

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।

MEDIA'S NEW MANTRA - SURVIVAL OF THE FITTEST!

The rapid changes in the media industry in 2024 will see a major consolidation. Navigating the complex technology shifts is critical for companies to stay competitive and meet the evolving demands of the audience. This will ensure their survival.

2024 could be a make-or-break year for the cable industry. The cable subscriber base has shrunk by nearly half, and the decline will continue as customers shift to digital networks in future years.

A. CONTOURS OF NEW NATIONAL BROADCAST POLICY

- ◆ In early April 2024, the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) released a Consultation Paper on drafting recommendations for a new National Broadcasting Policy. The goal is to create a business-friendly Regulatory environment to foster growth across various media and entertainment verticals.
- ◆ The Consultation Paper seeks to develop inputs for a robust policy roadmap in the Broadcasting sector to attract investment by ensuring business continuity, policy and regulatory certainty, ease of business, and expansion of the consumer base.

CRITICAL ISSUES FOR CONSULTATION

- ◆ The critical issues identified by TRAI based on inputs given by the Ministry of Information and



Telecom Regulatory Authority of India
(IS/ISO 9001-2008 Certified Organisation)

मीडिया का नया मंत्र - सर्वाइवल ऑफ द फिटटेस्ट

2024 में मीडिया उद्योग में तेजी से होने वाले बदलावों से एक बड़ा समेकन देखने को मिलेगा। कंपनियों के लिए प्रतिस्पर्धा में बने रहने और दर्शकों की मांगों को पूरा करने के लिए जटिल तकनीकी बदलावों को समझना महत्वपूर्ण है। इससे उनका अस्तित्व सुनिश्चित होगा।

2024 केवल उद्योग के लिए बनाने या बिगड़ने का वर्ष हो सकता है। केवल उपभोक्ताओं की संख्या लगभग आधी हो गयी है और यह गिरावट जारी रहेगी क्योंकि ग्राहक आने वाले वर्षों में डिजिटल नेटवर्क पर स्थानांतरित हो जायेंगे।

ए. नयी राष्ट्रीय प्रसारण नीति की रूपरेखा

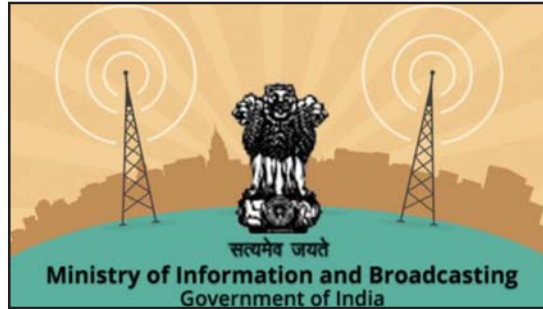
- ◆ अप्रैल 2024 की शुरुआत में भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) ने एक नयी राष्ट्रीय प्रसारण नीति के लिए सिफारिशों का मासौदा तैयार करने के लिए एक परामर्श पत्र जारी किया। इसका उद्देश्य विभिन्न मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में विकास को बढ़ावा देने के लिए व्यवसाय अनुकूल नियामक वातावरण बनाना है।
- ◆ परामर्श पत्र व्यवसाय की निरंतरता, नीति और नियामक निश्चितता, व्यवसाय में आसानी और उपभोक्ता आधार के विस्तार को सुनिश्चित करके निवेश को आकर्षित करने के लिए प्रसारण क्षेत्र में एक मजबूत नीति दिशानिर्देश के लिए इवपुट विकसित करना चाहता है।

परामर्शपत्र के लिए महत्वपूर्ण मुद्दे

- ◆ सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईवी) द्वारा दिये गये इनपुट के आधार पर ट्राई द्वारा पहचाने गये महत्वपूर्ण मुद्दे इस प्रकार हैं:

Broadcasting (MIB) are to:

- The policy aims to position India as a global centre for media and entertainment, attracting investment and innovation worldwide.
- Adopting a technology-neutral approach and following international best practices.
- Facilitating job creation and nurturing skill development funding, facilitating start-ups, and developing institutional mechanisms to promote skill development.
- Promote local content.
- Strengthen Public Service Broadcasting.
- Ensure content security against piracy.



