

## CABLE FEDERATION SPEAK ON REGULATORY FRAMEWORK

*The Regulatory Framework for Broadcast & Cable Services mooted by TRAI has received feedback from various stakeholders from the industry. Scatmag presents the views of the India Digital Cable Federation (AIDCF). The Telecom Regulatory Authority of India (Trai) has once again extended the deadline for the implementation of the new broadcast sector tariff regulations —commonly known as NTO 2.0 — by almost six months, to November 30th.*

The All India Digital Cable Federation (AIDCF) has urged the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) to extend the MRP cap to linear channels that are available on over-the-top (OTT) platforms. The federation has sought a Rs 12 cap on all pay channels irrespective of genre.

Providing rationale behind the demand for extending MRP to linear channels on OTT platforms, the AIDCF said that the cable and direct-to-home (DTH) platforms are seeing a consistent decline in their subscriber base due to the change in consumption habits of the consumers.

**Q4. Please provide your comments on following points with justifications and details:**

- Should channel prices in bouquet be homogeneous? If yes, what should be an appropriate criteria for ensuring homogeneity in pricing the channels to be part of same bouquet?*
- If no, what measures should be taken to ensure an effective a la carte choice which can be made available to consumers without being susceptible to perverse pricing of bouquets?*
- Should the maximum retail price of an a-la-carte*

## नियामक ढांचे पर केबल फेडरेशन का रुख

ट्राई द्वारा प्रस्तावित प्रसारण और केबल सेवाओं के लिए नियामक ढांचे को उद्योग के विभिन्न हितधारकों से प्रतिक्रिया मिली है। स्कैटमैग, ऑल इंडिया डिजिटल केबल फेडरेशन (एआईडीसीएफ) हितधारकों से विचारों का प्रस्तुत कर रहा है। भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) ने एक बार फिर से नये प्रसारण क्षेत्र के टैरिफ नियमों के कार्यान्वयन की समय सीमा को लगभग छह महीने बढ़ाकर 30 नवंबर कर दिया है, जिसे आमतौर पर एनटीओ 2.0 के रूप में जाना जाता है।

ऑल इंडिया डिजिटल केबल फेडरेशन (एआईडीसीएफ) ने भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) से एमआरपी कैप को ओवर-द-टॉप (ओटीटी) प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध लिनियर चैनलों तक बढ़ाने का आग्रह किया है। फेडरेशन ने सभी पे चैनलों पर 12 रुपये की सीमा की मांग की है, चाहे वह किसी भी तरह का चैनल हो।

ओटीटी प्लेटफॉर्म पर लिनियर चैनलों के लिए एमआरपी बढ़ाने की मांग के पीछे तर्क प्रदान करते हुए, एआईडीसीएफ ने कहा कि उपभोक्ताओं की खपत के आदतों में बदलाव के कारण केबल और डॉयरेक्ट-टू-होम (डीटीएच) प्लेटफॉर्म अपने ग्राहक आधार में लगातार गिरावट देख रहे हैं।

**प्र४. कृपया औचित्य और विवरण के साथ निम्नलिखित बिंदुओं पर अपनी टिप्पणी दें:**

- क्या बुके में चैनलों की कीमतें सजातीय होनी चाहिए? यदि हां, तो चैनलों के एक ही बुके का हिस्सा बनने के लिए मूल्य निर्धारण में एकरूपता सुनिश्चित करने के लिए एक उपयुक्त मानदंड क्या होना चाहिए?*
- यदि नहीं, तो एक प्रभावी ए-लॉ-कार्टे विकल्प सुनिश्चित करने के लिए क्या उपाय किये जाने चाहिए जो उपभोक्ताओं को बुके के विकृत मूल्य निर्धारण के प्रति संवेदनशील हुए बिना उपलब्ध कराये जा सके?*
- क्या बुके बनाने वाले ए-लॉ-कार्टे पे चैनल का*



*pay channel forming bouquet be capped with reference to average prices of all pay channels forming the same bouquet? If so, what should be the relationship between capped maximum price of an a-la-carte channel forming the bouquet and average price of all the pay channels in that bouquet? Or else, suggest any other methodology by which relationship between the two can be established and consumer choice is not distorted.*

### AIDCF Response:

- i. In addition to our aforementioned response to question no. 3, the view of AIDCF is that the basic issue that needs to be understood is that consumer demand is based on “content”. Homogeneity in a bouquet should not only be seen as homogeneity in prices, but more importantly homogeneity in content – considering the India’s social, cultural and demographic diversity. The channel carrying the popular content like a TV show or a particular sports programme will drive the consumer selection.
- ii. The broadcasters are controlling the MRP of the channels and the response of the broadcasters to the conditions imposed by TRAI on the formulation of bouquet has been to overprice a channel out of the bouquet, knowing well that the consumer that is already accustomed to particular content will subscribe that channel.
- iii. Therefore to truly protect consumer choice it is important to ensure a capping of price of any TV channel so that the popular channels remain within the affordable range for consumers who wish to access them. The change in the market place is that the broadcasters are no longer directly concerned with the loss in subscribership in the cable TV platforms so long as they can capture the customer in the alternative OTT platform services that they are providing directly.
- iv. The question of homogeneity of the bouquet will become less important if the TRAI accepts the recommendation to cap MRP of channels at INR 12/- per channel, which is the need of the hour for protecting the broadcasting and cable TV industry in India.



