

MEDIA BEAT

An occasional column on significant developments in the media world

By Ashok Mansukhani
Advocate Bombay High Court.

Specialist in Multi Media Law and Regulation/
Corporate Law and Regulation and Taxation.



मीडियाबीट

मीडिया की दुनिया में महत्वपूर्ण घटनाओं
पर एक सामयिक स्तंभ

लेखक: अशोक मनसुखानी

एडवोकेट बॉम्बे हाई कोर्ट

मल्टी मीडिया कानून और रेग्यूलेशन/कॉर्पोरेट कानून और रेग्यूलेशन
और टैक्सेशन के विशेषज्ञ।

IPL RIGHTS MAY DETERMINE FUTURE OF TV MEDIA

The high price paid for IPL digital rights is indicative of the massive shift away from legacy TV media.

This column analyses how Star and Viacom will cope with record price paid. Other topics: Will there be a NTO:3 and future shape of Zee group.

A. IPL BONANZA FOR BCCI / EXCITING TIMES FOR M/E INDUSTRY

1. The successful culmination of the grant of **IPL Rights for 2023-2027** is a stunning victory for the BCCI Management ably led by Mr Jay Shah. Four packages were hotly contested and ultimately yielded a record sum of **Rs. 48390.50 crores**. This has helped **IPL** to be the second only to the National **Football League** as one of the most expensive sports properties.
2. **Disney Star India** won **Package A TV rights for Rs 23,575 crores**. **Viacom 18** paid **Rs 23,758 crores for Package B and C Digital rights**. **Viacom** jointly shared **Package D with Times Internet**. It won three significant international territories—Australia-New Zealand, UK-Europe and South Africa. **Times Internet** won the remaining two territories, the US, the Middle East, and North Africa (MENA).



**INDIAN
PREMIER
LEAGUE**

टीवी मीडिया का भविष्य तय कर सकता है आईपीएल अधिकार

आईपीएल डिजिटल अधिकारों के लिए भुगतान की गयी उच्च कीमत पारंपरिक टीवी मीडिया से बड़े पैमाने पर बदलाव का संकेत है। यह कॉलम विश्लेषण करता है कि स्टार और वायकॉम भुगतान किये गये रिकॉर्ड मूल्य का कैसे सामना करेंगे। अन्य विषय: क्या कोई एनटीओ 3 होगा और जी समूह के भविष्य का आकार।

ए. बीसीसीआई के लिए आईपीएल बोनांजा/ एम/ई उद्योग के लिए रोमांचक समय

1. **2023-2027** के लिए **आईपीएल अधिकार** प्रदान करने की सफल परिणिति श्री जय शाह के नेतृत्व में बीसीसीआई प्रबंधन के लिए एक आश्चर्यजनक जीत है। चार पैकेजों का जोरदार मुकाबला हुआ और अंततः **48390.50 करोड़ रुपये** की रिकॉर्ड राशि प्राप्त हुई। इसने **आईपीएल** को सबसे महंगी खेल संपत्तियों में से एक के रूप में नेशनल **फुटबॉल लीग** के बाद दूसरा स्थान हासिल करने में मदद की।
2. **डिज्नी स्टार इंडिया** ने **23,575 करोड़ रुपये** में **पैकेज ए टीवी अधिकार** जीते। **वायकॉम 18** ने **पैकेज बी और सी डिजिटल अधिकारों** के लिए **23758 करोड़ रुपये** का भुगतान किया। **वायकॉम** ने **पैकेज डी** को **संयुक्त रूप से टाइम्स इंटरनेट के साथ साझा** करेगा। इसने तीन महत्वपूर्ण अंतरराष्ट्रीय क्षेत्रों—ऑस्ट्रेलिया-न्यूजीलैंड, यूके-यूरोप और दक्षिण अफ्रीका को जीता। **टाइम्स इंटरनेट** ने शेष दो क्षेत्रों यूएस, मध्य पूर्व और उत्तरी अफ्रीका (एमईएनए) को जीत लिया।

3. This massive price is no surprise and has generally been hailed by most media, barring some analysts. In the **Business Standard**, renowned media analyst **Ms Vanita Kohli Khandekar** raised a critical doubt that these prices are “*a cause of concern, not a celebration*”. Her moot point is that the NFL operates in a **700 billion USD** revenue market, “*36 times the entire Indian media and entertainment space.*” She estimates that the entire Indian media, entertainment, and OTT business is a mere **22 billion dollars** in subscription and advertisement revenue. “*In the past five years, IPL was monetised 70% through TV and 30% through Digital,*” but now joint selling will not happen. To her, IPL is an “*unsustainable media bubble.*” She forecasts that companies like **Zee/Sony** that did not win the rights will become more profitable.
4. She quotes **Mr Vivek Couto** of **Media Partners Asia** to estimate that the mature Indian TV market reaches **900 million viewers**, but digital reaches only **460 million**. The analyst blames **NTO 2** for reduced TV revenues and states that digital subscription revenues do not exceed **Rs. 5000 crores**.
5. Another significant doubt she raises is that the **FICCI Frames** latest report estimates compounded annual future growth rate of **13%**. Still, content costs have shot up between **40-50%**. So, the economics do not make sense to her. Her closing comment is, “*India may be a high volume, high growth media market, but on unit value and monetisation, it has always disappointed investors.*”
6. Her views were rejected by well-known media guru **Mr Amit Khanna** who argued that “*all the players have enough money to grow the market. The digital market is expected to grow 100% per annum.*” He feels “*M & E & Sports is no longer a game for the weak-hearted or small players.*”
7. Another leading sports journalist, **Mr Thomas Abraham**, wrote a brilliant analysis of the economics of IPL bidding before the announcement of the final rights holders. He surmised that when **Star India** had won combined rights for **Rs. 16,347.50 crores**, if total input costs (media rights servicing fees plus overhead costs for delivering the event over five seasons) were considered, the *overall loss* that **Disney** incurred would exceed **Rs. 1000 crores**.
3. यह भारी कीमत कोई आश्चर्य की बात नहीं है और आमतौर पर कुछ विश्लेषकों को छोड़कर अधिकांश मीडिया द्वारा इसका स्वागत किया गया है। **बिजनेस स्टैंडर्ड** में प्रसिद्ध मीडिया विश्लेषक **सुश्री वनिता कोहली खांडेकर** ने गंभीर संदेह उठाया है कि ये कीमतें “*चिंता का कारण हैं*”, उत्सव नहीं, उनका तर्क यह है कि एनएफएल **700 बिलियन अमेरिकी डॉलर** के राजस्व बाजार में काम करता है, “*संपूर्ण भारतीय मीडिया और मनोरंजन उद्योग का 36 गुना*। उनका अनुमान है कि संपीर्ण भारतीय मीडिया, मनोरंजन और ओटीटी व्यवसाय सदस्यता और विज्ञापन राजस्व में मात्र **22 बिलियन डॉलर** है। “*पिछले पांच वर्षों में टीवी के माध्यम से आईपीएल का 70% और डिजिटल माध्यम से 30% का मुद्रीकरण किया गया था, लेकिन अब संयुक्त विक्री नहीं होगी। उसके लिए आईपीएल एक ‘टिकाऊ मीडिया बुलबुला’ है। वह भविष्यवाणी करती है कि जी/सोनी जैसी कंपनियां, जो अधिकार नहीं जीत पायीं, वे अधिकार अधिक लाभदायक हो जायेंगे।*”
4. उन्होंने **मीडिया पार्टनर्स एशिया** के **श्री विवेक कूटो** को उद्धृत करते हुए अनुमान लगाया कि परिपक्व भारतीय टीवी बाजार **900 मिलियन दर्शकों** तक पहुंचता है, लेकिन डिजिटल सिर्फ **460 मिलियन** तक पहुंचता है। विश्लेषक टीवी राजस्व में कमी के लिए **एनटीओ 2** को दोषी मानते हैं और कहते हैं कि डिजिटल सदस्यता राशि **5000 करोड़ रुपये** अधिक नहीं है।
5. एक और महत्वपूर्ण संदेह जो वे उठाती हैं, वे यह है कि **फिक्की फ्रेम्स** की नवीतम रिपोर्ट का अनुमान है कि भविष्य की वार्षिक वृद्धि दर **13%** है। फिर भी, सामग्री की लागत **40-50%** के बीच बढ़ी है। इसलिए, अर्थशास्त्र उनके लिए मायने नहीं रखता है। उनकी समापन टिप्पणी है “*भारत एक उच्च मात्र, उच्च विकास मीडिया बाजार हो सकता है, लेकिन इकाई मूल्य और मुद्रीकरण पर, इसने निवेशकों को हमेशा निराश किया है।*”
6. उनके विचारों को जाने माने मीडिया गुरु श्री अमित खन्ना ने खारिज कर दिया, जिन्होंने तर्क दिया कि “*सभी खिलाड़ियों के पास बाजार को विकसित करने के लिए पर्याप्त पैसा है। डिजिटल बाजार के प्रतिवर्ष 100% बढ़ने की उम्मीद है।*” उन्हें लगता है कि एम एंड ई एंड स्पोर्ट्स अब कमजोर दिल वाले या छोटे खिलाड़ियों के लिए एक खेल नहीं है।
7. एक अन्य प्रमुख खेल पत्रकार, **श्री थॉमस अब्राहम** ने अंतिम अधिकार धारकों की घोषणा से पहले आईपीएल बोली प्रक्रिया का एक शानदार विश्लेषण लिखा है। उन्होंने अनुमान लगाया कि जब **स्टार इंडिया** ने **16347.50 करोड़ रुपये** के संयुक्त अधिकार जीते थे, अगर कुल इनपुट लागत (मीडिया अधिकार सेवा शुल्क और पांच सत्रों में कार्यक्रमों को वितरित करने के लिए ओवरहेड लागत) पर विचार किया जाता है तो **डिजी** को होने वाला कुल नुकसान **1000 करोड़ रुपये** से अधिक होगा।

8. But he did admit that with **Star** holding both IPL and ICC rights, it earned a high strategic value. Secondly, its cricket rights had a significant role to play in the overall value of Fox in **2019 of USD 16.5 billion** when the sale was happening. He admitted that IPL rights were a crucial driver in the growth of **Disney Hotstar**. But of course, foresight is not always correct, as subsequent events showed.