- नीति का उद्देश्य भारत को मीडिया और मनोरंजन के लिए एक वैश्विक केंद्र के रूप में स्थापित करना, दुनिया भर में निवेश और नयी अविष्कारों को आकर्षित करना है।
- तकनीकी तटस्थता दृष्टिकोण अपनाना और अंतरराष्ट्रीय सर्वोत्तम प्रथाओं का पालन करना।

- रोजगार सृजन को सुविधाजनक बनाना और कौशल विकास निधि का पोषण करना, स्टार्ट-अप को सुविधाजनक बनाना और कौशल विकास को बढ़ावा देने के लिए संस्थागत तंत्र विकसित करना।
- स्थानीय सामग्री को बढ़ावा देना।
- सार्वजनिक प्रसारण सेवा को मजबूत करना।
- पायरेसी के विरुद्ध सामग्री सुरक्षा सुनिश्चित करें।

COMMENT

- ◆ *Apart from the specific issues raised for consultation, the Consultation Paper provides a fascinating snapshot of the Regulator's view on the entire media sector's current status as of April 24.*
- ◆ *A brief snapshot of the Industry provided by TRAI reveals a fascinating mosaic:*
 - *"India's Broadcasting Landscape comprises 326 broadcasters, 887 registered MSOs, one HITS operator, four pay DTH operators, and one free DTH- 'DD Free Dish provided by Prasar Bharati. ' There are around 63.52 million total active DTH subscribers, approximately 62 million Cable TV subscribers, 2.5 million HITS subscribers, and 45 million DD Free Dish subscribers.*
 - *According to a report, India had 302.420 million households in 2021. Industry estimates say about 182 million households have access to television sets (including linear and non-linear TV services). Therefore, the potential exists to provide televisions to more than 100 million 'TV Dark' homes in the country.*
 - *So, is there a real opportunity for legacy*

टिप्पणियां

- ◆ *परामर्श पत्र के लिए उठाये गये विशिष्ट मुद्दों के अलावा परामर्श पत्र 24 अप्रैल तक संपूर्ण मीडिया क्षेत्र की वर्तमान स्थिति पर नियामक के दृष्टिकोण का एक आकर्षक रूपरेखा प्रस्तुत करता है।*
- ◆ *ट्राई द्वारा प्रदान किया गया उद्योग का एक संक्षिप्त रूपरेखा एक आकर्षक मोजेक का खुलासा करता है:*
 - *भारत कए प्रसारण परिदृश्य में 326 प्रसारक, 887 पंजीकृत एमएसओ, एक हिट्स ऑपरेटर, 4 पे डीटीएच ऑपरेटर और प्रसार भारती द्वारा प्रदान किया एक मुफ्त डीटीएच डीडी फ्री डिश शामिल है। कुल मिलाकर लगभग 63.52 मिलियन सक्रिय डीटीएच ग्राहक, लगभग 62 मिलियन केवल टीवी ग्राहक, 2.5 मिलियन हिट्स ग्राहक और 45 मिलियन डीडी फ्रीडिश ग्राहक हैं।*
 - *एक रिपोर्ट के अनुसार 2021 में भारत में 304.420 मिलियन घर थे। उद्योग का अनुमान है कि लगभग 182 मिलियन घरों में टेलीविजन सेट (लीनियर और नॉन लीनियर टीवी सेवाओं सहित) तक पहुंच है। इसलिए देश में 100 मिलियन से अधिक टीवी डार्क घरों में टेलीविजन उपलब्ध कराने की क्षमता मौजूद है।*
 - *तो, क्या 100 मिलियन टीवी डार्क होम्स तक पहुंचने के लिए विरासत वितरण का कोई वास्तविक अवसर है?*

distribution to reach THE 100 million TV Dark Homes?

