

VOL XXX / 5 / 2022

# SATELLITE & Cable TV



.....including Broadband & IPTV

# FUTURE OF MEDIA & ENTERTAINMENT

## BROADCASTERS SPEAK ON REGULATORY FRAMEWORK



**NEWS .... BROADBAND .... DISH DOCTOR .... CHANNEL GUIDE .... AND LOTS MORE.....!!**

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





More Than **28 Years...**

NÜRNBERG MESSE

The Easiest Way To Pick Up  
The World Of Satellite & Cable TV In India...



Putting Technology in Place & Motivating The Market

“When times are good you should advertise, when times are bad you **MUST** advertise” •

Satellite & Cable TV Magazine has been serving the needs of the Satellite, Cable and Broadband industry for the past 28 years.

The **SATELLITE & CABLE TV** magazine is read by over 40,000 industry professionals every month!!... every one of them is a potential buyer of your products.....

Putting Technology  
in Place & Motivating  
The Market



**Advertise Now**

Contact us today for great discounted packages for your advertisements!

Magazine Ad | SCaT Digital + Online Ad | Newsletter | Customised Emails

Contact Details: **SATELLITE & CABLE TV Magazine**

Email: [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com) | Mob: +91 7021850198



## Mini 6SI

### Smallest Core Alignment Machine with Attractive Price

#### Features

Splice time	:	7 second
Heating time	:	14 sec
Battery Life	:	200cycle
Weight	:	1.39 kg
Electrode life	:	5000Arc
<b>1 Extra Battery</b>	:	<b>5200mAh</b>



Mini 5C+

Splicing  
6 Sec

Heating  
10 Sec

1.39  
Kg



Mini 22A

1.31  
Kg

200  
Cycles

7  
Sec



Mini 3S

1.27  
Kg

200  
Cycles

8  
Sec

#### FiberFox India Pvt. Ltd.

P-27, 202-203, Second Floor, Malviya Nagar,  
New Delhi- 110017, India

Email: fiberfoxindia@fiberfox.co.kr

Sangharsh Chauhan

Mobile: +91 991 100 3738 | Email: sangharsh@fiberfox.co.kr  
New Delhi

Anil Godiyal (Sales)  
Mobile: +91-875 046 5983  
Email: godiyal@fiberfoxindia.in  
New Delhi

Shiv Kumar Yadav (Service)  
Mobile: +91 829 467 9052  
Email: support@fiberfoxindia.in  
New Delhi

Gangadhar  
Mobile: +91 900 079 1366  
Email: gangadhar@fiberfoxindia.in  
Hyderabad

Prakash Vitthal Nikam  
Mobile: +91-908 290 6751  
Email: prakash@fiberfoxindia.in  
Mumbai

Priyadarshan Behera  
Mobile: 97767 41300  
Email: behera@fiberfoxindia.in  
Bhubaneswar

Abhimanyu Kumar  
Mobile: +91-840 492 9758  
Email: abhimanyu@fiberfoxindia.in  
Patna

P.V Sivasubramaniam  
Mobile: 984 031 1282  
Email: siva@fiberfoxindia.in  
Chennai

Pranab Kumar Saha  
Mobile: 900 727 1553  
Email: saha@fiberfoxindia.in  
Kolkata



# CATV Contents

## 7 EDITORIAL / संपादकीय

## ARTICLES...

### 29 PPC SETS UP MEGA DESIGN AND MANUFACTURING FACILITY IN KOCHI

पीपीसी ने कोच्चि में मेगा डिजाइन और उत्पादन सुविधा स्थापित की

### 49 INDIAN MEDIA & ENTERTAINMENT SECTOR TO TOUCH INR 4.3 LAKH CRORES BY 2026

भारत का मनोरंजन और मीडिया उद्योग 2026 तक 4.3 लाख करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद



## For Advertisement & Publicity

Contact : **SATELLITE & CABLE TV**

312/313, A Wing, 3rd Floor, Dynasty Business Park, Andheri Kurla Road, Andheri (E), Mumbai - 400059. Mob.: **+91 - 70218 50198**  
E-Mail: [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com) Website: <http://www.scatmag.com>

