

DTH, MSOS NAVIGATE OTT DISRUPTION, FREE DISH GAINS

OTT & Free Dish Disrupt Pay-TV: DTH, MSOs Feel the Heat.

India's pay-TV industry, comprising cable and DTH services, is projected to shrink by 1-3% in revenue for FY2026 as more viewers migrate to over-the-top (OTT) streaming platforms and free dish services, according to a forecast by rating agency ICRA. This transition is expected to put pressure on profit margins, with operating earnings likely to decline by 175-225 basis points year-on-year, settling at around 23-25%. The DTH segment is expected to fare better, with margins of 33-35%, while multi-system operators (MSOs) may experience lower profitability at 6-8%. However, leading players with strong financial backing are expected to maintain stability through continued access to capital and liquidity.

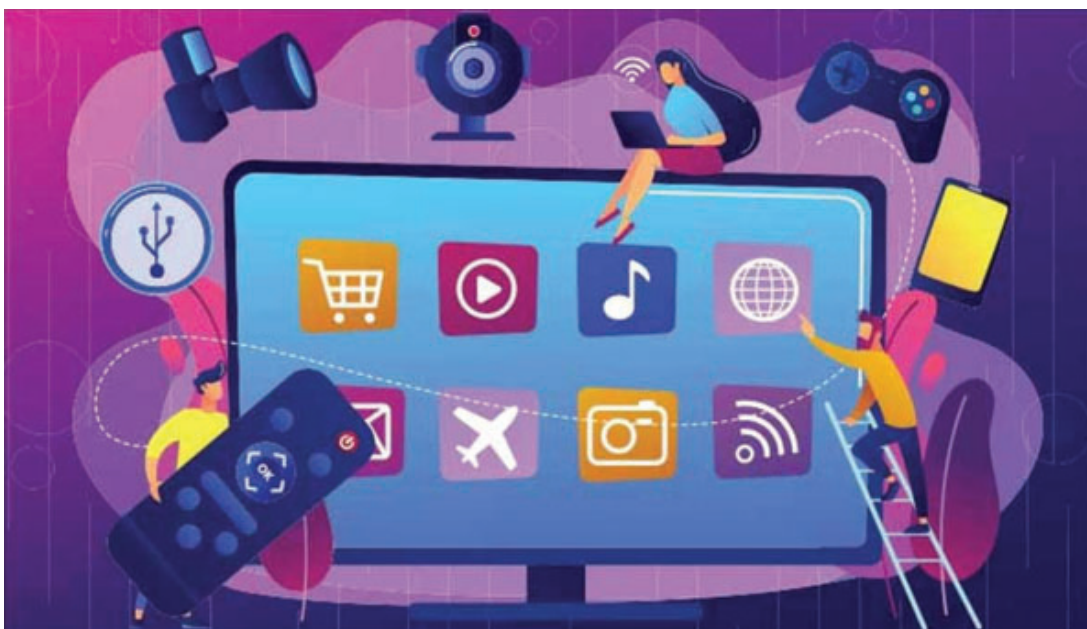
Despite the subscriber decline, the industry is likely to partially compensate through an increase in average revenue per user (ARPU), projected to grow by 1-3% annually. Bundled services integrating traditional TV with OTT platforms and broadband, along with premium offerings such as HD, 4K, and live events, could help sustain

ओटीटी व्यवधान से निपट रहे हैं डीटीएच, एमएसओ, फ्री डिश को लाभ

ओटीटी व फ्री डिश ने पे-टीवी को बाधित किया: डीटीएच, एमएसओ को इसका असर महसूस हो रहा है

रेटिंग एजेंसी आईसीआरए के पूर्वानुमान के अनुसार, केवल और डीटीएच सेवाओं से युक्त भारत के पे टीवी उद्योग में वित्तवर्ष 2026 में राजस्व में 1-3% की गिरावट आने का अनुमान है, क्योंकि अधिकतर दर्शक ओवर-द-टॉप (ओटीटी) स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म और फ्री डिश की सेवाओं की ओर पलायन कर रहे हैं। इस परिवर्तन से लाभ मार्जिन पर दबाव पड़ने की उम्मीद है, परिचालन आय में साल दर साल 175-225 आधार अंकों की गिरावट आने की संभावना है, जो लगभग 23-25% पर आ जायेगा। डीटीएच खंड के 33-35% मार्जिन के साथ बेहतर प्रदर्शन करने की उम्मीद है, जबकि मल्टी सिस्टम ऑपरेटर (एमएसओ) 6-8% पर कम लाभप्रदता का अनुभव कर सकते हैं। हालांकि, मजबूत वित्तीय समर्थन वाले प्रमुख खिलाड़ियों से पूंजी और तरलता तक निरंतर पहुंच के माध्यम से स्थिरता बनाये रखने की उम्मीद है।

ग्राहकों की संख्या में गिरावट के बावजूद, उद्योग को प्रति उपयोगकर्ता औसत राजस्व (एआरपीयू) में वृद्धि के माध्यम से आंशिक रूप से क्षतिपूर्ति करने की संभावना है, जो सालाना 1-3% बढ़ने का अनुमान है। पारंपरिक टीवी को ओटीटी प्लेटफॉर्म और ब्रॉडबैंड के साथ



revenues. However, rising costs for premium content acquisition—such as sports broadcasting rights and international programming—along with ongoing network maintenance investments, are expected to strain profitability further.