- *This is uncertain because DD Free Dish has already captured 45 million viewers, mainly in Rural India.*
- *Another factor is the price disparity between TV channels available on broadcaster apps and channels on Cable/DTH platforms. This has led to vastly increased TV viewing on mobiles.*
- *The latest Jio Cinema premium subscription plan, Rs. 29 per month, was announced in late April 2024. It will offer “4K streaming, high-quality audio, offline viewing and no device restriction.” The aim is to “democratise access to high-quality entertainment for all India.”*
- *While shaking up the entire OTT market, it will offer one more value-for-money option to Cable Dark Homes and cord-cutters, which are more numerous than the industry is willing to accept.*
- *Cable and DTH must deal with stagnant viewership unless they quickly step up high-speed broadband supply, which requires significant investment in installing fibre or leasing it from telcos and public-sector companies.*
- *Will the Cable Industry be willing to spend money on creating fibre pipeline facilities in a do-or-die situation? Only time will tell.*

- यह अनिश्चित है क्योंकि डीडी फ्रीडिश ने पहले ही खासकर ग्रामीण भारत में 45 मिलियन दर्शकों को आकर्षित कर लिया है।
- एक अन्य कारक प्रसारण ऐप्स पर उपलब्ध टीवी चैनलों और केबल/डीटीएच प्लेटफॉर्मों पर उपलब्ध चैनलों के बीच मूल्य की असमानता है। इससे मोबाइल पर टीवी देखने का चलन काफी बढ़ गया है।
- नवीनतम जियो सिनेमा प्रीमियम सदस्यता योजना, 29 रुपये प्रति माह, की घोषणा अप्रैल 2024 के अंत में की गयी थी। यह 4के स्ट्रीमिंग, उच्च गुणवत्ता वाले ऑडियो, ऑफलाइन देखने और कोई 'डिवाइस प्रतिबंध नहीं' की पेशकश करेगा। इसका उद्देश्य 'पूरे भारत के लिए उच्च गुणवत्ता वाले मनोरंजन तक पहुंच को लोकतांत्रिक बनाना है।'
- पूरे ओटीटी बाजार को हिलाते हुए यह केबल डॉक होम और कार्ड कटर के लिए एक और अधिक पैसे का मूल्य विकल्प की पेशकश करेगा, जो कि उद्योग द्वारा स्वीकार करने की इच्छा से कहीं अधिक है।
- केबल और डीटीएच को स्थिर दर्शकों की संख्या से निपटना होगा, जब तक कि वे जल्दी से हाई स्पीड ब्रॉडबैंड आपूर्ति नहीं बढ़ाते हैं जिसके लिए फाइबर स्थापित करने या टेलीकॉम और सार्वजनिक क्षेत्र की कंपनियों से इसे पट्टे पर लेने में महत्वपूर्ण निवेश की आवश्यकता होती है।
- क्या केबल उद्योग करो या मरो की स्थिति में फाइबर पाइपलाइन सुविधायें बनाने पर पैसा खर्च करने के लिए तैयार है यह समय ही बतायेगा।

B. FICCI FRAMES 24- A DEFINITIVE DIGITAL TILT

- ◆ FICCI Frames 2024 saw the release of the latest report prepared by EY, revealing that in the past year, 70% of the growth stemmed from new media—digital and online gaming—while TV witnessed a marginal decline of 2%.
- ◆ Mr Ashish Pherwani, Partner and Media and Entertainment Leader at EY India feels this sector is an exciting inflexion point. While digital channels reign supreme, traditional media



बी. फिक्की फ्रेम्स 24—एक निश्चित डिजिटल झुकाव

- ◆ फिक्की फ्रेम्स 2024 में ईवाई द्वारा तैयार की गयी नवीनतम रिपोर्ट जारी की गयी, जिसमें खुलासा हुआ है कि पिछले वर्ष में नये डिजिटल मीडिया और ऑनलाइन गेमिंग में 70% की वृद्धि हुई है, जबकि टेलीविजन में 2% की मामूली गिरावट देखी गयी है।
- ◆ ईवाई इंडिया के सहयोगी और मीडिया व मनोरंजन उद्योग के अग्रणी श्री आशीष फेरवानी का मानना है कि यह क्षेत्र एक रोमांचक मोड़ पर खड़ा है। डिजिटल मीडिया का परिदृश्य गतिशील है और नयी खोज और परंपरा सामंजस्यपूर्ण रूप से सह-आस्तित्व में है।

continues to carve its traditional niche. The Indian media landscape is dynamic, and innovation and tradition harmoniously coexist.

