Even this writer was compelled to catch up with match summaries.

TV Viewing Retains Popularity

- ◆ The thrill of live watching sports is unparalleled, and quite clearly, this will keep many viewers hooked to Star Sports unless Jio Cinema puts its act together.
- ◆ The quality of TV commentary and expert views adds another thrill to watching any sport, more so T-20 cricket. Again, Star Disney has a great commentator and expert panel that adds lustre to viewing. Regional commentaries will be popular.
- ◆ A recent study by Broadband India Forum (BIF) and Consumer Unity Trust Society (CUTS International) surveyed 10,000 TV consumers and

खपत से जियो डेटा प्लान को काफी बढ़ावा मिलेगा, और यह जियो सिनेमा के शुल्क से अधिक होगा।

वर्टिकल एकीकरण

- ◆ टीवी पर आईपीएल के लिए सब्सक्रिप्शन और विज्ञापन राजस्व को कम करने के लिए जियो अच्छी स्थिति में है क्योंकि ब्रॉडकास्ट कैंरेज सेवाओं में इसका वर्टिकल एकीकरण है।
- ◆ रिलायंस उद्योग की डेन और हेथवे में बहुमत हिस्सेदारी है और जीटीपीएल हेथवे में अप्रत्यक्ष रूप से 28% की हिस्सेदारी है। यह कई जीईसी/समाचार और पहुंच वाले अन्य चैनलों का मालिक है।
- ◆ आश्चर्यजनक घोषणा के साथ-साथ, हेथवे/जीटीपीएल/डेन सहित जियो के नेतृत्व वाली एमएसओ कंपनियां, जो अखिल भारतीय डिजिटल केबल फेडरेशन के माध्यम से एक व्यापार निकाय के रूप में एकसाथ काम करती हैं, ने ट्राई के खिलाफ केरल उच्च न्यायालय में एक रिट याचिका दायर की।
- ◆ यह आरोप लगाया गया है कि नवीनतम टैरिफ संशोधनों को न्यू टैरिफ आर्डर: 3 के रूप में जाना जाता है, एमएसओ/केबल ऑपरेटर्स और दर्शकों के व्यावसायिक हितों की अनदेखी की गयी, जिसके कारण 2023 की शुरुआत से केबल पे चैनलों की कीमतें अधिक हो गयी। आश्चर्य नहीं कि सिटी केबल जैसे अन्य सदस्य रिट में शामिल नहीं हुए। एआईडीसीएफ को कई अंतरिम राहत नहीं मिली। केरल उच्च न्यायालय ने मार्च 2023 की शुरुआत में फैसला सुरक्षित रख लिया था।
- ◆ जियो ने विश्व कप फुटबॉल में फ्री वॉचिंग मॉडल की कोशिश की थी, लेकिन लाखों दर्शकों के साथ सामना नहीं कर सका, जिससे कई दर्शक नाखुश थे। यहां तक कि इस लेखक को भी मैच के सारांशों को पकड़ने के लिए मजबूर होना पड़ा।

टीवी देखने की लोकप्रियता बरकरार है

- ◆ खेलों को लाइव देखने का मजा अद्वितीय है और यह स्पष्ट रूप से जब तक जियो सिनेमा सभी कामों को एक साथ नहीं रखेगा, तब तक कई दर्शकों को स्टार स्पोर्ट्स से जोड़कर रखेगा।
- ◆ टीवी कॉमेंट्री और विशेषज्ञ विचारों की गुणवत्ता किसी भी खेल को देखने के लिए एक और रोमांच को जोड़ती है, खासकर टी20 क्रिकेट में। फिर स्टार डिज्नी के पास एक महान टिप्पणीकार और विशेषज्ञ पैनल है जो देखने को और रोचक बनाता है। क्षेत्रीय कॉमेंट्री भी लोकप्रिय होगी।
- ◆ ब्रॉडबैंड इंडिया फोरम (बीआईएफ) और कंज्यूमर यूनिटी ट्रस्ट सोसाइटी (सीयूटीएस इंटरनेशनल) द्वारा हालही में किये गये एक

found that TV is the most preferred mode of video content consumption.

- ◆ About 70% of the consumers surveyed felt that television offers a value-for-money proposition, compared to a mere 27% in the case of digital/OTT platforms and barely 3% in the case of TV apps.
- ◆ Further, another survey by YouGov from 2022 indicated that 83 per cent of audiences prefer consuming sports content on television due to factors such as the ability to watch on a big screen (compared to Smartphones/tablets), superior audio/video quality, fewer number of distractions such as push-notifications on smartphones.
- ◆ Even so, conventional TV sports watching will face intense competition from Jio, meaning more options for viewers but not necessarily more excellent watching of sports events.