**अधिकतम खुदरा मूल्य एक ही बुके बनाने वाले सभी पे चैनलों की औसत कीमतों के संदर्भ में सीमित होना चाहिए? यदि हां, तो बुके बनाने वाले ए-लॉ-कार्टे चैनल की अधिकतम कीमत और उस बुके में सभी पे चैनलों के औसत मूल्य के बीच क्या संबंध होना चाहिए? अथवा कोई अन्य पद्धति सुझाइये जिससे दोनों के बीच संबंध स्थापित किया जा सके और उपभोक्ता की पसंद विकृत न हो।**

### एआईडीसीएफ प्रतिक्रिया

1. प्रश्न संख्या 3 के लिए हमारे उपरोक्त उत्तर के अलावा, एआईडीसीएफ का विचार यह है कि मूल मुद्दे को समझने की जरूरत है कि उपभोक्ता मांग ‘सामग्री’ पर आधारित है। एक बुके में एकरूपता को न केवल कीमतों में एकरूपता के रूप में देखा जाना चाहिए, बल्कि इससे भी महत्वपूर्ण बात यह है कि सामग्री में एकरूपता भारत की सामाजिक, सांस्कृतिक और जनसांख्यिकीय विविधता को ध्यान में रखते हुए। टीवी शो या किसी विशेष खेल कार्यक्रम जैसी लोकप्रिय सामग्री को प्रसारित करने वाला चैनल उपभोक्ता चयन को आगे बढ़ायेगा।
2. प्रसारक चैनलों की एमआरपी को नियंत्रित कर रहे हैं और बुके के निर्माण पर ट्राई द्वारा लगाये गये शर्तों के लिए प्रसारकों की प्रतिक्रिया एक चैनल को बुके से बाहर करने के लिए है, यह अच्छी तरह से जानते हुए कि उपभोक्ता जो कि पहले से ही विशेष सामग्री का आदी है। उस चैनल को सब्सक्राइव करे।
3. इसलिए उपभोक्ताओं की पसंद को सही मायने में सुरक्षित रखने के लिए किसी भी टीवी चैनल की कीमत की कैपिंग सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है ताकि लोकप्रिय चैनल उन उपभोक्ताओं के लिए सस्ती सीमा के भीतर रहे जो उन तक पहुंचना चाहते हैं। वाजार स्थल में बदलाव यह है कि प्रसारक अब सीधे तौर पर केवल टीवी प्लेटफॉर्म में ग्राहक संख्या में कमी से संबंधित नहीं है, जब तक कि वे वैकल्पिक ओटीटी प्लेटफॉर्म सेवाओं में ग्राहक को पकड़ सकते हैं जो ये सेवा सीधे प्रदान कर रहे हैं।
4. बुके की एकरूपता का प्रश्न कम महत्वपूर्ण हो जायेगा यदि ट्राई चैनलों की एमआरपी को 12रु प्रति चैनल पर सीमित करने की सिफारिश को स्वीकार कर लेता है, जो कि भारत में प्रसारण और केवल टीवी उद्योग की सुरक्षा के लिए समय की आवश्यकता है।

## CATV RESPONSE

- v. As per AIDCF, twin conditions methodology prescribed in current regulation is sufficient to define the relationship between pricing of a la carte and bouquet price of channel. Further, homogeneity in content will help in curtailng skewed bouquet pricing vs a la carte pricing.
- vi. There should also be cap on inclusion of any single channel in the bouquets offered by the Broadcasters. Any single channel shall not be part of more than 10 bouquets offered by the broadcasters.

**Q5. Should any other condition be prescribed for ensuring that a bouquet contains channels with homogeneous prices?**

*Please provide your comments with justifications.*

### **AIDCF Response:**

See answer to Q.4

- 5. एआईडीसीएफ के अनुसार, मौजूदा नियमन में निर्धारित जुड़वा शर्तों की पद्धति ए-लॉ-कार्टे के मूल्य निर्धारण और चैनल के बुके मूल्य के बीच संबंध को परिभाषित करने के लिए पर्याप्त है। इसके अलावा सामग्री में एकरूपता से ए-लॉ-कार्टे मूल्य निर्धारण बनाम विषम बुके मूल्य निर्धारण को कम करने में मदद मिलेगी।
  - 6. प्रसारक द्वारा ऑफर किये जाने वाले बुके में किसी एक चैनल को शामिल करने की सीमा भी होनी चाहिए। कोई भी एकल चैनल प्रसारकों द्वारा पेश किये जाने वाले 10 से अधिक बुके का हिस्सा नहीं होगा।
- प्र5. क्या यह सुनिश्चित करने के लिए कोई अन्य शर्त निर्धारित की जानी चाहिए कि बुके में समान कीमतों वाले चैनल हों? कृपया अपनी टिप्पणियों को औचित्य के साथ प्रदान करें।**

### **एआईडीसीएफ प्रतिक्रिया**

प्रश्न 4 का उत्तर देखें