- ◆ The **Indian media and entertainment (M&E)** sector grew 8% in 2023, reaching INR 2.3 trillion (US\$27.9 billion), 21% above its pre-pandemic levels in 2019.
- ◆ **New media**, comprising digital and online gaming, emerged as the frontrunner in growth, contributing INR 122 billion to the overall increase of INR 173 billion. Consequently, it increased its contribution to the M&E sector from 20% in 2019 to 38% in 2023.
- ◆ **Experiential (outside the home and interactive)** segments continued their robust growth in 2023, even as online gaming, filmed entertainment, live events, and OOH media segments grew at 18%, contributing 48% of the total growth.
- ◆ **Digital advertising** grew 15% in 2023 and surpassed traditional advertising for the first time.
- ◆ The explosive installation of **Connected TVs** in India in the past five years is a new phenomenon that poses a new and growing threat to the traditional cable industry.
- ◆ **Online gaming** is expected to reach INR 388 billion by 2026. The segment will grow across all its verticals to reach 150 million daily users.
- ◆ The FICCI Frames Report has examined the reasons for the gradual fall in legacy TV viewing:
 - **Linear viewership** increased by 2% over 2022, and the number of smart TVs connected to the internet each week rose from 19 to 20 million, up from around 10 million in 2022.
 - **Television advertising** declined by 6.5% while **subscription income** grew by 2%, despite pay TV homes reducing by 2 million to 118 million.
 - **Pay TV ARPUs** increased by approximately 4% to reach INR 274 per month (gross of taxes).



- ◆ **भारतीय मीडिया और मनोरंजन (एमएंडई)** क्षेत्र में 2023 में 8% वृद्धि हुई है जो 2.3 ट्रिलियन रुपये (27.9 बिलियन अमेरिकी डॉलर) तक पहुंच गया, जो 2019 में अपने महामारी पूर्व स्तर से 21% अधिक है।

- ◆ **नयी मीडिया**, जिसमें डिजिटल और ऑन लाइन गेमिंग शामिल है, विकास में अग्रणी बन कर उभरा है, जिसने 173 अरब रुपये की कुल वृद्धि में 122 अरब रुपये का योगदान दिया है। नतीजतन, इसने एमएंडई क्षेत्र में अपना योगदान 2019 में 20% से बढ़कर 2023 में 28% कर दिया।

- ◆ **अनुभवात्मक (घर के बाहर और इंटरैक्टिव)** सेगमेंट ने 2023 में अपनी मजबूत वृद्धि को जारी रखी, यहां तक कि ऑन लाइन गेमिंग, फिल्माये गये मनोरंजन, लाइव इवेंट और ओओएच मीडिया सेगमेंट में 18% की वृद्धि हुई, जो कुल वृद्धि में 48% का योगदान देता है।
- ◆ **डिजिटल विज्ञापन** 2023 में 15% बढ़ा और पहली बार पारंपरिक विज्ञापन से आगे निकल गया।
- ◆ पिछले पांच वर्षों में भारत में **कनेक्टेड टीवी** की विस्फोटक स्थापना एक नयी घटना है जो पारंपरिक केवल उद्योग के लिए एक नया और बढ़ता खतरा पैदा करती है।
- ◆ 2026 तक **ऑन लाइन गेमिंग** के 388 बिलियन रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है। यह सेगमेंट अपने सभी क्षेत्रों में बढ़कर 150 मिलियन दैनिक उपयोगकर्ताओं तक पहुंच जायेगा।
- ◆ **फिककी फ्रेम्स रिपोर्ट** ने पुराने टीवी देखने में धीरे-धीरे गिरावट के कारणों की जांच की:
 - 2022 में **लीनियर दर्शकों** की संख्या में 2% की वृद्धि हुई और प्रत्येक सप्ताह इंटरनेट से जुड़े स्मार्ट टीवी की संख्या 19 से बढ़कर 20 मिलियन हो गयी, जो 2022 में लगभग 10 मिलियन थी।
 - पे टीवी घरों की संख्या 2 मिलियन घटकर 118 मिलियन होने के बावजूद भी **टेलीविजन विज्ञापन** में 6.5% की गिरावट आयी जबकि **सब्सक्रिप्शन आय** में 2% की वृद्धि हुई।
 - **पे टीवी एआरपीयू** लगभग 4% बढ़कर 274 रुपये प्रति माह (करों का कुल) तक पहुंच गया।