Will there be a total migration to Digital Media?

- ◆ Allegations are being hurled at Reliance that offering free sports watching is trying to induce a total migration of consumers from legacy media. The battle between conventional TV and digital has just begun.
- ◆ This writer expects co-existence in the near future though the scenario could change in a couple of years.
- ◆ This is more due to the young demographics of India, with young viewers hooked to streaming and gaming platforms.

अध्ययन में 10,000 टीवी उपभोक्ताओं का सर्वेक्षण किया गया और पाया गया कि टीवी वीडियो सामग्री की खपत का सबसे पसंदीदा तरीका है।

- ◆ सर्वेक्षण में शामिल लगभग 70% उपभोक्ताओं ने महसूस किया कि टेलीविजन पैसे के बदले मूल्य प्रदान करता है, जबकि डिजिटल/ओटीटी प्लेटफॉर्मों के मामले में यह केवल 27% और टीवी ऐप्स के मामले में यह मुश्किल से 3% है।
- ◆ इसके अलावा 2022 में YouGov द्वारा किये गये एक अन्य सर्वेक्षण ने संकेत दिया कि 83% दर्शक टेलीविजन पर खेल सामग्री का उपभोग करना पसंद करते हैं, जैसे कि बड़ी स्क्रीन पर देखने की क्षमता (स्मार्टफोन, टेबलेट्स की तुलना में), बेहतर ऑडियो/वीडियो गुणवत्ता, स्मार्टफोन पर पुश-नोटिफिकेशन जैसे विकर्षणों की कम संख्या।
- ◆ फिर भी पारंपरिक टीवी स्पोर्ट्स देखने को जियो से कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ेगा, जिसका अर्थ दर्शकों के लिए अधिक विकल्प है, लेकिन जरूरी नहीं है कि खेल आयोजनों को देखने के लिए अधिक उत्कृष्ट हो।

क्या डिजिटल मीडिया की ओर संपूर्ण प्रवासन होगा?

- ◆ रिलायंस पर आरोप लगाया जा रहा है कि मुफ्त खेल देखने की पेशकश करके पुराने मीडिया से उपभोक्ताओं के संपूर्ण पलायन को प्रेरित करने की कोशिश हो रही है। पारंपरिक टीवी और डिजिटल के बीच अभी लड़ाई शुरू हुई है।
- ◆ यह लेखक निकट भविष्य में सह-अस्तित्व की उम्मीद करता है, हालांकि कुछ वर्षों में परिदृश्य बदल सकता है।
- ◆ यह भारत के युवा जनसांख्यिकी के कारण है, जहां युवा दर्शक स्ट्रीमिंग और गेमिंग प्लेटफॉर्म से जुड़े हुए हैं।

31st Edition

SCAT2023

SCAT INDIA TRADESHOW - MUMBAI

8 - 10 October, 2023

Jio World Convention Centre, Mumbai

www.scatindiashow.com

NÜRNBERG MESSE

OFFICIAL MEDIA PUBLICATION

SATELLITE
CABLE TV

www.scatmag.com



Contact:
 Mob.: +91-9108208956
 Email: geeta.lalwani@nm-india.com

A1. NEW JIO DATA IPL PLANS WILL INCREASE CABLE CORD CUTTING

- ◆ When Jio announced that **IPL matches** could be seen *free of cost* for the current series on **Jio Cinema**, which started on **March 31 2023**, it was widely seen by analysts as an intensification of its battle with **Disney Star** for customer acquisition with long-term implications for both for the legacy broadcaster and an extraordinary disruption of the advertiser purse.

- ◆ A media report in **DNA** on **March 31 2023**, stated that **Jio Cinema** would allow viewers to select between various camera views using a multi-cam setup for all **74** matches. As the **JioPhone** already supports **Jio Cinema** (as during **World Cup Football**), the users could see **IPL 2023** free of cost. The feed would be available in 12 languages,

- ◆ The battle for the advertiser will become clear only later. Still, some estimates are that with **Jio Cinema** claiming reach of **400 million** with a user base of **100 million** for free streamed IPL, the bulk of advertising may shift to digital, with Jio grabbing about **60% of USD 550 million** as per **Media Partners Asia**. They may end up with **USD 300 to USD 350 million**, while **Disney Star** could end up with **USD 200-220 Million**.

- ◆ What will, however, certainly disrupt the **Cable** and **DTH** market much more is the announcement of new **IPL-related low-priced**, highly attractive data rates by Jio recently.

