



## EDITOR'S SCATVIEW

*Manoj Kumar Madhavan*

*FICCI-EY 2023 report showcased an explosive firing up of the Indian Media and Entertainment (M&E) sector, which grew 20% in 2022 to reach INR2.1 trillion (US\$26.2 billion), 10% above its pre-pandemic levels in 2019. The sector is expected to grow 11.5% in 2023 to reach INR 2.34 trillion and further grow at a CAGR of 10.5% to reach INR 2.86 trillion by 2025*

*The Indian M&E consumer base is large and hungry for content, ready to pay for quality and experiment with technology. India will have innumerable storytellers and engaging with audiences in myriad languages and leading the charge across the global entertainment landscape.*

*With over 50 platforms existing in India, the OTT market is likely to reach \$ 5 billion in size by 2023. While television advertising grew 2% to end 2022, subscription revenue continued to fall for the third year in a row, experiencing a 4% de-growth due to a reduction of five million pay TV homes and stagnant consumer-end ARPUs. While linear viewership declined 7% over 2021, 8 to 10 million smart TVs connected to the internet each day, up from around 5 million in 2021.*

*The fall in pay television homes has been attributed to both cord-cutting at the top end as well as movement to free television - FreeDish. While HITS remained relatively stable, DTH saw a decline of one million homes while cable lost four million homes.*

*It was very refreshing to see the TRAI Chairman – PD Vaghela display a rare candour when he admitted that less regulation is the best regulation, advocated a very flexible approach to fixing the issues in the industry. He accepted that Free Dish is creating a problem for DTH operators, MSO, and LCO community. TRAI, he claimed is willing to walk the last mile, have a level playing field for all, and ready to follow a roadmap as suggested by the industry to resolve the bottlenecks.*

*This is the right time for the LCO and MSO community to pursue the outstanding issues and try to find a resolution to all the problems. There will be challenges, but it is better to attempt to lay out a roadmap for the government and regulatory bodies and take the industry forward.*

*(Manoj Kumar Madhavan)*

*फिक्की ईवाई 2023 की रिपोर्ट ने भारतीय मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र (एमएंडई) में एक विस्फोटक उछाल को दिखाया है जो 2022 में 20% बढ़कर 2.1 ट्रिलियन (US\$26.2 billion) रुपये तक पहुंच गया, जो 2019 में अपने पूर्व महामारी के स्तर से 10% अधिक था। इस क्षेत्र के 2023 में 11.5% बढ़कर 2.34 ट्रिलियन रुपये के स्तर तक पहुंचने और 10.5% के सीएजीआर से बढ़कर 2025 तक 2.86 ट्रिलियन रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है।*

*भारतीय एम एंड ई उपभोक्ता आधार बड़ा है और सामग्री के लिए भूखा है, गुणवत्ता के लिए भुगतान करने और तकनीकी के साथ प्रयोग करने के लिए तैयार है। भारत में असंख्य कहानीकार होंगे और असंख्य भाषाओं में दर्शकों के साथ जुड़ेंगे और वैश्विक मनोरंजन परिदृश्य का नेतृत्व करेंगे।*

*भारत में मौजूदा 50 से अधिक प्लेटफॉर्मों के साथ 2023 तक ओटीटी बाजार के आकार के 5 बिलियन डॉलर तक पहुंचने की संभावना है। जबकि टेलीविजन विज्ञापन 2022 के अंत तक 2% बढ़ा, स्वसंक्रियण राजस्व में लगातार तीसरे वर्ष भी गिरावट जारी रही, जिसमें पांच मिलियन पे टीवी घरों की कमी और उपभोक्ता अंत एआरपीयू में कमी के कारण 4% की गिरावट देखने को मिला। 2021 में टेरस्ट्रियल दर्शकों की संख्या में 7% की गिरावट आयी, हालांकि 8 से 10 मिलियन स्मार्ट टीवी प्रत्येक दिन इंटरनेट से जुड़े, जो कि 2021 के 5 मिलियन से अधिक है।*

*पे-टेलीविजन घरों में गिरावट का श्रेय टॉप एंड पर कॉर्ड कटिंग के साथ-साथ फ्री टेलीविजन-फ्रीडिश दोनों को दिया जाता है। जबकि हिट्स अपेक्षाकृत स्थिर रहा है, डीटीएच ने लगभग 1 मिलियन घरों की गिरावट देखी, जबकि केवल ने 4 मिलियन घरों को खो दिया।*

*ट्राई के अध्यक्ष-पीडी वाघेला को एक दुर्लभ स्पष्टवादिता प्रदर्शित करते हुए देखना बहुत अच्छा लगा, जब उन्होंने स्वीकार किया कि कम विनियमन सबसे अच्छा विनियमन है, उन्होंने उद्योग में मुद्दों को ठीक करने के लिए एक बहुत ही लचीले दृष्टिकोण की वकालत की। उन्होंने स्वीकार किया कि फ्री डिश डीटीएच ऑपरेटर्स, एमएसओ और एलसीओ समुदाय के लिए समस्या पैदा कर रहा है। इन्होंने दावा किया कि ट्राई आखिरी मील तक चलने के लिए तैयार है, सभी के लिए समान अवसर हैं और वाधाओं को हल करने के लिए उद्योग द्वारा सुझाये गये रोडमैप का पालन करने के लिए तैयार है।*

*एलसीओ और एमएसओ समुदाय के लिए बकाया मुद्दों को आगे बढ़ाने और सभी समस्याओं का समाधान खोजने का प्रयास करने का यह सही समय है। चुनौतियां होंगी, लेकिन सरकार और नियामक निकायों के लिए एक रोड मैप तैयार करने और उद्योग को आगे ले जाने का प्रयास करना बेहतर है।*

*(Manoj Kumar Madhavan)*