## FOR ALL SUBSCRIPTION RELATED MATTERS

Contact : **Mr Nishant Masurkar**

Tel.: **+91-22-6516 5320** E-mail: [subscribe@scatmag.com](mailto:subscribe@scatmag.com)

34



## MEDIA BEAT

By Ashok Mansukhani

मीडियाबीट

लेखक: अशोक मनसुखानी

## IPL RIGHTS MAY DETERMINE FUTURE OF TV MEDIA

# FOCUS 15



## BROADCASTERS SPEAK ON REGULATORY FRAMEWORK

नियामक ढांचे पर प्रसारणकर्ताओं का रुख



**DISH DOCTOR**  
डिश डॉक्टर



**NEWS**  
समाचार



**INTERNATIONAL NEWS**  
BUSINESS NEWS

**PUBLISHER**  
Sudeep Malhotra

**EDITOR**  
Manoj Kumar Madhavan  
[manoj.madhavan@nm-india.com](mailto:manoj.madhavan@nm-india.com)

**ADVT. & EVENTS CO-ORDINATOR**  
Geeta Lalwani  
[scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com)

**DTP : Prashant Karangutkar**  
[prashant.karangutkar@nm-india.com](mailto:prashant.karangutkar@nm-india.com)

**SUBSCRIPTIONS :**  
Nishant Masurkar  
[nishant.masurkar@nm-india.com](mailto:nishant.masurkar@nm-india.com)

**HINDI TRANSLATIONS :**  
Paripurnanand

Printed & Published by **SUDEEP MALHOTRA** on behalf of **ScAT MEDIA & CONSULTANCY LLP** and printed at **SYSTEMS, Unit 1, YAC Industrial Estate, Kondivita Road, Andheri (W), Mumbai 400059** and Published at **701-B, Churchgate Chambers, 5 New Marine Lines, Churchgate, Mumbai 400020.**  
Editor **MANOJ KUMAR MADHAVAN.**



# BROADBAND / IPTV Contents

## FOCUS 25



### CABLE FEDERATION SPEAK ON REGULATORY FRAMEWORK

नियामक ढांचे पर केबल फेडरेशन  
का रुख

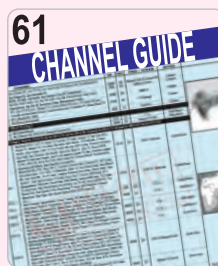


#### BROADBAND & IPTV NEWS

Updates of Broadband  
& IPTV



#### CHANNEL CHANGES



#### CHANNEL GUIDE

Monthly Listing of Satellite  
Channels, Their Parameters,  
Az & EL

SATELLITE & CABLE TV Magazine is published monthly, 12 issues per year. It is available only through subscription and at selected dealers of high quality Satellite & Cable TV equipment & Technical books.



Is the Trade Mark of SATELLITE & CABLE TV Magazine. No material including the Logo may be reproduced, electronically or otherwise, without written consent of the publisher. The opinions in the articles are those of the authors and the publisher may not necessarily agree with them.

SATELLITE & CABLE TV accepts no responsibility for material contained in the advertisements. It is not the intention of the magazine to encourage in any way actions which are contrary to existing or future regulations, rules or local laws.

Registered Office:



SCaT MEDIA & CONSULTANCY LLP

106, Stanford Plaza, Plot # B-65, Off New Link Road, Andheri (W),  
Mumbai - 400 053, Maharashtra, INDIA.  
Tel.: 022-26733163 / 26733164 Fax: 91-22-26733162

## ARTICLES...

### 53 AIRTEL OTT BIZ SEES MAJOR SUBSCRIBER BASE

उपभोक्ता आधार में सुधार देख रहा है  
एयरटेल का ओटीटी व्यवसाय

### 54 ABP - IIM INDORE COLLABORATE

एबीपी - आईआईएम इंदौर सहयोग

## SCAT2022

SCAT INDIA TRADESHOW ■ MUMBAI

13-15 October, 2022

Jio World Convention Centre, Mumbai

[www.scatindiashow.com](http://www.scatindiashow.com)



76 TOTAL PAGES



## FOR OVER 40 YEARS,

the Alambre family has been building cables and relationships that last. As a diversified cable manufacturing company Alambre is recognized as one of the leading cable manufacturers in India.