9. While it will never be known why Mr Uday Shankar left **Disney Star India**, the “high price” paid for the IPL rights expiring in **2023** (now looking very moderate) was perhaps a factor for the conservative Disney Board. When **Disney Star** has now to be content only with TV rights, Disney said it has **70 channels** which can be used to also promote **Disney-Hotstar**. The company said, “We made disciplined bids (for TV rights) focusing on long-term value.”



10. One factor appears to be that the total **Disney Hotstar** revenue is less than **500 million USD** which does not justify exorbitant digital rights fees. **Disney Hotstar** feels it has “lots of other content” and is quoted as saying, “it does not see its business evaporating if it did not get the digital rights”. Analysts expect that the loss of digital rights will lead to a more reasonable expectation of shareholders.



11. While **Viacom** is celebrating the grant of digital rights, no doubt helped mainly by the business acumen of **Mr James Murdoch** and **Mr Uday Shankar**, who is in partnership with **Viacom** through their **Bodhi Tree Systems** – a platform of **Lupa Systems**, there are many challenges for both the key winners.



Bodhi Tree

12. Some of the figures are mind-boggling. One estimate is that for **410 matches** and **240 balls per match** (excluding extras), the absolute right for the next five years is **Rs. 48390 crores**, meaning for each of the **98400 balls** that will be bowled in the next season starting in **2023**, each ball bowled will be worth **Rs. 50 lakhs!**

13. **Viacom Digital** has deep pockets to absorb losses.

8. लेकिन उन्होंने स्वीकार किया कि **स्टार** के पास आईपीएल और आईसीसी दोनों अधिकार हैं, इसने एक उच्च रणनीतिक मूल्य अर्जित किया है। दूसरे, **2019** में फॉक्स के कुल मूल्य में **16.5 बिलियन अमेरिकी डॉलर** की विक्री के समय इसमें क्रिकेट अधिकारों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभायी थी। उन्होंने स्वीकार किया कि **डिज्नी हॉटस्टार** के विकास में आईपीएल अधिकार एक महत्वपूर्ण चालक थे। लेकिन निश्चित रूप से दूरदर्शिता हमेशा सही नहीं होती है, जैसा कि बाद की घटनाओं ने दिखाया।

9. हालांकि यह भी पता नहीं चलेगा कि श्री उदय शंकर ने **डिज्नी स्टार इंडिया** को क्यों छोड़ा, **2023** में समाप्त होने वाली आईपीएल अधिकारों के लिए भुगतान की गयी ‘उच्च कीमत’ (अब बहुत उदार दिख रही है) शायद रुढ़िवादी डिज्नी बोर्ड के लिए एक कारक थी। जबकि अब **डिज्नी स्टार** को केवल टीवी अधिकार से ही संतुष्ट होना पड़ेगा, तो डिज्नी ने कहा कि उनके पास **70 चैनल** हैं जिसका उपयोग **डिज्नी-हॉटस्टार** को बढ़ावा देने के लिए भी किया जा सकता है। कंपनी ने कहा ‘हमने लंबी अवधि के मूल्य पर ध्यान केंद्रित करते हुए अनुशासित बोली (टीवी अधिकारों के लिए) लगायी।’

10. एक कारण यह प्रतीत होता है कि **डिज्नी-हॉटस्टार** का कुल राजस्व **500 मिलियन अमेरिकी डॉलर** से कम है जो अत्यधिक डिजिटल अधिकार शुल्क को उचित नहीं ठहराता है। **डिज्नी हॉटस्टार** को लगता है कि उनके पास बहुत अधिक अन्य सामग्री है और उसे यह कहते हुए उद्भूत किया गया है कि ‘अगर इसे डिजिटल अधिकार नहीं मिले तो वह अपने व्यवसाय को वापित नहीं देखेगा। विश्लेषकों को उम्मीद है कि डिजिटल अधिकारों के नुकासान से शेयरधारकों की अधिक उचित अपेक्षा होगी।

11. एक ओर **वायकॉम** डिजिटल अधिकारों का जश्न मना रहा है, इसमें कोई संदेह नहीं है कि मुख्य रूप से **श्री जेम्स मरडोक** और **श्री उदय शंकर** के व्यापारिक कौशल से मदद मिली है, जो अपने **बोधि ट्री सिस्टम्स** के माध्यम से **वायकॉम** के साथ साझेदारी में हैं—**लुपा सिस्टम्स** एक प्लेटफॉर्म है। इसके अलावा दोनों विजेताओं के लिए कई चुनौतियां भी हैं।

12. कुछ आंकड़े दिमाग को झकझोर देने वाले हैं। एक अनुमान यह है कि **410 मैचों** और **240 गेंदों** प्रति मैच (अतिरिक्त को छोड़कर) के लिए, अगले पांच वर्षों के लिए पूर्ण अधिकार **48390 करोड़ रुपये** हैं जिसका अर्थ है **98400 गेंदों** में से प्रत्येक के लिए जो **2023** में शुरू होने वाले अगले सत्र में फेंकी जायेगी, फेंके गये प्रत्येक गेंद की कीमत **50 लाख रुपये** होगी!



It plans to expand IPL's reach by covering homes that cannot catch IPL on TV. A significant comment by Ms Nita Ambani, Director **RIL**, states, "just like with everything we do, our mission is to take the joyful experience of IPL to fans wherever they are in every part of our country and around the world."

14. A critical force multiplier for **Viacom** will be the massive reach of **Jio Mobile** with **405 million** subscribers and, to some extent **Jio Fibre**. This partnership will help ensure a default base growing by leaps and bounds every month. In **April 2022**, **Jio** added another **16.80 lakh** new subscribers. **Jio** has **93.39** per cent, active subscribers. **Jio** continues to have the largest share of the mobile pie at **35.50** per cent of **1.143 billion** subscribers.
15. With everyday life returning to India after 26 months of lockdown, IPL ratings have steeply fallen. This was one reason **Sony TV** felt that the base tender price was "too high". There are many other factors for this phenomenon. The new teams like **Gujarat Titans** and **Lucknow Super Giants** are still to pick up a dedicated number of fans. The misfiring of **Chennai Super Kings** and **Mumbai Indians** caused disappointment to millions of their followers.
16. A fascinating comment has come from the "founder" of IPL, **Mr Lalit Modi**, safely ensconced in London, who says he feels that even the current rights (**2023-2027**) values are moderate. He forecasts that

- ❖ "I think digital rights will go three-four times television in the next five years. That is if we get our act right. Money should be spent on technology on digital platforms. The feel has to change. New technologies will bring user experience to a better level. Right now, we are not doing it. BCCI needs to put in the money."
- ❖ We have got newer and newer fan bases that are joining in. Still, their experience has not been so good in India today as far as watching it on a particular platform," Mr Lalit Modi told **NDTV**.



