

# INDIA'S CABLE INDUSTRY AMID SHIFTING MEDIA LANDSCAPES AND POLICY OVERHAULS

The cable industry faced a pivotal juncture in 2024 as its subscriber base nearly halved, with the decline projected to continue. The transition to digital networks is accelerating, signaling a significant transformation within the broadcasting landscape.

### BOLD NATIONAL BROADCAST POLICY

In April 2024, the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) released a Consultation Paper outlining recommendations for a new National Broadcast Policy (NBP). The goal is to establish a business-friendly regulatory framework to foster growth across the media and entertainment sectors. This policy roadmap seeks to attract investments, ensure policy and regulatory stability, and expand the consumer base.

### KEY OBJECTIVES OF THE POLICY

- ◆ Position India as a global media and entertainment hub.

# मीडिया परिदृश्य और नीतिगत बदलावों के बीच भारत का केबल उद्योग

केबल उद्योग को बीते वर्ष 2024 में एक महत्वपूर्ण मोड़ का सामना करना पड़ा, क्योंकि इसके ग्राहक आधार में लगभग आधे कमी आ गयी है, और यह गिरावट जारी रहने का अनुमान है। डिजिटल नेटवर्क में तेजी से बदलाव हो रहा है, जो प्रसारण परिदृश्य में एक महत्वपूर्ण परिवर्तन का संकेत देता है।

### साहसिक राष्ट्रीय प्रसारण नीति

अप्रैल 2024 में, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण (ट्राई) ने एक परामर्शपत्र जारी किया, जिसमें नयी राष्ट्रीय प्रसारण नीति (एनपीबी) के लिए अनुशंसायें बतायी गयी हैं। इसका लक्ष्य मीडिया और मनोरंजन क्षेत्रों में विकास को बढ़ावा देने के लिए एक व्यवसाय अनुकूल विनियामक ढांचा स्थापित करना है। यह नीति रोडमैप निवेश आकर्षित करने, नीति और विनियामक स्थिरता सुनिश्चित करने और उपभोक्ता आधार का विस्तार करने का प्रयास करता है।

### नीति के मुख्य उद्देश्य

- ◆ भारत को वैश्विक मीडिया और मनोरंजन केंद्र के रूप में स्थापित करना



- ◆ Adopt a technology-neutral approach aligned with international best practices.
- ◆ Facilitate job creation, skill development, and support start-ups.
- ◆ Promote local content and strengthen public service broadcasting.
- ◆ Safeguard content against piracy.

## INDIA'S BROADCASTING LANDSCAPE

- ◆ India's broadcasting ecosystem includes 326 broadcasters, 887 registered MSOs, one HITS operator, four pay DTH operators, and one free DTH platform, DD Free Dish (Prasar Bharati).
- ◆ Active subscribers include 63.52 million DTH users, approximately 62 million cable TV users, 2.5 million HITS subscribers, and 45 million DD Free Dish viewers.
- ◆ As of 2021, India had 302.42 million households, of which 182 million have access to television, leaving over 100 million "TV Dark" homes.

## LEGACY DISTRIBUTION

Despite the vast potential to penetrate TV Dark homes, key hurdles persist:

- 1. Free Dish Dominance:** DD Free Dish has already captured 45 million viewers, primarily in rural areas.
- 2. Cost Disparities:** TV channels on broadcaster apps are significantly cheaper than on cable/DTH platforms, driving mobile TV consumption.
- 3. OTT Disruption:** JioCinema's Rs. 29/month premium plan, launched in April 2024, democratizes high-quality entertainment, providing an affordable alternative to cable and DTH.

To stay relevant, the cable and DTH sectors must pivot to high-speed broadband delivery, necessitating heavy investments in fiber infrastructure or partnerships with telecom companies.



