



## EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

*The New Year – 2022 has opened with the Omicron variant spreading rapidly across the globe. Just when we thought that we had got some respite from this menace, this new variant has started spreading to alarming levels. We can only hope and pray that this will fade away soon.*

*The year 2021 as captured in the December 2021 edition of Scatmag had many dramatic moments. And we hope that 2022 will herald some kind of stability and growth in the CATV sector and overall, in the broadcast and entertainment business. The Govt is making the right kind of moves and looks set to address some of the key issues plaguing the industry.*

*At the same time the CATV industry stakeholders must also get its act together, address some of the legacy issues, be ready to innovate for the future. So, they can survive and thrive! It's time for the 'Cable Industry to Wake Up and Smell the Coffee' as highlighted by leading media veteran, Ashok Mansukhani in his column 'Media Beat' in the current issue.*

*Some of the innovative solutions include: MSOs partnering with OTT Players, bundling and distributing the OTT programs to their subscribers. Other steps that can be explored by MSOs are partnership with Satellite Broadband Networks for reaching out to hilly and difficult terrain and expand their network. Also, MSOs must invest into providing high speed broadband services to subscribers. The importance of CATV distribution is vital to spread the broadband connectivity across the country, where the CATV players have a strong reach. The Govt & TRAI recognises this fact.*

*Some of the projections for the entertainment sector by various agencies present a very flattering figure, if one goes by predictions by FICCI/E&Y and others. It makes for an interesting read!! As per the FICCI-EY report 2021, the media and entertainment business are estimated to grow 25% to reach Rs. 1.73 trillion (US\$ 23.29 billion) in 2021. Further, it is projected to grow to Rs. 2.23 trillion (US\$ 30.6 billion) by 2023*

*TRAI data summarises T.V. viewing through various distribution modes totalling 184.14 million subscribers. These include 73 million Cable T.V. subscribers. Top 14 MSOs serve 45.7 million subscribers. 1 HITS operator with 02.15 million subscribers. 4 pay DTH operators with 70.99 million active DTH subscribers. Free-To-Air DTH service in India known as Free Dish/Terrestrial Service with 38 million combined subscribers.*

*The time has come for the CATV segment to act and define its future.*

*Wishing all our readers a very happy, healthy and prosperous 2022!*

(Manoj Kumar Madhavan)



नया साल-2022 की शुरुआत दुनियाभर में तेजी से फैल रहे ओमाइक्रोन के साथ हुई है। वस जब हमने सोचा कि इस खतरे से कुछ राहत मिल गई है, तो यह नया संस्करण खतरनाक स्तर तक फैलने लगा है। हम केवल आशा और प्रार्थना कर सकते हैं कि यह जल्द ही समाप्त हो जाए।

जैसा कि स्कैटमैग के दिसंबर 2021 में उल्लेख किया गया था कि वर्ष 2021 में कई नाटकीय क्षण देखने को मिले। और हम आशा करते हैं कि 2022 सीएटीवी क्षेत्र में और समग्र रूप से, प्रसारण और मनोरंजन व्यवसाय में किसी प्रकार की स्थिरता और विकास की शुरुआत करेगा। सरकार सही तरह के कदम उठा रही है और उद्योग को परेशान कर रहे कुछ मुद्दों को संबोधित करने के लिए तैयार है।

साथ ही साथ सीएटीवी उद्योग के हितधारकों को भी अपने कार्य को एक साथ लाना चाहिए, कुछ पुराने मुद्दों को संबोधित करना चाहिए और भविष्य के लिए कुछ नया करने के लिए तैयार रहना चाहिए, जिससे कि वे जीवित रह सकते हैं और पनप सकते हैं। वर्तमान अंक में अपने कॉलम 'मीडिया बीट' में मीडिया के प्रमुख दिग्गज अशोक मनसुखानी द्वारा हाइलाइट किये गये 'केवल उद्योग को जागने और कॉफी का सूंघने' का समय आ गया है।

कुछ नवीनतम समाधानों में शामिल है: एमएसओ का ओटीटी प्लेयर्स के साथ साझेदारी करना और ओटीटी कार्यक्रमों का बंडलिंग करके अपने सब्सक्राइबर्स को वितरण करना है। अन्य कदम जो एमएसओ द्वारा खोजे जा सकते हैं, वे हैं सैटेलाइट ब्रॉडबैंड नेटवर्क के साथ साझेदारी करके पहाड़ी और दुर्गम इलाकों तक पहुंचने और इस तरह अपने नेटवर्क का विस्तार करना है। साथ ही एमएसओ को ग्राहकों को हाई स्पीड ब्रॉडबैंड उपलब्ध कराने में निवेश करना चाहिए। सीएटीवी वितरण का महत्व पूरे देश में ब्रॉडबैंड का प्रसार करने के लिए महत्वपूर्ण है, जहां सीएटीवी कंपनियों की मजबूत पहुंच है। सरकार और ट्राई इस तथ्य को स्वीकार करते हैं।

अगर फिक्की/ईएंडवाई और अन्य के पूर्वानुमानों पर गौर किया जाए तो विभिन्न एजेंसियों द्वारा मनोरंजन क्षेत्र के लिए कुछ अनुमान बहुत ही आकर्षक आंकड़े पेश करते हैं। इसको पढ़ना काफी दिलचस्प है। फिक्की-ईवाई रिपोर्ट 2021 के अनुसार मीडिया और मनोरंजन व्यवसाय के 25% बढ़ने का अनुमान है जो 2021 में 1.73 ट्रिलियन रुपये (23.29 बिलियन डॉलर) तक पहुंच जायेगा। इसके अलावा 2023 तक इसके 2.23 ट्रिलियन रुपये (30.6 बिलियन अमेरिकी डॉलर) तक बढ़ने का अनुमान है।

ट्राई का डेटा कुल 184.14 मिलियन ग्राहकों के विभिन्न वितरण मोड के माध्यम से टीवी देखने का सारांश प्रस्तुत करता है। इनमें 73 मिलियन केवल टीवी सब्सक्राइबर शामिल हैं। शीर्ष 14 एमएसओ, 45.7 मिलियन ग्राहकों को सेवा प्रदान करते हैं। एक हिट ऑपरेटर के साथ 02.15 मिलियन ग्राहक, 4 डीटीएच ऑपरेटर के साथ 70.99 मिलियन सक्रिय डीटीएच सब्सक्राइबर हैं। भारत में फ्री-टू-एयर डीटीएच सेवा, जिसे फ्री डिश/टेरेस्ट्रियल सर्विस के रूप में जाना जाता है, के पास 38 मिलियन संयुक्त ग्राहक हैं।

सीएटीवी खंड के लिए काम करने और अपने भविष्य को परिभाषित करने का समय आ गया है।

हमारे सभी पाठकों को स्वस्थ, समृद्ध 2022 की बहुत-बहुत शुभकामनायें!

(Manoj Kumar Madhavan)