13. **वायकॉम डिजिटल** के पास घाटे को अवशोषित करने के लिए बहुत बड़ी जेब है। यह उन घरों को कवर करके आईपीएल की पहुंच का विस्तार करने की योजना बना रहा है जो टीवी पर आईपीएल नहीं देख सकते हैं। सुश्री नीता अंबानी, निदेशक **आरआईएल** ने एक महत्वपूर्ण टिप्पणी में बताया है कि 'हम जो कुछ भी करते हैं, ठीक उसी तरह, हमारा मिशन आईपीएल के आनंदमय अनुभव को प्रशंसकों तक पहुंचाना है, जो कि वे देश के हर हिस्से और दुनिया भर में हैं।'

14. **वायकॉम** के लिए एक महत्वपूर्ण बल गुणक **जियो मोबाइल** की **405** मिलियन ग्राहकों के साथ व्यापक पहुंच होगी, और कुछ हद तक जियो फाइबर। यह साझेदारी हर महीने छलांग और सीमा से बढ़ने वाले डिफॉल्ट आधार को सुनिश्चित करने में मदद करेगी। **अप्रैल 2022** में जियो ने और **16.80** लाख स्वयंकाइवर जोड़े। जियो के पास **93.39** प्रतिशत सक्रिय ग्राहक हैं। जियो के पास **1.143** बिलियन ग्राहकों में से **35.50** प्रतिशत मोबाइल बाजार का सबसे बड़ा हिस्सा है।

15. **26** महीने के लॉकडाउन के बाद भारत में रोजमर्रा की जिंदगी लौटने के साथ, आईपीएल की रेटिंग में भारी गिरावट आयी है। यह एक कारण था **सोनी टीवी** को लगा कि बेस टेंडर की कीमत बहुत अधिक थी। इस स्थिति विकास के लिए कई अन्य कारक भी हैं। **गुजरात टाइटन्स** और **लखनऊ सुपरजाइंट्स** जैसी नयी टीमों को अभी भी प्रशंसकों की एक समर्पित संख्या लेनी है। **चेन्नई सुपर किंग्स** और **मुंबई इंडियंस** की मिसफायरिंग से उनके लाखों प्रशंसकों को निराशा हुई है।
16. आईपीएल के संस्थापक **श्री ललित मोदी** की ओर से एक आकर्षक टिप्पणी आयी है, जो लंदन में सुरक्षित रूप से रह रहे हैं, जो कहते हैं कि उन्हें लगता है कि मौजूदा अधिकार (**2023-2027**) मूल्य भी मध्यम है। उन्होंने भविष्यवाणी की है कि:

- ❖ मुझे लगता है कि डिजिटल अधिकार अगले पांच वर्षों में टेलीविजन के तीन-चार गुना हो जायेगा, वशर्ते की हम अपनी हरकत ठीक कर लें। डिजिटल प्लेटफॉर्म पर तकनीकी पर पैसा खर्च किया जाना चाहिए। अहसास बदलना होगा। नयी तकनीकियां उपयोगकर्ता अनुभव को बेहतर स्तर पर लायेगी। अभी, हम ऐसा नहीं कर रहे हैं। वीसीसीआई को पैसा लगाने की जरूरत है।
- ❖ हमारे पास नय और नये प्रशंसक आधार हैं जो इसमें शामिल हो रहे हैं। फिर भी, उनका अनुभव भारत में इतना अच्छा नहीं रहा है जितना कि इसे एक विशेष प्लेटफॉर्म पर देखना। श्री ललित मोदी ने ये बात **एनडीटीवी** को बताया।

COMMENT:

- ◆ *BCCI has announced a new player's calendar from June 2022 to November 2023. This back-breaking schedule can lead to viewer fatigue apart from burning out players unless rotations are done scientifically.*
- ◆ *On June 18, 2022, Mr Jay Shah revealed that BCCI was in talks with ICC to "stretch the playing window" of the League to increase the matches to 74 in 2023 and 2024 and 84 to 94 in later seasons. Is BCCI too ambitious? Time will tell.*
- ◆ *Meanwhile, this writer expects bold new strategies to be adopted by both Star and Viacom to realise profits for their shareholders and justify the crazy valuations.*
- ◆ *While Disney Star retains the TV rights for another five years, they will be challenged to sell ad spots and sponsorships at higher prices because earlier, they had both TV and Digital rights but will now only have TV Rights.*
- ◆ *There is a very pronounced amount of cord-cutting happening for traditional TV viewing. The massive growth of Free Dish has cut into the pay subscriber base in the past 3 years.*
- ◆ *Blended selling will not be possible without innovative marketing by both Disney Star and Viacom.*
- ◆ *This writer wonders whether Star will offer IPL matches on an ad-sharing basis to Free Dish and reaches out to approximately 45 million viewers, likely to go up to 60 million by 2025?*
- ◆ *Would Viacom finally utilise its revolutionary Jio Box to provide 4 K television digitally on Smart TV, considering that these sales are rising exponentially? The latest number of Smart TVs in India shows that they have captured a 40% share in the overall TV market in the price range of Rs. 10,000 to Rs. 20,000.*
- ◆ *Business Fortunes favour the bold, and these are exciting times for the Media and Entertainment Industry.*

टिप्पणी

- ◆ वीसीसीआई ने जून 2022 से नवंबर 2023 तक एक नये खिलाड़ी कैलेंडर की घोषणा की है। जब तक वैज्ञानिक तरीके से रोटेशन नहीं किया जाता है तब तक यह बैक-ब्रेकिंग शेड्यूल दर्शकों को थकाने के अलावा खिलाड़ियों को थका सकता है।
- ◆ 18 जून 2022 को श्री जय शाह ने खुलासा किया कि वीसीसीआई आईसीसी के साथ बातचीत कर रहा था ताकि 2023 और 2024 में मैचों को बढ़ाकर 74 और बाद के सीजन में 84 से 94 करने के लिए लीग की 'प्लेइंग विंडो' को बढ़ाया जा सके। क्या वीसीसीआई बहुत महत्वाकांक्षी है? यह समय ही बतायेगा।
- ◆ इस बीच, इस लेखक को उम्मीद है कि स्टार और वायकॉम दोनों अपने शेयरधारकों को मुनाफे का एहसास करने और क्रेजी मूल्यांकन को सही ठहराने के लिए साहसिक नयी रणनीति अपनायेंगे।
- ◆ हालांकि डिज्नी स्टार अगले पांच वर्षों के लिए टीवी अधिकारों को बरकरार रखेगा, लेकिन उन्हें विज्ञापन स्पॉट और प्रायोजन को अधिक कीमतों पर बेचने की चुनौती दी जायेगी। क्योंकि पहले उनके पास टीवी और डिजिटल दोनों अधिकार थे, लेकिन अब केवल टीवी अधिकार होंगे।
- ◆ पारंपरिक टीवी देखने के लिए बहुत स्पष्ट मात्रा में कॉर्ड-कटिंग हो रही है। फ्री डिश की भारी वृद्धि ने पिछले 3 वर्षों में पें सब्सक्राइबर बेस में कमी की है।
- ◆ डिज्नी-स्टार और वायकॉम दोनों द्वारा नयी तरह की मार्केटिंग के बिना मिश्रित बिक्री संभव नहीं होगी।
- ◆ इस लेखक को आश्चर्य है कि क्या स्टार आईपीएल मैचों को विज्ञापन-साझाकरण के आधार पर फ्री डिश पर पेश करेगा और लगभग 45 मिलियन दर्शकों तक पहुंचेगा, जिसके 2025 तक 60 मिलियन दर्शकों तक पहुंचने की संभावना है?
- ◆ क्या वायकॉम अंततः अपने क्रांतिकारी जियो बॉक्स का उपयोग स्मार्ट टीवी पर डिजिटल रूप से 4के टेलीविजन प्रदान करने के लिए करेगा, यह देखते हुए कि ये बिक्री तेजी से बढ़ रही है? भारत में स्मार्ट टीवी की नवीनतम संख्या से पता चलता है कि उन्होंने भारत में समग्र टीवी बाजार में 10,000 रुपये से 20,000 रुपये की कीमत सीमा में 40% हिस्सेदारी हासिल कर ली है।
- ◆ व्यावसायिक भाग्य साहसी लोगों का पक्ष लेता है और यह मीडिया व मनोरंजन उद्योग के लिए रोमांचक समय है।

B. WILL NTO:2 BE REPLACED BY NTO:3?

1. India has had a Cable and DTH tariff regime for the past 18 years. This has led to many Tribunal and Courtroom battles to the Supreme Court, but tariff controls have continued. Broadcasters have spent crores in litigation fees over the past 18 years. Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) has won most of the Tariff Battles with massive (and unacknowledged) solid courtroom litigation support from the Cable/MSO industry.
2. Currently, the bone of contention is whether **New Tariff Order: 2 (NTO:2)** should be scrapped/amended or replaced by a **New Tariff Order (N.T.O.:3)**?
3. The current **N.T.O.:2** has already undergone more than two years of litigation in the Bombay High Court and the Supreme Court. In its order dated, the Bombay High Court had upheld the constitutionality of **Section 11 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997** in its order of **01.07.2021**, under which the **NTO:2** was issued.
4. The Broadcasters filed a series of appeals to the Supreme Court in **2021** against the Bombay High Court Judgment but failed to get a stay of the judgment. Ultimately the Supreme Court asked the parties to complete all the pleadings and fixed hearings for early **2022**.
5. Meanwhile, there was a change of the Minister and TRAI Chairman, leading to a rethink of whether the disputes could be settled out of Court. This ultimately culminated in Broadcasters withdrawing their appeals. After discussions with the entire Industry, TRAI has issued a new Consultation paper highlighting various issues raised by service providers for feedback on **NTO:2**.
6. The Consultation Paper titled *Issues related to New Regulatory Framework for Broadcasting and Cable Services New Delhi, India, dated May 7, 2022*, discusses the present-day Regulatory framework. It



बी. क्या एनटीओ:२ को एनटीओ:३ में बदला जायेगा?