FORECASTING THE FUTURE 2024-2030

- ◆ The M&E sector will grow by INR 763 billion to reach INR 3.1 trillion in 2026. The Indian M&E sector will grow at a CAGR of 10% and add INR 763 billion in three years.
- ◆ **New media** will provide 61% of this growth, followed by **Animation, VFX (9%), and Television (9%)**.
- ◆ By 2026, **Television revenues** will reach INR 765 billion, with a compound annual growth rate (CAGR) of 3.2%, approximately half the expected inflation rate.
- ◆ **Total TV screens** will increase from 182 million in 2023 to 202 million by 2026, with the mix significantly shifting towards connected TVs.
- ◆ Once **wired broadband** crosses 60 million to 70 million homes and **5G connections** scale up significantly, Connected TVs will reach 100 million by 2030 while linear TVs will drop to 140 million, of which 57 million would be free TV homes.



A BILLION SCREENS OPPORTUNITY

- ◆ **Active screens** will grow to almost 1 billion by 2030, of which 240 million will be **large screens** and 760 million will be **small screens**. The 240 million large screens will be around 70-80 million each across Pay TV, Free TV, and Connected TV.
- ◆ E/Y suggests the creation of :
 - **Cross-platform programming:** Build a multi-media strategy across all three significant segments of the TV base, from high-priced, custom, and premium products on CTV to a windowed free TV offering on Free Dish and **FAST (Free Ad Supported TV)** products.
 - **Bundling:** Create bundles for reach of FAST products across devices, operating systems, connected TV, OTT aggregators and telcos.

आने वाले 2024-2030 का पूर्वानुमान

- ◆ एम एंड ई सेक्टर 763 अरब रुपये से बढ़कर 2026 में 3.1 ट्रिलियन रुपये तक पहुंच जायेगा। भारतीय एम एंड ई सेक्टर 10% सीएजीआर से बढ़ेगा और तीन वर्षों में 763 अरब रुपये जोड़ देगा।
- ◆ **नयी मीडिया** इस बढ़ोतरी में 63% योगदान देगी, इसके बाद **एनीमेशन, वीएफएक्स (9%) और टेलीविजन (9%)** का स्थान आयेगा।
- ◆ 2026 तक **टेलीविजन राजस्व 3.2%** की चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर (सीएजीआर) के साथ 765 बिलियन रुपये तक पहुंच जायेगा, जो अपेक्षित मुद्रास्फीति दर का लगभग आधा है।
 - ◆ **कुल टेलीविजन स्क्रीन 2023** में 182 मिलियन से बढ़कर 2026 तक 202 मिलियन हो जायेगा, जिसमें मिश्रण काफी हद तक कनेक्टेड टीवी की ओर बढ़ जायेगा।
 - ◆ एक बार जब **वायर्ड ब्रॉडबैंड 60** मिलियन से 70 मिलियन घरों तक पहुंच जायेगा और **5जी कनेक्शन** काफी हद तक बढ़ जायेगा, तो 2030 तक कनेक्टेड टीवी 100 मिलियन तक पहुंच जायेगा, जबकि लीनियर टीवी घटकर 140 मिलियन रह जायेगा जिसमें से 57 मिलियन मुफ्त टीवी घर होंगे।