THE SHIFT TO OTT: WHAT'S DRIVING IT?

Ritu Goswami, Sector Head for Corporate Ratings at ICRA, attributes the growing preference for streaming services to personalized, on-demand content, ad-free experiences, and a diverse range of regional programming. Increased smartphone penetration, widespread internet access, and the rise of smart TVs have further accelerated this transition. Regulatory changes, including pricing caps on TV channels and revised content packaging rules, have also influenced consumer behavior.



India remains the world's second-largest television market after China, with nearly 190 million TV households in 2024. While overall TV penetration is expected to grow, the industry is undergoing a structural shift. Urban consumers are increasingly adopting digital alternatives such as smart TVs and streaming platforms, while lower-income and rural households are turning to free dish services.

Despite its vast subscriber base, India's pay-TV sector lags behind markets like the U.S. and Europe, where ARPU is significantly higher due to greater consumer willingness to pay for premium content. However, India's highly price-sensitive audience has slowed the pace of "cord-cutting," particularly in rural areas where TV remains the primary entertainment source. Factors such as affordability, hybrid service offerings, and internet infrastructure limitations are expected to prevent a sharp decline in pay-TV subscriptions in the near future, according to ICRA. ■

एकीकृत करने वाली बंडल सेवायें, साथ ही एचडी, 4के और लाइव इवेंट जैसी प्रीमियम पेशकशें, राजस्व को बनाये रखने में मदद कर सकती हैं। हालांकि प्रीमियम सामग्री अधिग्रहण की बढ़ती लागत – जैसे खेल प्रसारण अधिकार और अंतरराष्ट्रीय प्रोग्रामिंग – साथ ही चल रहे नेटवर्क रखरखाव निवेश से लाभप्रदता पर दबाव पड़ने की उम्मीद है।

ओटीटी की ओर पलायन: इसके पीछे क्या कारण है?

आईसीआरए में कॉर्पोरेट रेटिंग्स की सेक्टर हेड रितु गोस्वामी स्ट्रीमिंग सेवाओं के लिए बढ़ती प्राथमिकता का श्रेय व्यक्तिगत, ऑन डिमांड कंटेंट, विज्ञापन मुक्त अनुभव और क्षेत्रीय प्रोग्रामिंग की विविधता को देती हैं। स्मार्टफोन की बढ़ती पहुंच, व्यापक इंटरनेट एक्सेस और स्मार्ट टीवी के उदय ने इस बदलाव को तेज कर दिया है। टीवी चैनलों पर मूल्य निर्धारण सीमा और संशोधित सामग्री पैकेजिंग नियमों सहित नियामक परिवर्तनों ने भी उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित किया है।



भारत चीन के बाद दूसरा सबसे बड़ा टेलीविजन बाजार बना हुआ है, जिसमें 2024 तक लगभग 190 मिलियन घर होंगे। जबकि कुल मिलाकर टीवी की पहुंच बढ़ने की उम्मीद है, उद्योग एक संरचनात्मक बदलाव से गुजर रहा है। शहरी उपभोक्ता तेजी से स्मार्ट टीवी और स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म जैसे डिजिटल विकल्पों को अपना रहे हैं, जबकि कम आय वाले और ग्रामीण परिवार फ्री डिश सेवाओं की ओर रुख कर रहे हैं।

अपने विशाल ग्राहक आधार के बावजूद, भारत का पे-टीवी क्षेत्र अमेरिका और यूरोप जैसे बाजारों से पीछे है, जहां प्रीमियम सामग्री के लिए भुगतान करने की अधिक उपभोक्ता इच्छा के कारण एआरपीयू काफी अधिक है। हालांकि, भारत के अत्यधिक मूल्य संवेदनशील दर्शकों ने 'कॉर्ड कटिंग' की गति को धीमा कर दिया है, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में जहां टीवी प्राथमिक मनोरंजन स्रोत बना हुआ है। आईसीआरए के अनुसार वहनीयता, हाइब्रिड सेवा पेशकश और इंटरनेट अवसंरचना सीमायें जैसे कारकों से निकट भविष्य में पे-टीवी सदस्यता में तीव्र गिरावट को रोकने की उम्मीद है। ■