1. भारत में पिछले 18 वर्षों से केवल और डीटीएच टैरिफ व्यवस्था है। इसके कई ट्रिब्यूनल और कोर्ट रूम की लड़ाई सुप्रीम कोर्ट में की है, लेकिन टैरिफ नियंत्रण जारी है। प्रसारकों ने पिछले 18 वर्षों में मुकदमेवाजी शुल्क में करोड़ों खर्च किये हैं। भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) ने केवल/एमएसओ उद्योग से बड़े पैमाने पर (और अनजाने) टोस अदालती मुकदमेवाजी समर्थन के साथ अधिकांश टैरिफ लड़ाई जीती है।
2. वर्तमान में, विवाद की जड़ यह है कि क्या **नया टैरिफ आदेश: 2 (एनटीओ:२)** को समाप्त/संशोधित किया जाना चाहिए या एक **नये टैरिफ आदेश (एन.टी.ओ:३)** द्वारा प्रतिस्थापित किया जाना चाहिए?
3. वर्तमान **एन.टी.ओ:२** पहले ही बॉम्बे हाई कोर्ट और सुप्रीम कोर्ट में दो साल से अधिक समय से मुकदमेवाजी चल रही है। बंबई उच्च न्यायालय ने दिनांक **01.07.2021** के अपने आदेश में **भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997** की धारा 11 की संवैधानिकता को बरकरार रखा था, जिसके तहत **एनटीओ:२.0** जारी किया गया था।
4. प्रसारकों ने बॉम्बे हाई कोर्ट के फैसले के खिलाफ **2021** में सुप्रीम कोर्ट में अपील की एक श्रृंखला दायर की, लेकिन फैसले पर रोक लगाने में विफल रहे। आखिरकार सुप्रीम कोर्ट ने पार्टियों को **2022** की शुरुआत में सभी दलीलों और निश्चित सुनवाई को पूरा करने के लिए कहा।
5. इस बीच मंत्री और ट्राई के अध्यक्ष को बदल दिया गया, जिससे इस पर पुनर्विचार हुआ कि क्या विवादों को अदालत के बाहर सुलझाया जा सकता है। अंततः प्रसारकों ने अपील वापस ले ली। पूरे उद्योग के साथ चर्चा के बाद, ट्राई ने एक नया परामर्श पत्र जारी किया, जिसमें **एनटीओ:२** पर प्रतिक्रिया के लिए सेवा प्रदाताओं द्वारा उठाये गये विभिन्न मुद्दों पर प्रकाश डाला गया है।
6. **प्रसारण और केबल सेवा के लिए नये नियामक ढांचे से संबंधित मुद्दे** शीर्षक वाले परामर्श पत्र, नयी दिल्ली, भारत, दिनांक **7 मई 2022**, वर्तमान नियामक ढांचे पर चर्चा करता

shares some vital data-based observations, which are an eyeopener on the present state of the Broadcasting and Cable Industry.

Para 1.22 -Trend in TV viewership/Revenue Projections

- ❖ *During the last more than one-year (approx. 8 quarters) total, the active number of DTH subscribers has decreased from 70.99 million to 68.89 million.*
- ❖ *Similarly, the number of total active subscribers of major MSOs/HITS operators having more than 1 million subscribers has decreased from 47.58 million to 45.55 million.*
- ❖ *The revenue of Broadcasters and DPOs is projected to decrease in FY 2020-21. The advertisement revenue of Broadcasters is also projected to decrease in FY 2020-21.*

Para 1.23/1.24 - Easy availability of OTT posing a serious challenge to traditional TV viewership.

- ❖ *“In 2013, there were only a few OTT platforms in India with very few viewers. In 2020 there were over 40 OTT video platforms in India with 400 million customers, which are expected to grow to 555 million in 2022.*
- ❖ *In the 2020 financial year (FY), despite an overall slump in the economy, the digital and OTT sector registered a growth of 26 per cent, the highest increase amongst other M&E industry segments.”*

Paras 1.25/1.26- A Regulator needs to be aware of and (endeavour to) address pending issues of the Industry

- ❖ *“The above trends indicate that the Television Broadcasting Sector is facing challenges due to pandemics and other geopolitical conditions. A Regulator needs to be aware of and address the issues to enable the growth of the Industry.*
- ❖ *During the interactions, Stakeholders have made it clear that implementing Tariff Amendment Order 2020 in its current form will cause large-scale disruptions. This may aggravate the current issues faced by the sector.*



है। यह कुछ महत्वपूर्ण डेटा आधारित टिप्पणियों को साझा करता है, जो प्रसारण और केवल उद्योग की वर्तमान स्थिति पर आंखें खोलने वाला है।

पैरा 1.22-टीवी दर्शकों की संख्या/राजस्व अनुमानों में रुझान

- ❖ पिछले एक वर्ष से अधिक (लगभग 8 तिमाहियों) के दौरान, डीटीएच ग्राहकों की सक्रिय संख्या **70.99 मिलियन** से घटकर **68.89 मिलियन** हो गयी।
- ❖ इसी तरह प्रमुख एमएसओ/एचआईटीएस ऑपरेटर्स को **1 मिलियन** से अधिक ग्राहकों वाले कुल सक्रिय ग्राहकों की संख्या **47.58 मिलियन** से घटकर **45.55 मिलियन** रह गयी।
- ❖ वित्त वर्ष **2020-21** में प्रसारकों और डीपीओएस के राजस्व में कमी का अनुमान है। प्रसारकों के विज्ञापन राजस्व में भी वित्त वर्ष **2020-21** में कमी का अनुमान है।

पैरा 1:23/1:24 -ओटीटी की आसान उपलब्धता पारंपरिक टीवी दर्शकों के लिए एक गंभीर चुनौती है।

- ❖ **2013** में भारत में वृहत कम दर्शकों के साथ कुछ ही ओटीटी प्लेटफॉर्म थे। **2020** में **400 मिलियन** ग्राहकों के साथ भारत में **40** से अधिक ओटीटी वीडियो प्लेटफॉर्म थे, जो **2022** में बढ़कर **555 मिलियन** हो जाने की उम्मीद है।
- ❖ **2020** के वित्तीय वर्ष (वित्त वर्ष) में, अर्थ व्यवस्था में समग्र मंदी के बावजूद, **डिजिटल और ओटीटी क्षेत्र ने 26% की वृद्धि दर्ज की, जो अन्य एम एंड ई उद्योग क्षेत्रों में सबसे अधिक वृद्धि है।**

पैरा 1.25/1.26 एक नियामक को उद्योग के लंबित मुद्दों के बारे में पता होना चाहिए और (प्रयास करना) चाहिए।

- ❖ उपरोक्त प्रवृत्तियों से संकेत मिलता है कि महामारी और अन्य भू-राजनीतिक स्थितियों के कारण टेलीविजन प्रसारण क्षेत्र चुनौतियों का सामना कर रहा है। एक नियामक को उद्योग के विकास को सक्षम करने के लिए मुद्दों के बारे में जागरूक होने और उन्हें संबोधित करने की आवश्यकता है।
- ❖ वातचीत के दौरान हितधारकों ने यह स्पष्ट कर दिया है कि **टैरिफ संशोधन आदेश 2020** को अपने वर्तमान स्वरूप में लागू करने से **बड़े पैमाने पर व्यवधान** उत्पन्न होंगे। इससे इस क्षेत्र की समस्या और बढ़ सकती है।

- ❖ *Almost all the stakeholders opined that the tariffs announced by the Broadcasters will cause large-scale changes in consumer offerings. The DPOs/ LCOs will have to obtain revised choices from every consumer.*

INDUSTRY RESPONSES

Key Regulatory Issues as per IBDF

- ◆ *The time is ripe to implement a forbearance model, at least vis-à-vis pricing of channels and packaging of such channels. Assuming that forbearance cannot be implemented immediately, at least the framework for sunset provisions relating to the price/packaging of channels should be identified and notified. (D- ii)*
- ◆ *Price Forbearance is also in line with the Government's vision. (G).*
- ◆ *We remain hopeful that the regulatory overhaul will be undertaken keeping in mind the above fundamental principles and that the Industry can begin to proceed towards a light-touch regulatory regime, as envisaged by TRAI in 2004. (K).*
- ◆ *The formation of bouquets of television channels or bundling of channels is neither unique nor limited to India nor television channel distribution as an industry. (L)*
- ◆ *Opting for an à-la-carte system alone would not only result in complete market disruption as it would require a drastic change being imposed upon consumer behaviour but will also result in higher prices for consumers for the same level of programming diversity. (Q)*