- ◆ अंतरराष्ट्रीय सर्वोत्तम प्रथाओं के अनुरूप प्रौद्योगिकी तटस्थ दृष्टिकोण अपनाना
- ◆ रोजगार कौशल विकास और स्टार्टअप को सहायता प्रदान करना
- ◆ स्थानीय सामग्री को बढ़ावा देना और सार्वजनिक सेवा प्रसारण को मजबूत करना।
- ◆ सामग्री को पायरेसी बचाना।

## भारत का प्रसारण परिदृश्य

- ◆ भारत के प्रसारण परिस्थितिकी तंत्र में 326 प्रसारक, 887 पंजीकृत एमएसओ, एक हिट्स, 4 पे डीटीएच ऑपरेटर व एक मुफ्त डीटीएच प्लेटफॉर्म, डीडी फ्री डिश (प्रसार भारती) शामिल है।
- ◆ सक्रिय ग्राहकों में 63.52 मिलियन डीटीएच उपयोगकर्ता, लगभग 62 मिलियन केवल टीवी उपयोगकर्ता, 2.5 मिलियन हिट्स ग्राहक और 45 मिलियन डीडी फ्रीडिश दर्शक शामिल हैं।
- ◆ 2021 तक भारत में 302.42 मिलियन घर थे, जिसमें से 182 मिलियन के पास टीवी की सुविधा है, जिससे 100 मिलियन से अधिक 'टीवी डार्क' घर रह गये हैं।

## विरासत वितरण

टीवी डार्क होम्स में प्रवेश करने की अपार क्षमता के बावजूद, प्रमुख बाधाएँ बनी हुई हैं:

- 1. फ्री डिश का प्रभुत्व:** डीडी फ्री डिश ने पहले ही 45 मिलियन दर्शकों को आकर्षित किया है, मुख्य रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में।
- 2. लागत असमानताएँ:** मौजूदा समय में प्रसारण ऐप पर टेलीविजन चैनल, केवल टेलीविजन/ डीटीएच प्लेटफॉर्म की तुलना में काफी सस्ते हैं, जिससे मोबाइल टेलीविजन की खपत

सभी वर्ग के दर्शकों में बढ़ रही है।

- 3. ओटीटी व्यवधान:** अप्रैल 2024 में लॉन्च किया गया जियो सिनेमा का 29 रुपये का प्रीमियम प्लान, उच्च गुणवत्ता वाले मनोरंजन को लोकतांत्रिक बनाता है, केवल व डीटीएच का एक किफायती विकल्प प्रदान करता है।

प्रासंगिक बने रहने के लिए, केवल व डीटीएच को हाई स्पीड ब्रॉडबैंड डिलीवरी पर ध्यान देना होगा, जिसके लिए फाइबर इंफ्रास्ट्रक्चर में भारी निवेश या दूरसंचार कंपनियों के साथ साझेदारी की आवश्यकता होगी।

## MEDIA AND ENTERTAINMENT SECTOR OUTLOOK

The Indian M&E sector is expected to grow at a CAGR of 10%, adding INR 763 billion by 2026 to reach INR 3.1 trillion. Key contributors include:

- ◆ New Media: Driving 61% of growth.
- ◆ Television: Contributing INR 765 billion by 2026, with a modest CAGR of 3.2%.
- ◆ Connected TVs: Projected to reach 100 million by 2030 as wired broadband and 5G scale up.

By 2030, active screens are expected to touch 1 billion, comprising 240 million large screens (TVs) and 760 million small screens (mobiles, tablets).

### Strategic Recommendations

- ◆ Develop cross-platform programming to integrate Pay TV, Free TV, and Connected TV.
- ◆ Bundle FAST (Free Ad-Supported TV) products across devices and platforms.
- ◆ Consolidate regional OTT players and optimize content costs to manage churn.

## THE ROLE OF TRAI IN SHAPING THE FUTURE

TRAI's recommendations aim to:

- 1. Establish a Consistent Regulatory Framework:** Ensure fair competition, consumer protection, and content integrity.
- 2. Encourage Innovation:** Leverage emerging technologies like VR and AR to position India as a global content hub.
- 3. Strengthen Public Broadcasting:** Provide Prasar Bharati with resources to enhance its OTT platforms and broadcasting infrastructure.
- 4. Expand DTT Services:** Privatising Digital Terrestrial Television (DTT) could cover TV Dark homes and bridge the digital divide.