Founded in 1982 by a humble man determined to learn and bring a change, Alambre Cable PVT LTD started off as a small-scale family business. After years of learning, unlearning, and intensive R&D, today Alambre is among leading Indian enterprises in the Cable Manufacturing Industry.

### LIST OF PRODUCTS WE MANUFACTURE:

- LAN Cables (CAT-5E/CAT-6) – UTP/STP/FTP
- LAN Cable Patch Cords
- Optical Fiber Cables (2F-144F). Available in G652D, G657A1, G657A2 with Yarn.
- FTTH Cables (1F -4F) Available in G652D, G657A1, G657A2)
- Optical Fiber Patch Cords.
- Co-Axial Cables.

*All Cables are available in customized lengths.*

### WHY SHOULD YOU CHOOSE US?

- ✓ Unrivalled Workmanship
- ✓ Professional and Qualified
- ✓ Competitive Pricing
- ✓ Performance Oriented
- ✓ Environmental Sensitivity
- ✓ Personalized Solutions
- ✓ Unparalleled Service

✉ [info@alambrecables.com](mailto:info@alambrecables.com)

☎ +91 9892621326

📞 +91 9619363163

🌐 [www.alambrecables.com](http://www.alambrecables.com)

Alambre Cables Private Limited. Plot No. 23-24,  
Next to Aayushakti Aayurved Pvt. Ltd.  
Chintupada. Palghar. 401404

Registered office: A/06, Sonawala Industrial  
Premises Co-op Soc. Ltd., Sonawala Crossroad  
No. 2, Goregaon East. Mumbai - 400 063.





## EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

*The pandemic and the upheavals caused due to it has still not gone away and we are still in the midst of it. Despite this it was heartening to see a positive PWC report which stated 'India's Entertainment & Media industry is expected to reach INR 4.3 lakh crores by 2026'.*

*'There is an exciting pace of growth of digital media and advertising led by the deeper penetration of internet and mobile devices in our market. At the same time, traditional media will hold their steady growth rate over the next few years. We shall see a very different profile of media and entertainment related businesses and revenue models emerging in the digital space once we have the rollout of 5G,' says the report.*

*It is encouraging to note the part of traditional media holding on to their steady growth rate and a very different profile of media and entertainment related businesses and revenue model with the rollout of 5G as stated in the report.*

*Where does this leave the CATV industry? That has been the moot point for us to look at. The answer is in the report itself. How the CATV industry will reinvent itself in the next 5 – 10 years and look at new revenue models and different profile of businesses to sustain and grow themselves...*

*This is the cue for the CATV industry and its stakeholders to take affirmative steps to ascertain their future.*

*The Telecom Regulatory Authority of India has once again extended the deadline for the implementation of the new broadcast sector tariff regulations - NTO 2.0, by almost six months, to November 30th.*

*PPC Technologies newly constructed plant in Kochi features state-of-the-art manufacturing capabilities for broadband and 5G products. This is a great fillip to the 'Make in India' program. India is on the cusp of emerging as a powerhouse of entertainment. Let's raise a toast to that!*

(Manoj Kumar Madhavan)



महामारी और इसके कारण हुई उथल-पुथल अभी दूर नहीं हुई है और हम अभी भी इसके बीच में हैं। इसके बावजूद पीडब्लूसी की एक सकारात्मक रिपोर्ट देखकर खुशी हुई, जिसमें कहा गया था कि 'भारत का मनोरंजन और मीडिया उद्योग 2026 तक 4,30,401 करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है।

रिपोर्ट में कहा गया है कि 'हमारे बाजार में इंटरनेट और मोबाइल उपकरणों की गहरी पैठ के कारण डिजिटल मीडिया और विज्ञापन के विकास की एक रोमांचक गति है। साथ ही, पारंपरिक मीडिया अगले कुछ वर्षों में अपनी स्थिर विकास दर को बनाये रखेगा। एक बार जब हम 5जी का रोल आउट कर लेंगे तो हम डिजिटल स्पेस में मीडिया और मनोरंजन से संबंधित व्यवसायों और राजस्व मॉडल की एक बहुत ही अलग प्रोफाइल देखेंगे।'