Indian Broadcasting
& Digital Foundation

Specific Responses by IBDF

- ◆ *There should be no prescription of any ceiling price of a channel for inclusion in a bouquet. (Para 1.a. i)*
- ◆ *Market forces will also ensure that these prices remain stable. (Para 1. b. 1).*
- ◆ *Categorising channels as 'popular' for access is not in the public's interest. (Para 2.1)*
- ◆ *Broadcasters and distributors (platforms, should be free to offer a discount on both their à-la-carte and bouquet offerings. (Para 3.1)*

- ❖ *लगभग सभी हितधारकों का मत था कि प्रसारकों द्वारा घोषित टैरिफ उपभोक्ताओं के पेशकशों के मामले में बड़े पैमाने पर बदलाव लायेंगे। डीपीओ/एलसीओ को प्रत्येक उपभोक्ता से संशोधित विकल्प प्राप्त करने होंगे।*

उद्योग प्रतिक्रिया

आईबीडीएफ के मुताबिक प्रमुख नियामक मुद्दे

- ◆ *कम से कम चैनलों के मूल्य निर्धारण और ऐसे चैनलों की पैकेजिंग की तुलना में सहनशीलता मॉडल को लागू करने का समय आ गया है। यह मानते हुए कि सहनशीलता को तुरंत लागू नहीं किया जा सकता है, कम से कम चैनलों की कीमत/पैकेजिंग से संबंधित सूर्यास्त प्रावधानों की रूपरेखा की पहचान की जानी चाहिए और उसे अधिसूचित किया जाना चाहिए। (डी-ii)*
- ◆ *मूल्य सहनशीलता भी सरकार के दृष्टिकोण के अनुरूप है। (जी)*
- ◆ *हम आशावित हैं कि उपरोक्त मूलभूत सिद्धांतों को ध्यान में रखते हुए नियामक ओवरहाल किया जायेगा और यह कि उद्योग 2004 में ट्राई द्वारा परिकल्पित लाइट-टच रेगुलेटरी शासन की ओर बढ़ना शुरू कर सकते हैं। (के)*
- ◆ *टेलीविजन चैनलों के बुके का निर्माण या चैनलों का बंडल न तो अद्वितीय है और न ही भारत तक सीमित है और न ही एक उद्योग के रूप में टेलीविजन चैनल का वितरण। (एल)*
- ◆ *अकेले ए-लॉ-कार्टे प्रणाली का चयन करने से न केवल संपूर्ण बाजार व्यवधान उत्पन्न होगा, क्योंकि इसके लिए उपभोक्ता व्यवहार में भारी बदलाव की आवश्यकता होगी, लेकिन इसके परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं के लिए प्रोग्रामिंग विविधता के समान स्तर के लिए उच्च कीमतें भी होंगी। (क्यू)*

आईबीडीएफ द्वारा विशिष्ट प्रतिक्रियाएं

- ◆ *बुके में शामिल करने के लिए किसी चैनल के अधिकतम मूल्य का कोई निर्धारण नहीं होना चाहिए। (पैरा.1.ए.1)*
- ◆ *वाजार की ताकतें यह भी सुनिश्चित करेंगी कि ये कीमतें स्थिर रहें (पैरा.1.बी.1)*
- ◆ *पहुंच के लिए चैनलों को लोकप्रिय के रूप में वर्गीकृत करना जनता के हित में नहीं है। (पैरा 2.1)*
- ◆ *प्रसारकों और वितरण प्लेटफॉर्मों को अपने ए-लॉ-कार्टे और बुके ऑफरिंग दोनों पर छूट देने के लिए स्वतंत्र होना चाहिए। (पैरा 3.1)*

- ◆ **Channel prices in a bouquet cannot be homogenous, as that would forcefully try to equalise the price of each channel. (Para a- 4.1)**
- ◆ **There is no need for any measures to push à-la-carte choice, which is more costly and less desirable to consumers. (Para b -4.2)**
- ◆ **Imposition of any formula/measure such as the twin condition on the pricing of bouquets or the channels within such bouquets would ignore the complex economics involved in pricing à-la-carte channels as opposed to the pricing of bouquets. (Para c- 4.3)**
- ◆ **Homogeneity in pricing will defeat the objective of bouquet formation. Globally, there is no precedent for mandating homogeneity of channel prices in a bouquet. (Para 5)**
- ◆ **There should not be any cap on the discount that Broadcasters can offer DPOs Such discounts are important market tools to incentivise a DPO's performance. (Para 6 iv).**

Response of All India Digital Cable Operator Federation (AIDCF)

Loss of Subscriber Base/ Price Increase

- ❖ *This trend of (falling subscriber base) is disturbing for the Authority and all stakeholders except the large Broadcasters, who have a presence in the alternative space of OTT services.*
- ❖ *This directly impacts MSOs, DTH operators and LCOs who employ more than 10 lakh people.*
- ❖ *Any price increase will lead to the annihilation of the Industry. (Para 1-4)*

The disparity in OTT Pricing

- ❖ *The average OTT platform's pricing is lower, and the paid content is also advertisement-free to the subscriber. There is no level playing field available to MSOs as the RIO offered to MSOs is not comparable.*
- ❖ *Any attempt to redress the falling subscriber numbers across the Industry cannot be made without creating a level playing field. (Para 9-10)*

- ◆ **बुके में चैनलों की कीमतें समरूप नहीं हो सकती हैं, क्योंकि इससे प्रत्येक चैनल की कीमत को समान रूप से बराबर करने का प्रयास किया जायेगा। (पैरा ए-4.1)**
- ◆ **ए-लॉ-कार्टे पसंद को आगे बढ़ाने के लिए किसी उपाय की आवश्यकता नहीं है, जो उपभोक्ताओं के लिए अधिक महंगा और कम वांछनीय है। (पैरा बी-4.2)**
- ◆ **बुके का मूल्य निर्धारण या ऐसे बुके के भीतर चैनलों पर कोई फॉर्मूला/दोहरे शर्तों को लागू करने से मूल्य निर्धारण के विपरीत ए-लॉ-कार्टे चैनलों के मूल्य निर्धारण में शामिल जटिल अर्थशास्त्र की अनदेखी होगी। (पैरा-4.3)**
- ◆ **मूल्य निर्धारण में एकरूपता बुके बनाने के उद्देश्य को विफल कर देगी। विश्वस्तर पर चैनलों की कीमतों की एकरूपता को एक बुके में अनिवार्य करने के लिए कोई मिसाल नहीं है। (पैरा 5)**
- ◆ **छूट पर कोई सीमा नहीं होनी चाहिए, जो प्रसारक डीपीओ को पेशकश कर सकता है, इस तरह की छूट एक डीपीओ के प्रदर्शन को प्रोत्साहित करने के लिए महत्वपूर्ण बाजार उपकरण है। (पैरा 6 iv)**

ऑल इंडिया डिजिटल केबल ऑपरेटर फेडरेशन (एआई डीसीएफ) की प्रतिक्रिया

सब्सक्राइबर बेस की हानि/मूल्य वृद्धि

- ❖ **(गिरते ग्राहक आधार)** की यह प्रवृत्ति प्राधिकरण और बड़े प्रसारकों को छोड़कर सभी हितधारकों के लिए परेशान करने वाली है जिनकी ओटीटी सेवाओं के वैकल्पिक स्थान में उपस्थिति है।
- ❖ इसका **सीधा असर** एमएसओ, डीटीएच ऑपरेटरों और एलसीओ पर पड़ता है जो 10 लाख से ज्यादा लोगों को रोजगार देते हैं।
- ❖ **किसी भी मूल्य वृद्धि से उद्योग का सर्वनाश हो जायेगा। (पैरा 1-4)**

ओटीटी मूल्य निर्धारण में असमानता

- ❖ औसत ओटीटी प्लेटफॉर्म की कीमत कम है, और सब्सक्राइबरों के लिए भुगतान की गयी सामग्री भी विज्ञापन मुक्त है। **एमएसओ के लिए कोई समान अवसर उपलब्ध नहीं है, क्योंकि एमएसओ के लिए दिया गया रियो तुलनीय नहीं है।**
- ❖ **पूरे उद्योग में गिरते ग्राहकों की संख्या के निवारण का कोई भी प्रयास समान अवसर पैदा किये बिना नहीं किया जा सकता है। (पैरा 9-10)**

An exponential increase in prices of Driver Channels:

- ❖ *Almost all Broadcasters have increased the prices of their driver channel exponentially by 30% to 60%, thereby resulting in the exclusion of such channels from the bouquets as NTO 2.0 has capped the price of the channel to be included in a bouquet at Rs. 12/- (Para 11-12)*
- ❖ *MRP of driver channels of premiere broadcasters has exponentially increased between 200- 400% in around two years, i.e., from 2019 to 2021. (Para 13)*
- ❖ *The Distribution Platform Operators (DPOs) have been stringently subjected to the micromanagement and over-regulation of all revenues. There has been no growth/increase in the revenues earned by the DPOs. (Para 14)*
- ❖ *The recent RIOs and channel prices issued by broadcasters have defeated the primary purpose of the NTO 2.0 regulatory framework. (Para 16)*