एक अरब स्क्रीन का अवसर

- ◆ 2030 तक **सक्रिय स्क्रीन** बढ़कर लगभग 1 बिलियन हो जायेंगी, जिनमें से 240 मिलियन **बड़ी स्क्रीन** और 760 मिलियन **छोटी स्क्रीन** होंगी। 240 मिलियन बड़ी स्क्रीन पे टीवी, फ्री टीवी और कनेक्टेड टीवी प्रत्येक में लगभग 70-80 मिलियन होंगी।
- ◆ ई/वाई इसके निर्माण का सुझाव देता है:
 - **क्रॉस-प्लेटफॉर्म प्रोग्रामिंग:** टीवी आधार के सभी तीन महत्वपूर्ण खंडों में एक मल्टी मीडिया रणनीति बनायें, सीटीवी पर उच्च कीमत, कस्टम और प्रीमियम उत्पादों से लेकर फ्री डिश और **फास्ट (फ्री विज्ञापन समर्थित टीवी)** उत्पादों पर विंडो फ्री टीवी की पेशकश तक।
 - **बंडलिंग:** उपकरण, ऑपरेटिंग सिस्टम, कनेक्टेड टीवी, ओटीटी एग्ग्रेगटर्स और टेलीकॉम कंपनियों में फास्ट उत्पादों की पहुंच के लिए बंडल बनायें।

- **Curtail content costs**—consider content at TV+ cost and manage churn through TV-like content with a longer duration.
- **Consolidate regional OTT players.**

- **सामग्री की लागत कम करें**—टीवी प्लस लागत पर सामग्री पर विचार करें और लंबी अवधि के साथ टीवी जैसी सामग्री के माध्यम से मंथन का प्रबंधन करें।
- **क्षेत्रीय ओटीटी खिलाड़ी को एकजुट करें**

COMMENT

- ◆ *The legacy distribution industry must work to retain its subscriber base and increase the basic ARPU, which is problematic considering that post New Tariff Order 3:0, in which the Broadcasters have the upper hand.*
- ◆ *Another way for MSO and the Cable industry to survive for the next decade is to supply high-speed broadband to customers within the stranglehold of telecoms like Jio and Airtel.*
- ◆ *In such a difficult situation, the future of the legacy cable industry is undoubtedly beginning to look bleak. However, the other large MSOs are owned by large industrial houses, which will somehow prop them up.*
- ◆ *This writer worries that the heart of the industry is the Last-Mile Owner (LMO), who finds it difficult to face up to the twin attacks of predatory tariffs unleashed by Broadcasters and the continuing shift of the customer base to digital networks and content. 2024 could well be a make-or-break year for the cable industry.*
- ◆ *The Regulator hopefully will restore the level playing field between influential content owners and the relatively lower pyramid of distributors while revamping the Digital Tariff and Interconnection regime of 2017 as amended. Free Dish, too, needs to be regulated, though this is doubtful.*



टिप्पणी

- ◆ *विरासत वितरण उद्योग को अपने ग्राहक आधार को बनाये रखने और बुनियादी एआरपीयू को बढ़ाने के लिए काम करना चाहिए, जो कि नये टैरिफ ऑर्डर 3.0 के बाद समस्याग्रस्त है जिसमें प्रसारकों का वर्चस्व की बात कही गयी है।*
- ◆ *एमएसओ और केबल उद्योग के लिए अगले दशक तक जीवित रहने का एक और तरीका जियो और एयरटेल जैसे टेलीकॉम के दायरे में ग्राहकों को हाई स्पीड ब्रॉडबैंड की आपूर्ति करना है।*
- ◆ *ऐसी कठिन परिस्थितियों में, विरासत केवल उद्योग का भविष्य निःसंदेह अंधकारमय दिखने लगा है। हालांकि अन्य बड़े एमएसओ का स्वामित्व बड़े औद्योगिक घरानों के पास है, जो किसी तरह उन्हें आगे बढ़ायेंगे।*
- ◆ *इस लेखक को चिंता है कि उद्योग का दिल लास्ट माइल ओनर (एमएसओ) हैं, जिसे प्रसारकों द्वारा शुरू किये गये शिकारी टैरिफ के दोहरे हमलों और ग्राहक आधार के डिजिटल नेटवर्क और सामग्री की ओर निरंतर बदलाव का सामना करना मुश्किल लगता है। 2024 केवल उद्योग के लिए सफल या बेक वर्ष भी हो सकता है।*
- ◆ *उम्मीद है कि नियामक 2017 के संशोधित डिजिटल टैरिफ और इंटरकनेक्शन शासन को संशोधित करते हुए प्रभावशाली सामग्री मालिकों और वितरकों के अपेक्षाकृत निचले पिरामिड के बीच समान खेल मैदान को बहाल करेगा। फ्री डिश को भी विनियमित करने की आवश्यकता है, हालांकि यह संदिग्ध है।*

ZEE STRUGGLES TO RECOVER ITS MOJO.