- ◆ For new subscribers, **Jio** has introduced a baseline plan of only **Rs. 198** a month with extra bundled



ए1. नये जियो डेटा आईपीएल प्लान से केबल कॉर्ड कटिंग बढ़ेगी

- ◆ जब जियो ने घोषणा की कि **31 मार्च 2023** को शुरू हुई **जियो सिनेमा** पर मौजूदा सीरिज के लिए **आईपीएल मैचों** को **मुफ्त में** देखा जा सकता है तो विश्लेषकों द्वारा इसे व्यापक रूप पारंपरिक प्रसारक और विज्ञापनदाताओं के बटुए के असाधारण व्यवधान दोनों के लिए दीर्घकालिन प्रभाव के साथ ग्राहण अधिग्रहण के लिए **डिज्नी स्टार** के साथ अपनी लड़ाई की तीव्रता के रूप में देखा गया था।

- ◆ **31 मार्च 2023** को **डीएनए** में एक मीडिया रिपोर्ट में कहा गया है कि **जियो सिनेमा** दर्शकों को सभी **74** मैचों के लिए मल्टी कैमरा सेटअप का उपयोग करके विभिन्न कैमरा दृश्यों के बीच चयन करने की

अनुमति देगा। जैसाकि **जियो फोन** पहले से ही **जियो सिनेमा (विश्व कप फुटबॉल के दौरान)** का समर्थन करता है, उपयोगकर्ता **आईपीएल 2023** को मुफ्त देख सकते हैं। फीड 12 भाषाओं में उपलब्ध होगी।

- ◆ विज्ञापनदाता के लिए लड़ाई बाद में ही स्पष्ट हो पायेगी। फिर भी, कुछ अनुमान है कि **जियो सिनेमा** मुफ्त स्ट्रीमिंग आईपीएल के लिए **100 मिलियन** के उपयोगकर्ता के आधार के साथ **400 मिलियन** तक पहुंचने का दावा करता है, विज्ञापन का बड़ा हिस्सा डिजिटल में स्थानांतरित हो सकता है, **मीडिया पार्टनर्स एशिया** के अनुसार जियो **550 मिलियन अमेरिकी डॉलर** का लगभग

60% हड़प सकता है। उसे **300-350 मिलियन अमेरिकी डॉलर** प्राप्त होने की उम्मीद है जबकि **डिज्नी स्टार 200-220 मिलियन अमेरिकी डॉलर** प्राप्त हो सकते हैं।

- ◆ हालांकि निश्चित रूप से **केबल** और **डीटीएच बाजार** को और अधिक बाधित करेगा, हालही में जियो द्वारा नयी **आईपीएल से संबंधित कम कीमत**, अत्यधिक आकर्षक डेटा दरों की घोषणा की है।

- ◆ नये ग्राहकों के लिए जियो ने छह ओटीटी ऐप और **400** लाइव टीवी चैनल प्राप्त करने के लिए **100 रुपये** के अतिरिक्त भुगतान के

entertainment benefits for additional payments of **Rs. 100** to get **six OTT apps** and **400 live TV channels**: for **Rs. 200** a month, they will get **14 OTT Apps** and **550 live TV channels**.

- ◆ Once a customer takes the extra bundle, he will also get a free **4K Jio Set Top Box**.

COMMENT

- ◆ *MSOs/LMOs have been struggling to retain their customers due to an increase in the pricing of broadcaster channels due to NTO:3 already being in force from 01.02.2023. Cord cutting is an ugly reality which is not yet acknowledged by MSOs or even DTH Networks.*
- ◆ *Apart from MSOs, the DTH operators will also have to face up to the disruptive data plans of Jio, which ostensibly are meant to increase IPL digital viewing but have long-term plans to make the cable and DTH industry too costly for the mass viewer community.*
- ◆ *While analysts feel that Jio's new IPL data plan will only hurt Airtel DTH and cable, this writer expects Tata Sky also to have to reduce its rates and improve quality of service to retain its vast consumer base.*
- ◆ ***The Cable Industry will have to rise to the occasion and quickly at least adopt a high-speed broadband offering to its vast base. If it does not, the erosion of the viewer base will be rapid.***
- ◆ *Whether it will do so depends on Cable Industry realising the Jio trap and dealing with it unitedly. But it is not only Cable and DTH which will be hurt.*
- ◆ *Legacy Broadcaster Industry, be it **Disney Star/Zee Sony** and others, will also have to face the threats and challenges of vertical integration of Reliance Jio Media Group.*
- ◆ *Will Disney Star, Airtel, and non-Jio MSOs lead a fight back and demand to dismantle vertical integration or is that possibility only a mirage? Time will tell.*
- ◆ *As for TRAI/MIB, this writer does not expect any remedial action in the near future, with the nation getting ready for bitter electoral battles in the States and the Centre in the next 12 months.*