AIDCF Views on Pricing of Channels/Ad Cap on Channels/ Discounting/Homogeneity/Distribution Fees

- ❖ *Broadcasters have exploited the pricing freedom to deliberately price the driver channels above the benchmark for inclusion in the bouquet leading to a significant increase in subscriber prices. (Para 1 a.i)*
- ❖ *Therefore, the correct strategy is to cap the overall price of any channel MRP at INR 12/- only. (Para 1.a.ii)*
- ❖ *We would also request Authority to introduce an Ad-Cap.*
- ❖ *The popular channels should be made affordable to the consumer. As suggested above, the MRP of the channel shall be capped at Rs. 12. (Para 2. ii)*

प्रमुख चैनलों की कीमतों में घातीय वृद्धि

- ❖ *लगभग सभी प्रसारकों ने अपने प्रमुख चैनलों की कीमतों में 30% से 60% तक की तेजी से वृद्धि की है, जिसके परिणामस्वरूप ऐसे चैनलों को बुके से बाहर कर दिया गया है क्योंकि एनटीओ 2.0 चैनल की कीमत को बुके में शामिल करने के लिए 12 रुपये (पैरा 11-12) निर्धारित किया है।*
- ❖ *प्रीमियर प्रसारकों के प्रमुख चैनलों के एमआरपीमें लगभग दो वर्षों में यानी 2019 से 2021 तक 200-400% के बीच तेजी से वृद्धि हुई है। (पैरा 13)*
- ❖ *वितरण प्लेटफॉर्म ऑपरेटर (डीपीओ) को सभी राजस्व के सूक्ष्म प्रबंधन और अति-विनियमन के अधीन किया गया है। डीपीओ द्वारा अर्जित राजस्व में कोई वृद्धि/वृद्धि नहीं हुई है। (पैरा 14)*
- ❖ *हालही में प्रसारकों द्वारा जारी किये गये रियो और चैनलों की कीमतों ने एनटीओ 2.0 नियामक ढांचे के प्राथमिक उद्देश्य को विफल कर दिया है। (पैरा 16)*

चैनलों के मूल्य निर्धारण पर एआईडीसीएफ विचार/चैनलों पर विज्ञापन सीमा/छूट/एकरूपता/वितरण शुल्क

- ❖ *प्रसारकों ने बुके में शामिल करने के लिए प्रमुख चैनलों को जानबूझ कर बेंचमार्क से ऊपर रखने के लिए मूल्य निर्धारण की स्वतंत्रता का फायदा उठाया है जिससे ग्राहकों की कीमतों में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है। (पैरा 1 ए.आई)*
- ❖ *इसलिए सही रणनीति यह है कि किसी भी चैनल की एमआरपी की कुल कीमत केवल 12 रुपये रखी जाये। (पैरा 1.ए.ii)*
- ❖ *हम प्राधिकरण से ऐड कैप भी शुरू करने का अनुरोध करेंगे।*
- ❖ *लोकप्रिय चैनलों को उपभोक्ताओं के लिए किफायती बनाया जाना चाहिए। जैसाकि ऊपर सुझाव दिया गया चैनल की एमआरपी 12 रुपये पर सीमित होगा। (पैरा 2.ii)*



INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



ADVERTISE NOW!

Contact: Mob.: +91-7021850198
Tel.: +91-22-6216 5313
Email: scat.sales@nm-india.com

- ❖ *There should be a ceiling on the discount on the sum of a-la-carte prices of channels forming part of bouquets while fixing the MRP of bouquets by Broadcasters so that unwanted channels are not pushed to subscribers increasing the cost to subscribers. (Para 3. i)*
- ❖ *There should be a linkage between Bouquet price and the sum of a-la-carte price so that the pricing is not skewed in favour of the bouquet (Para 3. i)*
- ❖ *The twin conditions methodology in the current regulation is sufficient to define the relationship between a la carte pricing and the channel's bouquet price. Further, homogeneity in the content will help curtail skewed bouquet pricing vs a la carte pricing. (Para 4. v)*
- ❖ *The distribution fee on both a-la-carte and bouquet offerings by the broadcasters should be flat at 35% of MRP to curb anti-regulatory activities by the Broadcasters. This will ensure that the DPOs are not arm twisted to meet unreasonable penetration targets set by the Broadcaster. (Para 6).*

COMMENT

There is a vast gulf between the viewpoints of the Broadcasters and the Multi-System Operators. Broadcasters want to scrap tariff regulations, and Multi-System Operators want tighter regulations capping driver channels at Rs. 12. They want the introduction of an ad cap on channels knowing full well that the matter has been stayed by the Delhi High Court very long ago. Trai has made no attempt to revive the case. All the back channel discussions of the past year have come to nought.

Looking at the diametrically opposite stands taken by Broadcasters and MSOs, TRAI is faced with Hobson's choice. It is too early to predict what TRAI will do. But ultimately, while balancing the demands of the Broadcasters and the Cable Industry, this writer feels that TRAI must remember that the service providers depend on the goodwill of the viewers, who have myriad choices but finite purchasing power.

- ❖ प्रसारकों द्वारा बुके का एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों की ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग पर **छूट की सीमा** होनी चाहिए ताकि अवांछित चैनलों को ग्राहकों की ओर धकेला नहीं जा सके, जिससे उपभोक्ताओं की लागत बढ़ जायेगी। (पैरा 3.i)
- ❖ **बुके मूल्य और ए-लॉ-कार्टे मूल्य के योग के बीच एक संबंध होना चाहिए** ताकि मूल्य बुके के पक्ष में झुका हुआ न हो। (पैरा 3.i)
- ❖ **मौजूदा विनियमों में जुड़वा शर्तों** की पद्धति ए-लॉ-कार्टे मूल्य निर्धारण और चैनल के बुके मूल्य के बीच संबंध को परिभाषित करने के लिए पर्याप्त है। इसके अलावा सामग्री में **एकरूपता ए-लॉ-कार्टे** मूल्य निर्धारण की तुलना में विषम बुके मूल्य निर्धारण को कम करने में मदद करेगी। (पैरा 4.वी)
- ❖ प्रसारकों द्वारा नियामक विरोधी गतिविधियों को रोकने के लिए प्रसारकों द्वारा ए-लॉ-कार्टे और बुके ऑफर दोनों पर **वितरण शुल्क** एमआरपी के **35%** पर फ्लैट होना चाहिए। इससे यह सुनिश्चित होगा कि प्रसारकों द्वारा निर्धारित अनुचित पैट लक्ष्यों को पूरा करने के लिए डीपीओ पर जोर जबरदस्ती न हो। (पैरा 6)

टिप्पणी

प्रसारकों और मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स के दृष्टिकोणों के बीच एक बड़ी खाई है। प्रसारक टैरिफ नियमों को खत्म करना चाहते हैं और मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स प्रमुख चैनलों को 12 रुपये तक सीमित करने के लिए सख्त रेगुलेशन चाहते हैं। वे चैनलों पर एक ऐड कैप की शुरुआत करना चाहते हैं, जबकि उन्हें अच्छी तरह पता है कि दिल्ली उच्च न्यायालय ने इस मामले में पहले ही रोक लगा दी है। ट्राई ने मामले को पुनर्जीवित करने का कोई प्रयास नहीं किया है। पिछले साल की सभी बैक चैनल चर्चायें शून्य हो गयी हैं।

प्रसारकों और एमएसओ द्वारा उठाये गये विलकुल विपरीत रुख को देखते हुए ट्राई को हॉब्सन की पसंद का सामना करना पड़ रहा है। ट्राई क्या करेगा, इसकी भविष्यवाणी करना जल्दवाजी होगी। लेकिन अंततः प्रसारकों और केबल उद्योग की मांग को संतुलित करते हुए इस लेखक को यह लगता है कि ट्राई को यह याद रखना चाहिए कि सेवा प्रदाता दर्शकों की सहृदयता पर निर्भर करते हैं, जिनके पास असंख्य विकल्प हैं लेकिन सीमित क्रय शक्ति है।

C. FUTURE SHAPE OF ZEE GROUP

- In the Official Transcript of the Q 4 FY 22 Earnings Conference Call on May 26, 2022, the Managing Director of Zee Entertainment Enterprises Limited, Mr Punit Goenka, informed the analysts and shareholders that the merger with Sony was moving steadily. He is quoted as having said:
 - ❖ We have filed a scheme of arrangements between the two entities and the key document with the Bombay Stock Exchange and the National Stock Exchange in January 2022. We are currently awaiting approval from the stock exchanges.
 - ❖ Basis the guidance received on our pre-filing, we have formally filed with the CCI for the proposed merger in April 2022.
 - ❖ In line with the prescribed process for the scheme of arrangements, we expect to submit the application to National Company Law Tribunal (NCLT) after receiving the necessary approvals from the stock exchanges. Next, NCLT will call for the shareholder meeting to approve the scheme in due course.
- In response to a pointed query on the “delay of approval” from the Stock Exchanges from an analyst, Mr Goenka clarified that:
 - ❖ “Firstly, it is very difficult for me to comment on the reason for the delays. I think the Stock Exchanges do not give us that answer very easily.”
 - ❖ “But my speculation is that because this is a very large merger, there has been a significant number of queries that we have been answering to the stock exchanges.”
 - ❖ I am still positively inclined toward the 8 to 9 months timeline that we had talked about at that point in time.”
- This clearly shows that the primary merger is very well on track. However, procedural formalities may take