- ◆ In January 2024, Zee Entertainment Enterprises (ZEEL) faced a significant setback when its proposed \$10 billion merger with Sony Group Corp collapsed. This decision left Zee needing to chart a new course.

Mr Punit Goenka's strategic vision

- ◆ In the earnings call, on the declaration of encouraging Quarter 3 results, Mr Punit Goenka said, *"I am a firm believer in learning from the past, living in the present, and believing in the future. Although we continue to post moderate growth, the momentum remains slow as the overall sentiment is yet to recover fully. As a result, we are implementing certain strategic steps to enhance our performance in the coming quarters,"* he said.
- ◆ In the coming quarters, Mr Goenka said the strategic plan would centre on three key aspects: *frugality, optimisation, and a sharp focus on quality content. "In the future, there will be a sharper emphasis on frugality, with a crystal-clear focus on quality and output. Across verticals – including technology, content, and marketing- we are implementing steps to optimise spending and enhance the return on investments. Sound recalibration of the OTT cost structure will be integral to this process. In terms of optimisation, we aim to enhance our productivity by implementing a structured resource optimisation drive,"* Mr Goenka said.
- ◆ A series of high-level resignations occurred, and experienced team members were elevated across



PUNIT GOENKA

जी अपने पुराने जादू को फिर से पाने के लिए संघर्ष कर रहा है

- ◆ जनवरी 2024 में, जी एंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज (जेडईईएल) को एक बड़ा झटका लगा जब सोनी कॉर्प ग्रुप के साथ उसका प्रस्तावित 10 बिलियन डॉलर का विलय टूट गया। इस फैसले के बाद जी को एक नयी राह तय करने की जरूरत पड़ी।

श्री पुनीत गोयनका की राणनीतिक दृष्टि

- ◆ अर्निंग कॉल में तीसरी तिमाही के उत्साहजनक परिणामों की घोषणा पर, श्री पुनीत गोयनका ने कहा, 'मैं अतित से सीखने, वर्तमान में जीने और भविष्य में विश्वास करने में दृढ़ विश्वास रखता हूँ। हालांकि हम मध्यम वृद्धि दर्ज करना जारी रख रहे हैं, गति धीमी बनी हुई है क्योंकि समग्र भावना अभी भी पूरी तरह से ठीक नहीं हुई है। परिणामस्वरूप हम आने वाली तिमाहियों में, अपने प्रदर्शन को बेहतर बनाने के लिए कुछ

रणनीतिक कदम उठा रहे हैं।'

- ◆ आने वाली तिमाहियों में, श्री गोयनका ने कहा कि राणनीतिक योजना तीन प्रमुख पहलुओं पर केंद्रित होगी: *मितव्ययिता, अनुकूलन और गुणवत्ता सामग्री पर तीव्र ध्यान। 'भविष्य में गुणवत्ता और आउटपुट पर विल्कुल स्पष्ट फोकस के साथ, मितव्ययिता पर अधिक ज़ोर दिया जायेगा। तकनीकी, सामग्री और मार्केटिंग समेत सभी क्षेत्रों में हम खर्च को अनुकूलित करने और निवेश पर रिटर्न को बढ़ाने के लिए कदम उठा रहे हैं। ओटीटी लागत संरचना की सटिक पुर्नगणना इस प्रक्रिया का अभिन्न अंग होगा। अनुकूलन के संदर्भ में हमारा लक्ष्य एक संरचित संसाधन, अनुकूलन अभियान को लागू करके, अपनी उत्पादकता को बढ़ाना है।'* श्री गोयनका ने ये बात बतायी।
- ◆ उच्चस्तरीय इस्तीफों की एक श्रृंखला हुई और अनुभवी टीम के

businesses to provide them with higher responsibilities. “The proposed structure is aimed (at) arriving at a cost-effective operational model with speed and agility as the core focus areas stated the Company. Mr Goenka also assumed direct charge of the critical business verticals, leading to cross-functional collaboration, quick decision-making, and higher productivity levels.