इसी रिपोर्ट में यह भी कहा गया है कि '5जी के रोल आउट के साथ पारंपरिक मीडिया के हिस्से को उनके स्थिर विकास दर और मीडिया व मनोरंजन से संबंधित व्यवसायों और राजस्व मॉडल की एक बहुत अलग प्रोफाइल पर ध्यान देना उत्साहजनक है।

यह सीएटीवी उद्योग को कहां छोड़ता है? यह हमारे लिए देखने का महत्वपूर्ण बिंदु रहा है। इसका उत्तर रिपोर्ट में ही है और कैसे सीएटीवी उद्योग अगले 5-10 वर्षों में खुद को फिर से खोजेगा और खुद को बनाये रखने और विकसित करने के लिए नये राजस्व मॉडल और व्यवसायों के विभिन्न प्रोफाइलों को देखेगा...

यह सीएटीवी उद्योग और इसके हितधारकों के लिए अपने भविष्य का पता लगाने के लिए सकारात्मक कदम उठाने का संकेत है।

भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण ने एक बार फिर नये प्रसारण क्षेत्र के टैरिफ नियमों-एनटीओ 2.0 के कार्यान्वयन की समय सीमा को लगभग 6 महीने बढ़ाकर 30 नवंबर कर दिया है।

कोच्चि में पीपीसी टेक्नोलॉजीज के नवनिर्मित संयंत्र में ब्रॉडबैंड और 5जी उत्पादों के लिए अत्याधुनिक विनिर्माण क्षमतायें हैं। यह 'मेक इन इंडिया' कार्यक्रम के लिए एक बड़ा प्रोत्साहन है। भारत मनोरंजन के एक पावरहाउस के रूप में उभरने के कगार पर है। आइए इस पर जश्न मनायें!

(Manoj Kumar Madhavan)





## TANVIE SHUKLA JOINS FANTASY SPORTS

Tanvie Shukla who was with Mirror and recently India Ahead TV channel has joined Fantasy Sports. She will be working as Consultant, Policy Communication.

Shukla was working as Deputy News Editor at Times Now earlier. She has also served stints at CNBC TV 18, Bloomberg TV India and DNA in the past.



**TANVIE SHUKLA**

## फैंटेसी स्पोर्ट्स में शामिल हुई तन्वी शुक्ला

तन्वी शुक्ला जो कि मिरर के साथ थीं, हालही में इंडिया अहेड टीवी चैनल फैंटेसी स्पोर्ट्स में शामिल हो गयी हैं। वह सलाहकार, नीति संचार के रूप में काम करेंगी।

शुक्ला इससे पहले टाइम्स नाउ में डिप्टी न्यूज एडिटर के पद पर कार्यरत थे। उन्होंने अतीत में सीएनबीसी 18, ब्लूमबर्ग टीवी इंडिया और डीएनए में भी काम किया है।

## NBDA RAISES NTO CONCERNS

NBDA - News Broadcasters & Digital Association has raised concerns on the NTO 2.0 New Regulatory Framework and requested Telecom Regulatory Authority of India -TRAI to initiate a separate consultation process in order to address the concerns of news broadcasters with respect to the new regulatory framework.

NBDA feels a separate Consultation Process be initiated in order to address the concerns of the Members



## एनबीडीए ने एनटीओ के चिंता को उठाया

एनबीडीए-न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एंड डिजिटल एसोसिएशन ने एनटीओ 2.0 नये नियामक फ्रेमवर्क पर चिंता जतायी है और भारतीय नियामक प्राधिकरण-ट्राई से नये नियामक ढांचे के संबंध में समाचार प्रसारकों की चिंता को दूर करने के लिए एक अलग परामर्श प्रक्रिया शुरू करने का अनुरोध किया है।

एनबीडीए को लगता है कि एनबीडीए के सदस्यों की चिंता दूर करने के लिए एक अलग परामर्श प्रक्रिया शुरू

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



- ❖ In-depth & Unbiased Market Information
- ❖ Technology Breakthroughs
- ❖ Reaches More Than 40,000 Personnel Across The Satellite & Cable TV Industry every month