लिए अतिरिक्त बंडल मनोरंजन लाभ के साथ केवल **198 रुपये** प्रति माह का वेसलाइन प्लान पेश किया है: **200 रुपये** महीने में उन्हें **14 ओटीटी ऐप्स** और **550 लाइव टीवी** मिलेंगे।

- ◆ एकवार जब कोई ग्राहक अतिरिक्त बंडल ले लेता है तो उसे एक मुफ्त **4के जियो सेट टॉप बॉक्स** मिलेगा।

टिप्पणी

- ◆ भले एमएसओ/एलएमओ **01.02.2023** से लागू एनटीओ: 3 के कारण प्रसारक चैनलों के मूल्य में वृद्धि के कारण अपने ग्राहकों को बनाये रखने के लिए संघर्ष कर रहे हैं। कॉर्ड कटिंग एक बदनसूरत वास्तविकता है जिसे अभी तक एमएसओ या यहां तक कि डीटीएच ऑपरेटरों द्वारा स्वीकार नहीं किया गया है।
- ◆ एमएसओ के अलावा डीटीएच ऑपरेटरों को भी जियो की विघटनकारी डेटा योजनाओं का सामना करना पड़ेगा, जो स्पष्ट रूप से आईपीएल व्यूइंग को बढ़ाने के लिए है। लेकिन केवल और डीटीएच उद्योग को बड़े पैमाने पर दर्शक समुदाय के लिए महंगा बनाने की दीर्घकालिन योजनायें हैं।
- ◆ हालांकि विश्लेषकों का मानना है कि जियो की नयी आईपीएल डेटा योजना केवल एयरटेल डीटीएच और केवल को नुकसान पहुंचायेगी, इस लेखक को उम्मीद है कि टाटा स्काई को भी अपने विशाल उपभोक्ता आधार को बनाये रखने के लिए अपनी दरों को कम करना पड़ेगा और सेवा की गुणवत्ता में सुधार करना होगा।
- ◆ **केवल उद्योग को इस अवसर का लाभ उठाना होगा और कम से कम अपने विशाल आधार के लिए एक हाई स्पीड ब्रॉडबैंड की पेशकश को अपनाना होगा। यदि ऐसा नहीं होता है तो दर्शकों के आधार में कमी तेजी से होगी।**
- ◆ वह ऐसा करेगा या नहीं यह केवल उद्योग पर निर्भर करता है कि वह जियो के जाल को समझे और उससे एकजुट होकर निपटे। लेकिन केवल केवल और डीटीएच को ही नुकसान नहीं होगा।
- ◆ पारंपरिक प्रसारण उद्योग, चाहे वह **डिज्नी स्टार/सोनी जी** और अन्य हो, को भी रिलायंस जियो मीडिया ग्रुप के वर्टिकल इंटीग्रेशन के खतरों और चुनौतियों का सामना करना पड़ेगा।
- ◆ क्या डिज्नी स्टार, एयरटेल और गैर-जियो एमएसओ लड़ाई का नेतृत्व करेंगे और वर्टिकल एकीकरण को खत्म करने की मांग करेंगे या यह संभावना केवल एक मृगतृष्णा है? समय ही बतायेगा।
- ◆ जहां तक ट्राई/एमआईवी का सवाल है, इस लेखक को निकट भविष्य में कोई सुधारात्मक कार्रवाई की उम्मीद नहीं है, क्योंकि देश अलगे **12** महीनों में राज्यों और केंद्र में कड़वी चुनावी लड़ाई के लिए तैयार हो रहा है।