## SATELLITE BROADBAND: THE NEXT FRONTIER

The satellite broadband race is heating up, with players like Jio SpaceFibre, Airtel OneWeb, SpaceX Starlink, and Amazon Kuiper vying for market share. While satellite

## मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र का दृष्टिकोण

भारतीय मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र के 10% सीएजीआर से बढ़ने की उम्मीद है, जो 2026 तक 763 बिलियन रुपये जोड़कर 3.1 ट्रिलियन रुपये तक पहुंच जायेगा। मुख्य योगदानकर्ताओं में शामिल हैं:

- ◆ **नया मीडिया:** 61% की दर से बढ़ रहा है
- ◆ **टेलीविजन:** 2026 तक 3.2% की मामूली सीएजीआर के साथ 765 बिलियन रुपये का योगदान देगा।
- ◆ **कनेक्टेड टीवी:** वायर्ड ब्रॉडबैंड और 5जी के विस्तार के कारण 2030 तक 100 मिलियन तक पहुंचने का अनुमान है।

2030 तक सक्रिय स्क्रीन की संख्या 1 बिलियन तक पहुंचने की उम्मीद है, जिसमें 240 मिलियन बड़ी स्क्रीन (टीवी) और 760 मिलियन छोटी स्क्रीन (मोबाइल) शामिल हैं।

### रणनीतिक अनुसंधान

◆ पे टीवी, फ्री टीवी और कनेक्टेड टीवी को एकीकृत करने के लिए क्रॉस प्लेटफॉर्म प्रोग्रामिंग विकसित करें।

◆ उपकरण और प्लेटफॉर्म पर एफएएसटी (फ्री एड-सपोर्टेड टीवी) उत्पादों को बंडल करें।

◆ क्षेत्रीय ओटीटी खिलाड़ियों को एकजुट करें और चर्च को प्रबंधित करने के लिए सामग्री लागतों को अनुकूलित करें।



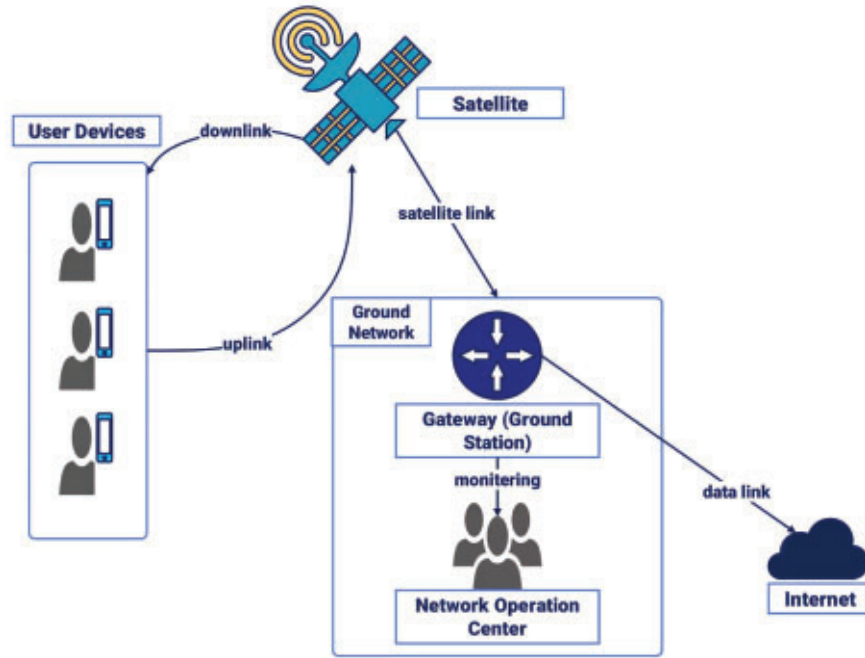
## भविष्य को आकार देने में ट्राई की भूमिका

ट्राई की सिफारिशों का लक्ष्य है:

- 1. एक सुसंगत विनियामक ढांचा स्थापित करना:** निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा, उपभोक्ता संरक्षण व सामग्री अखंडता सुनिश्चित करना।
- 2. नवाचार को प्रोत्साहित करें:** भारत को वैश्विक सामग्री केंद्र के रूप में स्थापित करने के लिए वीआर और एआर जैसी उभरती हुई तकनीकों का लाभ उठाएँ।
- 3. सार्वजनिक प्रसारण को मजबूत करें:** प्रसार भारती को अपने ओटीटी प्लेटफॉर्म और प्रसारण बुनियादी ढांचे को बढ़ाने के लिए संसाधन प्रदान करें।
- 4. डीटीटी सेवाओं का विस्तार:** डिजिटल टेरिस्ट्रियल टेलीविजन (डीटीटी) का निजीकरण टीवी डार्क होम को कवर सकता है और डिजिटल उपकरणों को पाठ सकता है।

## सैटेलाइट ब्रॉडबैंड: अगला मोर्चा

सैटेलाइट ब्रॉडबैंड की दौड़ तेज हो रही है, जिसमें जियो स्पेसफाइबर, एयरटेल वेब, स्पेसएक्स स्टारलिनक और अमेजन कुइपर जैसे खिलाड़ी बाजार में हिस्सेदारी के लिए होड़ कर रहे हैं। सैटेलाइट ब्रॉडबैंड दूरदराज



broadband offers high-speed internet in remote areas, its steep pricing (Rs. 5,000-Rs.10,000/month) makes it less competitive against cable internet for now.

### Key Developments:

- ◆ Reliance Jio is integrating satellite broadband with telecom services.
- ◆ Airtel OneWeb targets B2B services using a LEO satellite constellation.
- ◆ SpaceX Starlink awaits regulatory clearance for Indian operations.
- ◆ Amazon's Project Kuiper plans to deploy 3,236 satellites globally, including India.

### CONCLUSION

The Indian broadcasting industry is at a crossroads, grappling with rapid technological advancements and shifting consumer preferences. TRAI's push for a data-driven policy framework, robust regulatory mechanisms, and technological neutrality is crucial for sustainable growth.

While OTT platforms and satellite broadband dominate headlines, legacy distribution must adapt swiftly to remain competitive. The future hinges on collaborative efforts between stakeholders to build a thriving, inclusive ecosystem that caters to diverse consumer needs while fostering innovation and investment. ■

में हाई स्पीड इंटरनेट प्रदान करता है, इसकी ऊंची कीमत (5-10 हजार रुपये प्रति माह) केवल इंटरनेट के मुकाबले कम प्रतिस्पर्धी बनाती है।

### महत्वपूर्ण विकास

- ◆ रिलायंस जियो सैटेलाइट ब्रॉडबैंड को दूरसंचार सेवाओं के साथ एकीकृत कर रहा है।
- ◆ एयरटेल वनवेब लियो सैटेलाइट समूह का उपयोग करके बी2बी सेवाओं को लक्षित करता है।
- ◆ स्पेसएक्स स्टारलिनक भारतीय परिचालन के लिए विनियामक मंजूरी का इंतजार कर रहा है।
- ◆ अमेजन के प्रोजेक्ट कुइपर की योजना भारत सहित वैश्विकस्तर पर 3236 सैटेलाइटों को तैनात करने की है।

### निष्कर्ष

भारतीय प्रसारण उद्योग एक चौराहे पर खड़ा है जो तेजी से हो रही तकनीकी प्रगति और बदलती उपभोक्ता प्राथमिकताओं से जुड़ा रहा है। डेटा संचालित नीति ढांचे, मजबूत विनियामक तंत्र और तकनीकी तटस्थता के लिए ट्राई का जोर सतत विकास के लिए महत्वपूर्ण है।

हालांकि ओटीटी प्लेटफॉर्म और सैटेलाइट ब्रॉडबैंड सुविधियों में छाये हैं, प्रतिस्पर्धी बने रहने के लिए विरासत वितरण को तेजी से अनुकूलित करना होगा। भविष्य हितधारकों के बीच सहयोगात्मक प्रयासों पर निर्भर करता है ताकि एक संपन्न, समावेशी पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण किया जा सके, जो नवाचार और निवेश को बढ़ावा देते हुए विविध उपभोक्ता जरूरतों को पूरा करता हो। ■