**... You Know What You are doing  
But Nobody Else Does**

**ADVERTISE NOW !**

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



# Future-Proof Your Business with Full **10G** Fiber Switch



**TL-SX3016F**

**JetStream 16-Port 10GE SFP+  
L2+ Managed Switch**



**16x 10G SFP+  
Ports**



**Advanced  
L2+ Features**



**Static  
Routing**



**Link  
Aggregation**



**IPv6  
Support**



**RPS**



**DHCP  
Server**

**TL-SX3008F**

**JetStream 8-Port 10GE SFP+  
L2+ Managed Switch**



**8x 10G SFP+  
Ports**



**Advanced  
L2+ Features**



**Static  
Routing**



**Link  
Aggregation**



**IPv6  
Support**



**Switching  
Capacity**



**DHCP  
Server**

**Vortex Infotech Pvt Ltd : [sales@vortexit.in](mailto:sales@vortexit.in)**  
**Tejas Vora 9930361210 | Rajesh Gala 8767138000**



of NBDA as the New Regulatory Framework has not been implemented in letter and spirit nor have the due benefits accrued to the News Broadcasters.

## ATRANGII HINDI CHANNEL LAUNCHED

Hindi general entertainment channel, Atrangii, has been launched.

Vibhu Agarwal, Founder & CEO ATRANGII channel shared, "We are elated to roll-out our first Hindi general entertainment channel ATRANGII. We have been curating gripping content for the channel for the past couple of months now and we take pride in launching it with four hours of programming. From here on, we aim to further bolster the original content line-up. We have invested heavily in expanding our creative pool, bringing talent both behind and on-screen to put out shows that resonate with the Hindi heartland. Our concerted focus with ATRANGII is to partner with established production houses and independent creators to showcase content that will give us a definitive edge over currently produced shows in the Hindi GEC space. We aim to emerge as the go to destination for entertainment across both satellite and digital space"



की जानी चाहिए, क्योंकि नया नियामक ढांचा अक्षरशः लागू नहीं किया गया है और न ही समाचार प्रसारकों को उचित लाभ मिला है।

## लॉन्च हुआ अतरंगी हिंदी चैनल

हिंदी सामान्य मनोरंजन चैनल अतरंगी लॉन्च किया गया है।

अतरंगी चैनल के संस्थापक और सीईओ विभु अग्रवाल ने बताया कि 'हम अपना पहला सामान्य हिंदी मनोरंजन चैनल अतरंगी शुरू करने के लिए उत्साहित हैं। हम पिछले कुछ महीनों से चैनल के लिए मनोरंजक सामग्री तैयार कर रहे हैं और हमें चार घंटे की प्रोग्रामिंग के साथ इसे लॉन्च करने पर गर्व है। यहां से हमारा लक्ष्य मूल सामग्री लाइन अप को और मजबूत करना है। हमने अपने रचनात्मक पूल का विस्तार करने के लिए भारी निवेश किया है, प्रतिभाओं को पीछे, और परदे पर लाने के लिए ऐसे शो पेश किये हैं जो हिंदी हार्टलैंड के साथ गूंजते हैं। अतरंगी के साथ हमारा पूरा फोकस स्थापित प्रोडक्शन हाउस और स्वतंत्र क्रिएटर्स के साथ सहभागिता करना है ताकि हम हिंदी में जीईसी क्षेत्र में वर्तमान में निर्मित शो के मुकाबले कंटेंट को प्रदर्शित कर सकें। हमारा लक्ष्य सैटेलाइट और डिजिटल स्पेस दोनों में मनोरंजन के लिए एक गंतव्य स्थल के रूप में उभरना है।

## MEGHA TATA LEAVES DISCOVERY

Megha Tata has quit Discovery and Arjun Nowhar has been appointed as GM for India. Discovery has Clement Schwebig, as president and managing director/ Clement will be responsible for India, South East Asia and Korea.

Arjun Nohwar reports to Schwebig. Tata was with Discovery for over three years. In her three decades of career, she has worked with media brands such as Star India, Turner International, HBO and BTVi before joining Discovery.