B. EVER-GROWING THREAT OF FREE DISH TO REPLACE CABLE

- ◆ **Free Dish**, India's only free to air **Direct to Home**, will celebrate 20 years next year. It can be watched with a receiver system consisting of a set-top box, small-size dish antenna, LNBC, RF cable and other accessories costing **Rs. 2000** as a one-time cost.
- ◆ Currently, it shows **161** channels, of which **20** are in **MPEG 4** and the balance in **MPEG 2**. It also offers **48** radio channels.
- ◆ Naturally, **Free Dish** offers all **Doordarshan** channels apart from educational and private TV channels. Currently, the breakup offers **40 Doordarshan** channels, **70 private** TV channels and **51 educational** channels.
- ◆ In the beginning, **Free Dish** was available in cable-dark areas where cable operators were not reaching out to far-out locations, and installing Pay DTH was proving economically unfeasible. Now **Free Dish** has increased its variety of offerings, and today is available everywhere, even in the metros.
- ◆ The auctioning of slots for private TV channels is done through a transparent e-auction process, and slots are allotted on a financial year basis (**April 1 to March 31**).
- ◆ In **2023**, **Prasar Bharati** overhauled the auction process. It offered **65 MPEG** slots leading to a fierce bid for slots by private broadcasters. As per media reports, **Prasar Bharati** mopped up **1070 crores**, a jump of **66%** over the **2022** auction.
- ◆ Almost all broadcasters participated, with the average slot price this year rising to **Rs. 16.50 crores**. The highest price was paid by **News18 India** Hindi news channel for **Rs. 19.85 crores**.
- ◆ Popular news channels like **Republic Hindi**, **Aaj Tak**, **NDTV Hindi**, **Zee News** and **India TV** got the slots. Others include **Dangal**; **Shemaroo**; **Star Gold Thrills**, **Colours Cineplex** and **Sony Wah**, who make up some successful allottees.



बी. केबल का स्थान लेने के लिए फ्री डिश का लगातार बढ़ता खतरा

- ◆ भारत का एकमात्र मुफ्त **डॉयरेक्ट-टू-होम** डीटीएच सेवा 'फ्री डिश' अगले महीने अपनी **20वीं** सालगिरह मनायेगा। इसे एक सेट टॉप बॉक्स, एक छोटे आकार के डिश एंटीना, एलएनबीसी, आरएफ केबल और अन्य सामान से युक्त एक रिसेवर सिस्टम की सहायता से देखा जा सकता है, जिसको स्थापित करने की एकवार की लागत **2000 रुपये** है।
 - ◆ वर्तमान में यह **161** चैनल दिखाता है जिनमें से **20** एमपीईजी-4 में हैं और शेष एमपीईजी-2 में हैं। यह **48** रेडियो चैनल भी प्रदान करता है।
 - ◆ स्वाभाविक रूप से **फ्री डिश** शैक्षिक और निजी चैनलों के अलावा सभी **दूरदर्शन** के चैनलों को निःशुल्क उपलब्ध कराता है। वर्तमान में यह **40 दूरदर्शन** चैनल, **70** निजी टीवी चैनल और **51** शैक्षिक चैनल प्रदान करता है।
 - ◆ शुरुआत में **फ्री डिश** केवल दूरदराज के क्षेत्रों के लिए ही उपलब्ध था जिन सुदूरवर्ती कठिन स्थानों पर केबल का पहुंचना संभव नहीं था और जहां कि पे डीटीएच स्थापित करना आर्थिक रूप से अक्षम साबित हो रहा था। अब **फ्री डिश** ने अपनी पेशकशों की विविधता में वृद्धि की है और आज यह महानगरों में भी हर जगह उपलब्ध है।
- ◆ निजी टीवी चैनलों के लिए स्लॉट की नीलामी एक पारदर्शी ई-नीलामी प्रक्रिया के माध्यम से की जाती है और स्लॉट वित्तीय वर्ष के आधार पर (**1 अप्रैल से 31 मार्च तक के लिए**) आवंटित किये जाते हैं।
- ◆ **2023** में **प्रसार भारती** ने नीलामी प्रक्रिया में बदलाव किया। इसने **65** एमपीईजी स्लॉट की पेशकश की, जिसके लिए निजी प्रसारकों द्वारा जोरदार बोली लगायी गयी। मीडिया रिपोर्टों के अनुसार **प्रसार भारती** ने **1070** करोड़ रुपये जुटाये जो कि **2022** की नीलामी से **66%** अधिक है।
- ◆ लगभग सभी प्रसारकों ने हिस्सा लिया, इस वर्ष औसत स्लॉट मूल्य बढ़कर **16.50 करोड़ रुपये** हो गया। सबसे ज्यादा कीमत **न्यूज 18 इंडिया** हिंदी न्यूज चैनल ने **19.50 करोड़ रुपये** का भुगतान किया।
- ◆ **रिपब्लिक हिंदी**, **एनडीटीवी हिंदी**, **जी न्यूज** और **इंडिया टीवी** जैसे लोकप्रिय समाचार चैनलों को स्लॉट मिला। अन्य में **दंगल**, **शेमारू**, **स्टार गोल्ड थ्रिल्स**, **कलर्स सिनेप्लेक्स** और **सोनीवाह**, कुछ सफल आवंटियों में शामिल हैं।

COMMENT

- ◆ Free Dish has become a significant threat to the future reach of cable TV in India with its unique one-time cost and all-time free-to-air varied TV offerings.
- ◆ One unrecognised factor has been outsourcing the supply of signals to commercial establishments to "agents" whose hard bargaining has led to small and medium hotels and restaurants opting for Free Dish supply of channels all over India.