सी. जी गुप का भविष्य का आकार

- 26 मई 2022 को क्यू4 वित्तवर्ष 22 के अर्निंग्स कॉल के आधिकारिक ट्रांसक्रिप्ट में, जी इंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज लिमिटेड के प्रबंध निदेशक पुनीत गोयनका ने विश्लेषकों और शेयरधारकों को सूचित किया कि सोनी के साथ विलय की गति लगातार बढ़ रही है। उन्हें उदृत करते हुए बताया गया है कि
 - ❖ हमने जनवरी 2022 में बॉम्बे स्टॉक एक्सचेंज और नेशनल स्टॉक एक्सचेंज के साथ दो संस्थाओं और प्रमुख दस्तावेजों के बीच व्यवस्था की एक योजना दायर की है। वर्तमान में हम स्टॉक एक्सचेंजों से अनुमोदन की प्रतीक्षा कर रहे हैं।
 - ❖ हमारे प्री-फाइलिंग पर प्राप्त मार्ग दर्शन के आधार पर हमने अप्रैल 2022 में प्रस्तावित विलय के लिए औपचारिक रूप से सीसीआई के साथ दायर किया है।
 - ❖ व्यवस्था की योजना के लिए निर्धारित प्रक्रिया के अनुरूप, हम स्टॉक एक्सचेंजों से आवश्यक अनुमोदन प्राप्त करने के बाद राष्ट्रीय कंपनी कानून न्यायाधिकरण (एनसीएलटी) को आवेदन जमा करने की उम्मीद करते हैं। इसके बाद एनसीएलटी, नियत समय में योजना को मंजूरी देने के लिए शेयरधारकों की बैठक बुलायेगा।
- एक विश्लेषक से स्टॉक एक्सचेंजों से ‘अनुमोदन में देरी’ पर एक पूछे गये सवाल के जवाब में श्री गोयनका ने स्पष्ट किया कि:
 - ❖ ‘सबसे पहले मेरे लिए देरी के कारणों पर टिप्पणी करना बहुत मुश्किल है। मुझे लगता है कि स्टॉक एक्सचेंज हमें वह जवाब बहुत आसानी से नहीं देते हैं।’
 - ❖ लेकिन मेरा अनुमान यह है कि क्योंकि यह एक बहुत बड़ा विलय है, इसलिए ऐसे कई सवाल हैं जिनका हम स्टॉक एक्सचेंजों को जवाब दे रहे हैं।’
 - ❖ मैं अभी भी सकारात्मक रूप से 8 से 9 महीने की समयावधि की ओर झुका हुआ हूँ जिसके बारे में हमने उस समय बात की थी।
- यह बहुत अच्छी तरह दर्शाता है कि प्राथमिक विलय बहुत अच्छी तरह ट्रैक पर है। हालांकि, विलय की व्यापकता को देखते हुए प्रक्रियात्मक औपचारिकताओं में कुछ महीने लग सकते हैं।

DISH TV MD AND MEDIA DOYEN JAWAHAR GOEL STEPS DOWN AS MANAGING DIRECTOR

- ◆ On **24.06.2022**, the shareholders of **Dish TV (Zee Group)** overwhelmingly rejected a proposal to reappoint Managing Director **Mr. Jawahar Goel** at an **Extraordinary General Body** meeting to reappoint him as MD and appoint **Mr Anil Kumar Dua** as Whole Time Director and **Mr R.C. Venkateish** (Former CEO) as Independent Director. Following this, **Mr Goel** stepped down as MD but continues “as a Non-Executive Director,” the regulatory filing by **Dish TV** stated.
- ◆ Similarly, the proposal to reappoint **Mr Anil Kumar Dua** as a **Whole-Time Director** of the company and appointment of its former chief executive officer **Mr R C. Venkatesh** as a Non-Executive Independent Director has “*not received requisite majority at the EGM held on June 24, 2022.*”
- ◆ Following this, “**Mr. Anil Kumar Dua** vacates the office of the Whole Time Director of the Company. He continues as Chief Executive Officer of the Company,” said Dish TV.
- ◆ Besides, **Mr. R C Venkateish** vacates the office of Director of the Company,” it added.
- ◆ As per media reports, more than **80%** voted in the **EGM** against the appointment of **Mr Jawaharlal Goel** and the other two new directors. While the rejection by **Yes Bank**, which owns **24.78%** of the shares, it is quite clear that it was supported by other institutional shareholders too.
- ◆ In a sense, **Mr Goel’s** reappointment got stymied because **Essel Group**, of which **Zee** is a part, owes



MR. JAWAHAR GOEL

डिश टीवी के एमडी और मीडिया अगदूत जवाहर गोयल ने प्रबंध निदेशक का पद छोड़ा

- ◆ **24.06.2022** को **डिश टीवी (जी ग्रुप)** के शेयरधारकों ने एक **असाधारण आम सभा** में प्रबंध निदेशक **जवाहर गोयल** को फिर से एमडी के रूप में नियुक्त करने और **श्री अनिल कुमार दुआ** को पूर्णकालिक निदेशक और **श्री आर.सी.वेंकटेश** (पूर्व सीईओ) को स्वतंत्र निदेशक के रूप में नियुक्त करने के प्रस्ताव को खारिज कर दिया। इसके बाद, **श्री गोयल** ने एमडी का पद छोड़ दिया, ‘लेकिन एक गैर कार्यकारी निदेशक के रूप में अपना काम जारी रखेंगे, यह जानकारी **डिश टीवी** द्वारा नियामक फाइलिंग में कहा गया है।
- ◆ इसी तरह **24 जून 2022** को **श्री अनिल कुमार दुआ** को कंपनी में **पूर्णकालिक निदेशक** के रूप में फिर से नियुक्त करने और इसके पूर्व मुख्य कार्यकारी अधिकारी **श्री आर सी वेंकटेश** की गैर कार्यकारी स्वतंत्र निदेशक के रूप में नियुक्ति के प्रस्ताव को ‘*ईजीएम में अपेक्षित बहुमत नहीं मिला।*’
- ◆ इसके बाद **श्री अनिल कुमार दुआ** ने कंपनी के पूर्णकालिक निदेशक का पद खाली कर दिया। **डिश टीवी** ने बताया कि वे कंपनी के मुख्य कार्यकारी अधिकारी के रूप में काम करते रहेंगे।
- ◆ इसके अलावा **श्री आर.सी.वेंकटेश** भी अपने पद को छोड़ कर कार्यालय को खाली कर रहे हैं।
- ◆ मीडिया रिपोर्टों के अनुसार **श्री जवाहर गोयल** और अन्य दो नये निदेशकों की नियुक्ति के खिलाफ **ईजीएम** में **80%** से अधिक मतदान हुआ। जबकि **24.78%** हिस्सेदारी रखने वाले **यस बैंक** ने इसे अस्वीकार कर दिया, जिससे बिल्कुल स्पष्ट हो गया कि इसे अन्य संस्थागत शेयरधारकों का भी समर्थन प्राप्त है।
- ◆ एक मायने में, **श्री जवाहर गोयल** की पुनर् नियुक्ति में रुकावट आ गयी, क्योंकि **एसेल समूह**, जिसका **जी** एक हिस्सा है, पर लगभग **4200 करोड़ रुपये** बकाया है और **डिश टीवी** में

nearly **Rs. 4200 crores**, and the current shareholding of the promoters in Dish TV is only **6%**. Even in **Zee**, the Promoter group holds only **4%**. *Of course, the Dish TV developments will not have any deleterious effect on the Zee/Sony merger.*

- ◆ **Dish TV** and promoter companies fought many legal battles in the Bombay HC and even Supreme Court to deny voting rights. Still, ultimately the Bombay HC division bench gave the go-ahead on **June 23, 2022** to **Yes Bank** to cast its vote on **June 24, 2022**, stating that there was no legal ground to prevent it from doing so saying “*World Crest (an Essel Group company) has not made any case.*”
- ◆ A company law issue arises for the time being because there is currently no Managing Director, and the appointment of the Whole Time Director has also been rejected on **June 24, 2022**. The current Board has “independent directors’ apart from non-executive directors at present.
- ◆ *This writer expects the financial institutions to either nominate an existing director other than Mr Jawahar Goel or bring in a new professional as either Whole Time Director or Managing Director.*
- ◆ *Either way, this is a sad day for the Media Distribution industry. Mr Jawahar Goel has been an inspiring and influential supporter of the industry. His stepping down was perhaps inevitable but is indeed regrettable.*

a couple of months extra looking to the largeness of the merger.

