

THE BATTLE FOR SURVIVAL FOR CABLE OPERATORS

The tussle between cable operators and leading broadcasters is testing the grit and determination of the cable community.

The tussle between leading broadcasters and cable operators continued with leading broadcasters and key cable TV platforms continued to be at loggerheads with Disney-Star, Sony, and Zee switching off signals of their channels on leading platforms such as Hathway Digital and DEN Networks. This left millions of TV households without access to popular channels.

The broadcasters' move to disconnect TV services from key Distribution



केबल ऑपरेटरों के लिए आस्तित्व की लड़ाई

केबल ऑपरेटरों और प्रमुख प्रसारकों के बीच का संघर्ष केबल समुदाय के धैर्य और दृढ़ संकल्प का परीक्षण कर रहा है।

प्रमुख प्रसारकों और केबल ऑपरेटरों के बीच संघर्ष जारी है, प्रमुख प्रसारकों और प्रमुख केबल टीवी प्लेटफॉर्म डिज्नी-स्टार, सोनी और जी के साथ हेथवे डिजिटल और डेन नेटवर्क्स जैसे प्रमुख प्लेटफॉर्मों पर अपने चैनलों के सिगनल बंद करने के साथ संघर्ष में बने हुए हैं। इसके लाखों टीवी परिवारों को लोकप्रिय चैनलों तक पहुंच से वंचित कर दिया है।

प्रसारकों ने हालही में प्रमुख वितरण प्लेटफॉर्म ऑपरेटरों से टीवी सेवाओं को डिस्कनेक्ट करने का कदम उठाया, क्योंकि इन केबल टीवी



Platform Operators came after these cable TV platforms also known as Multi-System Operators (MSOs) refused to sign fresh distribution agreements or RIO (reference interconnect offers) under NTO 3.0 (New Tariff Order) notified by TRAI.

The All India Digital Cable Federation (AIDCF) on Saturday said that its members are not signing the new agreements as a mark of protest against unreasonable pricing by the broadcasters. The industry body also claimed that the broadcaster's move has deprived 45 million TV households of entertainment.

The Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) had notified the amended regulations and NTO 3.0 on November 22, 2022. It was set to come into force on February 1, 2023.

Broadcasters say the price increase will be in the

प्लेटफॉर्मों को मल्टी सिगनल ऑपरेटरों (एमएसओ) के रूप में भी जाना जाता है, जिन्होंने ट्राई द्वारा अधिसूचित एनटीओ 3.0 (न्यू टैरिफ) के तहत नये समझौते या आरआईओ (रिफरेंस इंटरकनेक्शन ऑफर) पर हस्ताक्षर करने से इंकार कर दिया।

ऑल इंडिया डिजिटल केबल फेडरेशन (एआईडीसीएफ) ने बताया कि उसके सदस्य प्रसारकों द्वारा अनुचित मूल्य निर्धारण के विरोध में नये समझौते पर हस्ताक्षर नहीं कर रहे हैं। उद्योग निकाय ने हाल ही में दावा किया कि प्रसारक के कदम ने 45 मिलियन टीवी परिवारों को मनोरंजन से वंचित कर दिया।

भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) ने 22 नवंबर 2022 को संशोधित नियमों और एनटीओ 3.0 को अधिसूचित किया था। यह 1 फरवरी 2023 से लागू होने के लिए निर्धारित किया गया था।

प्रसारकों का कहना है कि कीमतों में 5-15% तक की बढ़ोतरी

MARKET REPORT

range of 5-15% and this is the first such hike in four years. However, cable operators say the price hike could go up to 60%, an exorbitant amount in a price-sensitive market.

“The price increase will result in a cost of close to Rs 5,000 crore to Rs 8,000 crore per annum to consumers, which will largely benefit the broadcasters,” the AIDCF said in a statement.

The broadcasters had notified cable operators, asking them to sign the RIO for NTO 3.0. However, since the Kerala High Court is hearing a case related to its implementation, the AIDCF members decided not to raise channel pricing.

The AIDCF includes top cable companies such as Reliance Industries-owned Hathway, Den, GTPL, Hinduja Group's NXTDIGITAL, Rajan Raheja Group-owned Asianet Digital Network, and regional cable operators like Kerala Communicators Cable and UCN Cable Network.

TRAI first issued the NTO in December 2018. It was expected to make channels cheaper for the consumers and offer more choices, as it allowed them to pay only for those (channels) they watch at MRPs set by broadcasters, instead of the pre-set bouquets offered earlier. However, in reality, the opposite happened, as the cost of like-to-like channel options went up.