Are there any Cable Dark Areas?

- ◆ One of the unresolved mysteries of the Indian TV distribution universe has been that while there is chatter about the uncovered cable dark universe, the guesstimates do not add up.
- ◆ The latest TRAI states that Pay DTH as of September 2022 has fallen to **65.58 Million** paid viewers.
- ◆ TRAI releases only partial data revealing that about 1750 MSOs are registered with MIB. Twelve MSOs & one HITS operator have a subscriber base of over one Million. The most optimistic estimates for cable TV would not exceed **75 million** homes, including disconnected boxes.
- ◆ Free Dish is currently around **45 million** homes and is likely to grow faster than Cable and DTH in the next five years.
- ◆ In 2020, BARC estimated the number of TV homes at **210 million**. It is estimated that there are **892 million**.
- ◆ The total connected universe thus can be safely estimated at 185 million homes,
- ◆ The question arises whether the Indian Cable TV Industry has reached a dead end for future growth. This writer vehemently disagrees.

Failure To Supply High-Speed Broadband

- ◆ A critical failure by MSOs has been to provide high-speed value-for-money broadband offerings to its **75 million** homes and approximately **300 million** potential subscribers.
- ◆ The latest TRAI report reveals that only Hathway/NXT Digital/GTPL/ Sticable) have tried to adopt the dual service path. Tata Play DTH has made significant progress in providing high-speed broadband.

टिप्पणी

- ◆ फ्री टीवी, भारत में केवल टीवी की पहुंच के लिए अपनी अनूठी एक बार की लागत और हर समय फ्री-टू-एयर विविध टीवी पेशकशों के साथ एक महत्वपूर्ण खतरा बन गया है।
- ◆ एक गैर-मान्यता प्राप्त कारक 'एजेंटों' को व्यावसायिक प्रतिष्ठानों को सिगनल आपूर्ति आउटसोर्स कर रहा है, जिनकी कड़ी सौदेबाजी के कारण छोटे और मध्यम रेस्तरां पूरे भारत में चैनलों की फ्री डिश आपूर्ति का विकल्प चुन रहे हैं।

क्या कोई केबल डार्क एरिया है?

- ◆ भारतीय टीवी वितरण क्षेत्र के अनसुलझे रहस्यों में से एक यह रहा है कि जब खुले केबल अंधेरे क्षेत्र की बात होती है तो इसमें अनुमान जुड़ते नहीं हैं।
- ◆ नवीनतम ट्राई बताता है कि सितंबर 2022 तक पे डीटीएच की संख्या घटकर **65.58 मिलियन** पेड दर्शक रह गयी है।
- ◆ ट्राई केवल आंशिक डेटा जारी करता है जिससे पता चलता है कि केवल 1750 एमएसओ एमआईवी के साथ पंजीकृत हैं। 12 एमएसओ और एक एचआईटीएस ऑपरेटर के पास दस लाख से अधिक केबल आधार है। केबल टीवी के लिए सबसे आशावादी अनुमान **75 मिलियन** घरों से अधिक नहीं होगा, जिसमें डिस्कनेक्ट किये गये बॉक्स भी शामिल हैं।
- ◆ फ्री डिश वर्तमान में लगभग **45 मिलियन** घरों में उपलब्ध है और अगले पांच वर्षों में केबल और डीटीएच की तुलना में तेजी से बढ़ने की संभावना है।
- ◆ 2020 में वीएआरसी ने अनुमान लगाया था कि टीवी घरों की संख्या **210 मिलियन** है। अनुमान यह है कि यह संख्या **892 मिलियन** है।
- ◆ कुल जुड़े हुए ब्रहमांड का अनुमान 185 मिलियन घरों पर सुरक्षित रूप से लगाया जा सकता है।
- ◆ सवाल उठता है कि क्या भारतीय केबल टीवी उद्योग भविष्य के विकास के लिए एक डेडएंड पर पहुंच गया है। यह लेखक इससे जोरदार रूप से असहमत है।

हाई स्पीड ब्रॉडबैंड की आपूर्ति में विफलता

- ◆ अपने **75 मिलियन** घरों और लगभग **300 मिलियन** संभावित ग्राहकों को हाई स्पीड वैल्यू फॉर मनी ब्रॉडबैंड ऑफरिंग प्रदान करने में एमएसओ की गंभीर विफलता रही है।
- ◆ ट्राई की नवीनतम रिपोर्ट से पता चलता है कि केबल हैथवे/एनएक्सटी डिजिटल/जीटीपीएल/सिटीकेबल ने ही केबल दोहरे सेवा पथ को अपनाने की कोशिश की है। टाटा प्ले टीडीएच ने हाई स्पीड ब्रॉडबैंड प्रदान करने में महत्वपूर्ण प्रगति की है।