COMMENT

- ◆ *The steps outlined BY Zee MD have yet to find favour with investment analysts, and the share is currently languishing at Rs. 145.95, almost half of last year's trade. This shows that Mr Goenka and the Board of Directors have a long way to go before shareholder confidence can be restored, especially in FIIs/HNIs.*
- ◆ *The regulatory overhang of the ongoing SEBI investigations against Mr Subhash Chandra, Chairman Emeritus, and his son, Mr Punit Goenka MD/CEO, is very troublesome because whatever steps have been announced in the past three months after the collapse of the Sony merger do not include concrete steps on restoring transparent corporate governance measures including full adherence to existing securities regulations. The in-house Committee of Independent Directors could focus on this glaring lacuna.*
- ◆ *A long-term action plan may be desirable based on Zee's strength in regional markets. It would create a new digital vertical, revamp Zee 5, and make deep cuts in operational and administrative costs. Token reductions of about 20% in Mr. Punit Goenka's remuneration are insufficient.*
- ◆ *Trust is a slender thread. Restoring it will take much time. ■*



सदस्यों को उच्च जिम्मेदारियां प्रदान करने के लिए व्यवसायों में पदोन्नत किया गया। 'प्रस्तावित संरचना का उद्देश्य गति और चपलता के साथ एक लागत प्रभावी परिचालन मॉडल पर पहुंचना है, जैसाकि कंपनी ने मुख्य फोकस क्षेत्रों में कहा है। श्री गोयनका ने महत्वपूर्ण व्यावसायिक क्षेत्रों का प्रत्यक्ष प्रभार भी संभाला, जिससे क्रॉस-फंक्शनल सहयोग, त्वरित निर्णय लेने और उच्च उत्पादकता स्तर प्राप्त हुआ।

टिप्पणी

- ◆ जी एमडी द्वारा बताये गये कदमों को अभी तक निवेश विश्लेषकों का समर्थन नहीं मिला है और शेयर वर्तमान में 145.95 रुपये पर है, जो पिछले साल के व्यापार का लगभग आधा है। इससे पता चलता है कि श्री गोयनका और निदेशक मंडल को शेयरधारक विश्वास बहाल करने से पहले एक लंबा रास्ता तय करना है, खासकर एफआईआई/एनएचआई में।
- ◆ एमिरेट्स अध्यक्ष श्री सुभाष चंद्रा और उनके बेटे, एमडी/सीईओ श्री पुनित गोयनका के खिलाफ चल रही सेबी जांच का नियामक अधिभार बहुत परेशान करने वाला है। क्योंकि सोनी विलय के पतन के बाद पिछले तीन महिनों में जो भी कदम घोषित किये गये हैं, उनमें मौजूदा प्रतिभूति नियमों के पूर्ण पालन सहित पारदर्शी कॉर्पोरेट प्रशासन उपायों को बहाल करने पर ठोस कदम शामिल नहीं है। स्वतंत्र निवेशकों की आंतरिक समिति इस स्पष्ट कमी पर ध्यान केंद्रित कर सकती है।
- ◆ क्षेत्रिय बाजारों में जी के ताकत के आधार पर एक दीर्घकालिक कार्य योजना वांछनीय हो सकती है। यह एक नया डिजिटल वर्टिकल बनायेगा, जी 5 को नया रूप देगा और परिचालन व प्रशासनिक लागत में गहरी कटौती करेगा। श्री पुनित गोयनका के पारिश्रमिक में लगभग 20% की सांकेतिक कटौती अपर्याप्त है।
- ◆ भरोसा एक पतला धागा है। इसे बहाल करने में काफी समय लगेगा। ■