As Schwebig will continue to make other management adjustments over the next 18 months across the markets falling under him, his priority tasks for India will be "streaming services HBO Go in Southeast Asia and discovery+ in India" and "growth of the Kids space in India". ■



**MEGHA TATA**

## डिस्कवरी छोड़ी मेघा टाटा ने

मेघा टाटा ने डिस्कवरी छोड़ दी है और श्री अर्जुन नौहर को भारत के लिए जीएम नियुक्त किया गया है। डिस्कवरी में अध्यक्ष और प्रबंध निदेशक के रूप में क्लेमेंट शेविंग हैं/क्लेमेंट भारत, दक्षिण पूर्व एशिया और कोरिया के लिए जिम्मेदार होंगे।

अर्जुन नौहर, क्लेमेंट को रिपोर्ट करेंगे। टाटा तीन साल से अधिक समय से डिस्कवरी के साथ थीं। अपने तीन दशकों के कैरियर में उन्होंने डिस्कवरी में शामिल होने से पहले स्टार इंडिया, टर्नर इंटरनेशनल, एचबीओ और बीटीवीआई जैसे मीडिया ब्रांडों के साथ काम किया है।

हालांकि शेविंग अपने अधीन आने वाले बाजारों में अगले 18 महीनों में अन्य प्रबंधन समायोजन करना जारी रखेंगे, भारत के लिए उनकी प्राथमिकता कार्य 'दक्षिणपूर्व एशिया में स्ट्रीमिंग सेवाएँ एचबीओ गो और भारत में डिस्कवरी प्लस और भारत में बच्चों के खंड का विकास करना होगा।' ■





# SUMITOMO ELECTRIC

# MADE IN JAPAN

## "SUMITOMO" Splicer

**Fusion Splicer Core to Core Alignment**

**Ribbon Machine**

**IOT Enabled Machine (Sumicloud)**

**NanoTune™**

**TYPE-82C+**

**Z2C**

**TYPE-82M12**



(Electrode life:6000 arc Discharges)

- NanoTune™ enhances your splice experience. NanoTune™ reduces your time spent working and reduces splicing loss overall, by using the World's first AI splicing technology
- 5 Sec Splice & 9 sec. Heating time
- 300 Splice & Heating per battery cycle.
- Dual Independent Heaters
- Remote Interactive Maintenance

(Electrode life:6000 arc Discharges)

- 6 sec Splice & 15 sec. Heating time
- Touch-screen interface.
- Universal fibre clamps.

- Ultra Fast Splicing(11 Sec.)
- Ultra Fast Heating (25 Sec.)
- 2.0 Kg. weight with battery

**T400S**



**Active V-Groove Fusion Splicer For FTTH**

(Electrode life:6000 arc Discharges)

- 6 sec. Splice time
- 24 sec. Heating time
- Perfect alignment even up to 125um gap.
- 4.3 inch color LCD Display

**EMI  
AVAILABLE  
Hurry Now!!!**



Please Call On 9868266833

**SEI Trading India Pvt. Ltd.(Sumitomo)**

CIN:U50400HR2011FTC043523

Ph. No. :+91-124-4577470/9599495855

E-Mail: [sanjeev-kumar-mittal@seti.sei.co.jp](mailto:sanjeev-kumar-mittal@seti.sei.co.jp)

Website : [www.sumitomosplicers.in](http://www.sumitomosplicers.in) / [www.seti.co.in](http://www.seti.co.in)





## AIRTEL OTT SUBSCRIBER BASE EXPANDS

Airtel's OTT service - Airtel Xstream has reached a two million paid subscriber base.

"We are the fastest-growing OTT aggregator in India with two million paid subscribers," said Adarsh Nair, CEO of Airtel Digital.

Nair said Airtel Xstream is well-positioned to solve the challenges faced by both OTT content providers and customers. "Customers face fragmented viewing experiences, multiple platforms for content, and pricing challenges, which Airtel Xstream solves," he said.