- ◆ TRAI and the Government have taken measures like easing AGR norms to encourage MSOs to adopt high-speed broadband. Still, most MSOs have stayed within their comfort zone,
- ◆ So once more, this well-wisher of the cable industry urges that the industry speed up fibre-to-home installation to provide high-speed broadband.
- ◆ This will significantly improve the ARPUs of the industry and create a sticky factor to prevent further cord-cutting by viewers.

- ◆ ट्राई और सरकार ने एमएसओ को हाई स्पीड ब्रॉडबैंड अपनाने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए एजीआर मानदंडों को आसान बनाने जैसे उपाय किये हैं। फिर भी, अधिकांश एमएसओ अपने कंफर्ट जोन में ही रहते हैं।
- ◆ तो एकवार फिर से, केवल उद्योग के इस शुभ चिंतक का आग्रह है कि उद्योग, हाई स्पीड ब्रॉडबैंड प्रदान करने के लिए फाइबर-टू-होम इंस्टॉलेशन को गति दे।
- ◆ यह उद्योग के एआरपीयू में काफी सुधार करेगा और दर्शकों द्वारा आगे कॉर्ड कटिंग को रोकने के लिए एक महत्वपूर्ण कारक पैदा करेगा।

C. IS INDIA SET TO BE A PRIME OTT DESTINATION?

- ◆ The recent **Nielsen India Internet Report 2023** estimates that India has over **700 million** active Internet users (over the age of two) as of **December 2022**. Key findings are:

❖ *Contrary to public belief, Rural India has **425 million** active users compared to **295 million** urban users. Rural India grew **30%**, while Urban India lagged at **10%**.*

❖ *V i d e o watchers in India exceeded **450 million a month**.*

- ◆ The **CII/BCG Media** report 2022 stated:

❖ *Television makes up **32-34%** of the Indian M&E market, followed by **print** with a share of **22-23%**, **digital advertising** (**10-12%**), **gaming and OTT** (both **8-10%**), **cinema hall** (**5-7%**) and **others** (**6-8%**).*

❖ *By **2030**, the Indian M&E industry will reach **\$55 billion** to **\$65 billion**, with an additional*

सी. क्या भारत एक प्रमुख ओटीटी गंतव्य बनने के लिए तैयार है?

- ◆ हालही में **नीलसनइंडिया इंटरनेट रिपोर्ट 2023** का अनुमान है कि **दिसंबर 2022** तक भारत में **700 मिलियन** तक सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ता (दो वर्ष से अधिक) हैं। मुख्य निष्कर्ष हैं:

❖ *सार्वजनिक विश्वास के विपरीत **ग्रामीण भारत** में **425 मिलियन** शहरी उपयोगकर्ता की तुलना में **295 मिलियन** सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। ग्रामीण भारत में **30%** की वृद्धि हुई है, जबकि शहरी भारत **10%** की दर से पिछड़ा हुआ है।*

❖ *भारत में वीडियो देखने वालों की संख्या **एक महीने में 450 मिलियन** से अधिक हो गयी है।*



- ◆ **सीआईआई/बीसीजी मीडिया रिपोर्ट 2022** में कहा गया है कि
 - ❖ *टेलीविजन भारतीय एमएंडई बाजार का **32-34%** हिस्सा बनाता है, इसके बाद **22-23%** हिस्सेदारी के साथ प्रिंट, डिजिटल विज्ञापन (**10-12%**), गेमिंग और ओटीटी (**8-10%** दोनों), सिनेमाहॉल (**5-7%**) और अन्य (**6-8%**) का स्थान है।*
 - ❖ ***2030** तक एम एंड ई उद्योग ओटीटी और गेमिंग के नेतृत्व में **5 बिलियन डॉलर** से **10 बिलियन डॉलर** तक की अतिरिक्त क्षमता के साथ **55 बिलियन डॉलर** से **65 बिलियन डॉलर** तक पहुंच जायेगा।*

potential upside of **\$5 billion to \$10 billion**, led by OTT and gaming.