After facing several legal challenges and opposition from the broadcasting industry, it was implemented in February 2019. Eventually, it led to a major shakeup in the TV distribution industry, as consumers had to pay more for their favourite channels, while some niche channels were also impacted due to lower viewership and revenue.

In January 2020, TRAI introduced an amended version of the tariff order, known as NTO 2.0. It reduced the cap on the MRP of individual channels, which can form part of any bouquet, to Rs 12 per month from Rs 19. It also offered customers double the channels (200) under the base network capacity fee (NCF) slab.

After almost three years of litigations and discussions, TRAI brought out NTO 3.0 in November 2022. It decided to continue with the MRP ceiling of Rs 19 for a channel to be a part of a bouquet.

With the matter subjudice now, it remains to be seen how the court verdict will develop. ■

होगी और चार साल में इस तरह की पहली बढ़ातरी है। हालांकि, केवल ऑपरेटर्स का कहना है कि कीमतों में 60% तक की बढ़ोतरी हो सकती है, जो कीमत के प्रति संवेदनशील बाजार में अत्यधिक राशि है।

एआईडीसीएफ ने एक बयान में कहा कि ‘मूल्य वृद्धि से उपभोक्ताओं पर सालाना 5000 करोड़ रुपये से 8000 करोड़ रुपये की लागत आयेगी, जिससे प्रसारकों को काफी हद तक फायदा होगा।

प्रसारकों ने केवल ऑपरेटर्स को सूचित करते हुए उनसे एनटीओ 3.0 पर हस्ताक्षर करने के लिए कहा था। हालांकि, चूंकि केरल उच्च न्यायालय इसके कार्यान्वयन से संबंधित मामले की सुनवाई कर रहा है, इसलिए एआईडीसीएफ सदस्यों ने चैनल मूल्य निर्धारण में बढ़ोतरी नहीं करने का फैसला किया है।



एआईडीसीएफ में रिलायंस इंडस्ट्रीज के स्वामित्व वाली हैथवे, डेन, जीटीपीएल, हिंदुजा समूह के एनएक्सडिजिटल, राजन रहेजा समूह के स्वामित्व वाली एशियानेट डिजिटल नेटवर्क जैसी शीर्ष केवल कंपनियां और केरल कम्युनिकेटर्स केवल और यूसीएन केवल नेटवर्क जैसे क्षेत्रीय केवल ऑपरेटर शामिल हैं।

ट्राई ने पहली बार दिसंबर 2018 में एनटीओ जारी किया था। इससे उपभोक्ताओं के लिए

चैनल सस्ते होने और अधिक विकल्प पेश करने की उम्मीद थी, क्योंकि इससे उन्हें केवल उन (चैनलों) के लिए भुगतान करने की अनुमति मिली, जो वे पहले से पेश किये जा रहे बुके के बजाय प्रसारकों द्वारा निर्धारित एमआरपी पर देखते हैं। हालांकि वास्तव में विपरीत हुआ, क्योंकि इससे चैनल दर चैनल विकल्पों की लागत बढ़ गयी। प्रसारण उद्योग से कई कानूनी चुनौतियों और विरोध का सामना करने के बाद, इसे फरवरी 2019 में लागू किया गया था। अप्रि्रकार, इसने टीवी वितरण उद्योग में एक बड़ा झटका दिया, क्योंकि उपभोक्ताओं को अपने पसंदीदा चैनलों के लिए अधिक भुगतान करना पड़ा, जबकि दर्शकों की संख्या और राजस्व कम होने के कारण कुछ विशिष्ट चैनल भी प्रभावित हुए।

जनवरी 2020 में ट्राई ने टैरिफ आदेश का एक संशोधित संस्करण पेश किया, जिसे एनटीओ 2.0 के रूप में जाना जाता है। इसने व्यक्तिगत चैनलों के एमआरपी के कैप को कम कर दिया, जो कि किसी भी बुके का हिस्सा बन सकता है, अब इसका मूल्य 19 रुपये की जगह 12 रुपये प्रति माह तय कर दिया गया। इसने ग्राहकों को आधार नेटवर्क क्षमता शुल्क (एनसीएफ) स्लैब के तहत चैनलों (200) को दोगुना करने की पेशकश की।

लगभग 3 साल की मुकदमों और चर्चाओं के बाद ट्राई ने नवंबर 2022 में एनटीओ 3.0 पेश किया। इसने बुके का हिस्सा बनने के लिए एक चैनल के लिए 19 रुपये की एमआरपी सीमा के साथ जारी रखने का फैसला किया।

अब मामला कोर्ट के अधीन है, यह देखना बाकी है कि अदालत का फैसला कैसे आगे बढ़ता है। ■