4. Meanwhile, the rest of the **Zee media** group companies, namely **Dish TV** and **Siticable**, are facing their own damaging litigations. **Dish TV** has been fighting the invocation of the pledge by **Yes Bank**. A loan of **Rs 5,270 crores** was disbursed by **Yes Bank** to the **Essel Group** and its sister concerns between **2016-2018** against a pledge of shares; A pledge of (approximately) **44.53 crores** shares was invoked, following which, between **May and July 2020**, an intimation was furnished to the BSE, NSE and RBI.
5. A complaint was lodged on **June 22, 2020**, complaining that the borrowers had been induced

प्रमोटरों की वर्तमान हिस्सेदारी मात्र **6%** है। यहां तक कि जी में भी प्रमोटर ग्रुप की हिस्सेदारी सिर्फ **4%** है। **वेशक, डिश टीवी के घटनाक्रम का जी/सोनी के विलय पर कोई हानिकारक प्रभाव नहीं पड़ेगा।**

- ◆ **डिश टीवी** और प्रमोटर कंपनियों ने बॉम्बे एचसी और यहां तक सुप्रीम कोर्ट में मतदान के अधिकार से इंकार करने के लिए कई कानूनी लड़ाई लड़ी। फिर भी अंततः बॉम्बे एचसी डिवीजन बेंच ने **23 जून 2022** को **यस बैंक** को **24 जून 2022** को अपना वोट डालने के लिए यह कहते हुए हरी झंडी दे दी कि ऐसा करने से रोकने के लिए कोई कानूनी आधार नहीं था, **वर्ल्ड क्रेस्ट (एक एसेल समूह की कंपनी)** ने कोई मामला नहीं बनाया है।
- ◆ कुछ समय के लिए कंपनी कानून का मुद्दा उठता है क्योंकि वर्तमान में कोई प्रबंध निदेशक नहीं है, और पूर्णकालिक निदेशक की नियुक्ति **24 जून 2022** को खारिज कर दी गयी है। वर्तमान बोर्ड में गैर-कार्यकारी निदेशकों के अलावा ‘स्वतंत्र निदेशक’ हैं।
- ◆ **यह लेखक वित्तीय संस्थाओं से या तो श्री जवाहर गोयल के अलावा किसी मौजूदा निदेशक को नामित करने या पूर्णकालिक निदेशक या प्रबंध निदेशक के रूप में एक नये पेशेवर को लाने की अपेक्षा करता है।**
- ◆ **जो भी हो, मीडिया उद्योग के लिए यह एक दुःखद दिन है। श्री जवाहर गोयल उद्योग जगत के प्रेरक और प्रभावशाली समर्थक रहे हैं। उनका पद छोड़ना शायद अपरिहार्य था लेकिन वास्तव में खेदजनक है।**

4. इस बीच **जी मीडिया** समूह की बाकी कंपनियों, जैसे **डिश टीवी** और **सिटी केबल** अपने खुद की हानिकारक मुकदमों का सामना कर रही है। **डिश टीवी यस बैंक** द्वारा प्रतिज्ञा के आह्वान के लिए लड़ रहा है। **यस बैंक** द्वारा एसेल समूह और उसकी सहयोगी कंपनियों को **2016-2018** के बीच शेयर की गिरवी के खिलाफ **5270 करोड़** रुपये का ऋण वितरित किया गया था; लगभग **44.53 करोड़** शेयरों को गिरवी रखा गया था, जिसके बाद **मई और जुलाई 2020** के बीच वीएसई, एनएसई और आरबीआई को एक सूचना दे दी गयी थी।

5. **22 जून 2020** को एक शिकायत दर्ज करायी गयी थी, जिसमें शिकायत की गयी थी कि कर्जदारों को कर्ज लेने के लिए प्रेरित या दबाव डाला गया था। **भारती दंड संहिता 1860**

or “pressurised” to take loans. An FIR based on the complaint under **Sections 420, 467, 468, 409, 120B and 34** of the **Indian Penal Code 1860** was registered on **September 12, 2020**. The AGM of the Company, which was to take place on **November 30, 2021**, was deferred. On **November 5, 2021**, the IO in UP issued notices under **Section 102 CrPC** preventing the transfer of the shares and the exercise of rights under them.

6. The Allahabad High Court refused relief, and **Yes Bank** filed a petition in Supreme Court urging that there has been a misuse of the criminal process to restrain the petitioner from exercising its rights under the pledged shares. In its order dated **30.11.2021** in **SLP No (CrL.) No(s).9192/2021**, the Supreme Court stayed the criminal proceedings and stated invocation of the pledge had already happened.
7. **Zee Group** shifted the battle to Bombay High, where proceedings are pending on whether Yes Bank could actually have invoked the pledge when it is alleged that the shares are owned by another company of Zee Group. The battle is being still fought in whether **Yes Bank** can exercise voting rights at the forthcoming EGM for confirmation of Mr Jawahar Goel to continue as MD of **Dish TV**.
8. Meanwhile, HDFC bank filed liquidation proceedings against **Siticable Ltd** for a loan default of **Rs. 296 crores**. The **NCLT** has admitted the petition, and the hearing will take place in a couple of weeks.

COMMENT

These developments show that the early merger of Zee-Sony would be in the best interests of Essel Group and Sony TV. With TV watching dwindling, an increase in OTT viewing and confirmed cord-cutting, legacy media is facing an unprecedented upheaval. The problems of Zee are, in a sense, linked to the entire Essel Group liquidity issues. This will not be present in the new Zee-Sony merged entity.

But the problems of Dish TV and Siticable could lead to either new owners or new boards and management. It is indeed regrettable that India's most admired media group is going through such challenging times. This writer wishes the best for the Zee Group. ■

की धारा 420, 467, 468, 409, 120बी और 34 के तहत शिकायत के आधार पर **12 सितंबर 2020** को प्राथमिकी दर्ज की गयी थी। कंपनी की एजीएम, जो कि **30 नवंबर 2021** को होनी थी, स्थगित किया गया था। **5 नवंबर 2021** को यूपी में आईओ ने **सीआरपीसी की धारा 102** के तहत शेयरों के हस्तांतरण और उसके तहत अधिकारों के प्रयोग को रोकने के लिए नोटिस जारी किया।

6. इलाहाबाद उच्च न्यायालय ने राहत से इंकार कर दिया, और **यस बैंक** ने सुप्रीम कोर्ट में एक याचिका दायर करके आग्रह किया कि याचिकाकर्ता को गिरवी रखे शेयरों के तहत अपने अधिकारों का प्रयोग करने से रोकने के लिए आपराधिक प्रक्रिया का दुरुपयोग किया है। **एसएलपी संख्या (सीआरएल) संख्या (एस) 9192/2021** में अपने आदेश दिनांक **30.11.2021** में, सुप्रीम कोर्ट ने आपराधिक कार्यवाही पर रोक लगा दी और कहा कि प्रतिज्ञा का आह्वान पहले ही हो चुका था।
7. **जी गुप** ने कानूनी लड़ाई को बॉम्बे हाई कोर्ट स्थानांतरित कर दिया, जहां कार्यवाही लंबित है कि क्या **यस बैंक** वास्तव में गिरवी रख सकता था, जबकि यह आरोप लगाया जाता है कि शेयर, जी समूह के किसी अन्य कंपनी के स्वामित्व में है। यह लड़ाई अभी भी लड़ी जा रही है कि क्या **यस बैंक** आगामी ईजीएम में श्री जवाहर गोयल के **डिश टीवी** के एमडी के रूप में बने रहने की पुष्टि के लिए मतदान के अधिकार का प्रयोग कर सकता है।
8. इस बीच एचडीएफसी बैंक ने **296 करोड़ रुपये** के ऋण चूक के लिए **सिटी केबल** लिमिटेड के खिलाफ परिसमापन कार्यवाही दायर की। **एनसीएलटी** ने याचिका स्वीकार कर ली है और कार्यवाही कुछ हफ्ते में होगी।

टिप्पणी

इन घटनाक्रमों से पता चलता है कि जी-सोनी का जल्दी विलय एसेल समूह और सोनी टीवी के सर्वोत्तम हित में होगा। टीवी देखने में कमी, ओटीटी देखने में वृद्धि और कॉर्ड कटिंग की पुष्टि के साथ पारंपरिक मीडिया एक अभूतपूर्व उथल-पुथल का सामना कर रहा है। जी की समस्यायें, एक तरह से, एसेल समूह की संपूर्ण तरलता के मुद्दों से जुड़ी हुई हैं। यह नयी जी-सोनी मर्ज की गयी इकाई में मौजूद नहीं होगा।

लेकिन डिश टीवी और सिटी केबल की समस्यायें या तो नये मालिक या नये बोर्ड और प्रबंधन को जन्म दे सकती हैं। यह वास्तव में खेदजनक है कि भारत का सबसे प्रशंसित मीडिया समूह ऐसे चुनौतिपूर्ण समय से गुजर रहा है। यह लेखक जी समूह के लिए शुभकामनायें देता है। ■