- ❖ **The OTT market in India is estimated to grow from \$2.6 billion in 2022 at 20-23% CAGR to \$11-13% in 2030.**
- ❖ **The TV market in India will grow from an estimated \$9 billion in 2022 at 3-4% CAGR to \$11 billion to \$12 billion in 2030.**
- ❖ **TV continues to be a family viewing platform, with 82% of consumers reporting co-viewing with a 3.5 average number of co-viewers per household in 2022.**

COMMENT

- ◆ *The Indian viewer is blessed with many choices. The legacy TV distribution industry, be it DTH or MSO, is beginning to show signs of tiredness and desperation, barring Tata Play (DTH) and GTPL (MSO).*
- ◆ *Tata Play has 23 million active pay-tv subscribers as of last financial year. Its revenue was Rs. 4567 crores. I*
- ◆ *GTPL MSO had 07.80 million paying subscribers as of last FY with revenues of Rs. 2415 crores.*
- ◆ *One factor for the marked decline of DTH and Cable Platforms is the widespread adoption of OTT platforms in millions of Indian homes. It was expected that TV subscription and advertising revenues would recover post-lockdown, but this has not proved accurate.*
- ◆ *The reason is edgy, fresh, and original content with the ability of repeat viewing/fast forwarding/subtitling and high production values.*
- ◆ *MSOs with long experience with localised and regional content do not bother to provide their own channels, which can entice the viewer to remain connected to the platform.*
- ◆ *Most urban homes pay for OTT platforms and TV channels, which may not last beyond 2025. They will make informed choices.*
- ◆ *So, this is crunch time for the cable industry and, to some extent, DTH networks.*
- ◆ **2025 will reveal whether Cable will shape up and survive or die away as the pager industry did 25 years ago. ■**

- ❖ भारत में **ओटीटी** बाजार 2022 में 2.6 बिलियन डॉलर से 20-23% सीएजीआर से बढ़कर 2030 में 11-12% डॉलर होने का अनुमान है।
- ❖ भारत में **टीवी बाजार 2022 में अनुमानित 9 बिलियन डॉलर से 3-4% सीएजीआर से बढ़कर 2030 में 11 बिलियन डॉलर से 12 बिलियन डॉलर** हो जायेगा।
- ❖ टीवी अभी भी पूरे परिवार के देखने का महत्वपूर्ण प्लेटफॉर्म बना हुआ है जिसमें 82% उपभोक्ता 2022 में प्रति घर सह दर्शकों की 3.5 औसत संख्या के साथ देखने की जानकारी प्राप्त हुई है।

टिप्पणी

- ◆ *भारतीय दर्शकों के पास कई विकल्प हैं। टाटा प्ले (डीटीएच) और जीटीपीएल (एमएसओ) को छोड़कर विरासती टीवी वितरण उद्योग, चाहे वह डीटीएच हो या एमएसओ, थकान और हताशा के संकेत दिखने लगा है।
- ◆ टाटा प्ले के पास पिछले वित्तीय वर्ष की स्थिति के अनुसार 23 मिलियन सक्रिय पे टीवी ग्राहक हैं। इनका राजस्व 4567 करोड़ रुपये रहा।
- ◆ जीटीपीएल एमएसओ के पास पिछले वित्तीय वर्ष में 2415 करोड़ रुपये के राजस्व के साथ 07.80 मिलियन भुगतान करने वाले ग्राहक थे।
- ◆ डीटीएच और केवल प्लेटफॉर्मों में उल्लेखनीय गिरावट का एक कारक लाखों भारतीय घरों में ओटीटी प्लेटफॉर्मों को व्यापक रूप से अपनाना है। उम्मीद की जा रही थी कि टीवी सब्सक्रिप्शन और विज्ञापन राजस्व लॉक डाउन के बाद ठीक हो जायेगा, लेकिन यह सही साबित नहीं हुआ।
- ◆ इसका कारण तेज, ताजा और मूल सामग्री है जिसमें वार-वार देखने/फॉरवर्ड करने/सब टाइल देने की क्षमता और उच्च उत्पादन मूल्य है।
- ◆ स्थानीयकृत और क्षेत्रीय सामग्री के साथ लंबे अनुभव वाले एमएसओ अपने स्वयं के चैनल प्रदान करने का जहमत नहीं उठाते, जो दर्शकों को प्लेटफॉर्म से जुड़े रहने के लिए लुभा सकते हैं।
- ◆ अधिकांश शहरी घर ओटीटी प्लेटफॉर्मों और टीवी चैनलों के लिए भुगतान करते हैं जो कि शायद 2025 से आगे नहीं चल सकता। वे सूचित विकल्प बनायेंगे।
- ◆ **2025 तक पता चल जायेगा कि केवल आकार लेगा, और जीवित रहेगा या फिर समाप्त हो जायेगा, जैसाकि हमें 25 साल पहले पेजर उद्योग के साथ देखने को मिला था। ■**