## एयरटेल ओटीटी सब्सक्राइबर आधार का विस्तार

एयरटेल की ओटीटी सेवा-एयरटेल एक्सट्रीम का सब्सक्राइबर आधार दो मिलियन पे ग्राहक आधार तक पहुंच गया है।

एयरटेल डिजिटल के सीईओ आदर्श नायर ने कहा 'हम दो मिलियन पे ग्राहकों के साथ भारत में सबसे तेजी से बढ़ते ओटीटी एग्रीगेटर हैं।'

श्री नायर ने कहा कि एयर एक्सट्रीम ओटीटी सामग्री प्रदाताओं और ग्राहकों दोनों के सामने आने वाली चुनौतियों को हल करने के लिए अच्छी तरह तैनात है। उन्होंने कहा 'ग्राहकों के देखने के खंडित अनुभव सामग्री के लिए कई प्लेटफॉर्म और मूल्य निर्धारण संबंधी चुनौतियों का सामना करना पड़ता है जिसे एयरटेल एक्सट्रीम हल करता है।'

## WHITE TURTLE ACQUISITION BY TPG

Trailer Park Group – TPG which is a leading entertainment marketing and content production company acquired White Turtle Studios in India.

White Turtle Studios was founded in 2012 by Ankit Bhatia and Avinash Rajan.

Trailer Park Group is expanding and looks to serve global media, entertainment, gaming, and technology clients with creative, strategy, and



**TRAILER PARK GROUP**  
Trailer Park [artmachine] MIRADA

## टीपीजी द्वारा व्हाइट टर्टल का अधिग्रहण

ट्रेलर पार्क ग्रुप – टीपीजी जो एक प्रमुख मनोरंजन विक्रय और सामग्री उत्पादन कंपनी है, ने भारत में व्हाइट टर्टल स्टूडियो का अधिग्रहण किया है।

व्हाइट टर्टल स्टूडियो की स्थापना 2012 में अंकित भाटिया और अविनाश राजन ने किया था।

ट्रेलर पार्क समूह विस्तार कर रहा है और स्थानीयस्तर पर रचनात्मक, रणनीति और उत्पादन विशेषज्ञता के साथ वैश्विक मीडिया, मनोरंजन, गेमिंग और तकनीकी ग्राहकों की सेवा करना चाहते हैं।

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



- ❖ In-depth & Unbiased Market Information
- ❖ Technology Breakthroughs
- ❖ Reaches More Than 40,000 Personnel Across The Satellite & Cable TV Industry every month

... You Know What You Are Doing  
But Nobody Else Does

**ADVERTISE NOW!**

Contact:  
Mob.: +91-7021850198  
Email: scat.sales@nm-india.com





**ATTENTION!!!  
ATTENTION!!!  
ATTENTION!!!  
PLEASE**

**BFLIX**



## **NEW TUNING PARAMETERS**

Satellite G-Sat 30, Position 83.0°E,  
C Band, Frequency 3981,  
Symbol rate 4216, FEC 5/6,  
Polarity Horizontal

Satellite G-Sat 30, Position 83.0°E,  
C Band, Frequency 4054,  
Symbol rate 13230, FEC 3/4,  
Polarity Horizontal

**FOR DISTRIBUTION INQUIRY CONTACT - 9833896004 / [distribution@penmusic.in](mailto:distribution@penmusic.in)**

**YOUR FAVOURITE **FTA**  
HINDI MOVIE & HINDI MUSIC  
CHANNEL**





production expertise locally. Trailer Park Group works with media and technology companies, networks, studios, and streaming platforms such as Amazon Studios, Disney, HBO, Netflix, and Xbox, and is responsible for campaigns like Stranger Things, Marvel's Avengers, Pokémon, Spiderman, Xbox's Game Pass, and Jurassic World.

## MRINAL KULKARNI ON BOARD OF PLANET MARATHI OTT

Mrinal Kulkarni, actor and director has come on the Board of Planet Marathi OTT, Vistas Media Capital Company, as a part of its prestigious Board Of Founders.

Kulkarni started her role from June 2022 at Planet Marathi OTT.

Kulkarni said, "It gives me great pleasure to assume this honourable position. I understand the great responsibility which comes with this role. Web content is a great space to showcase the potential and power since it is a global platform with few barriers. I applaud the Planet Marathi OTT team for setting high benchmarks, not settling for less and creating new avenues for the Marathi web space. With my new role, I am glad I will be able to share my ideas and experience to take forward the platform's efforts. It brings me great pleasure to say, we are poised for the next level in the OTT space"

Producer and Founder, Planet Marathi OTT, Akshay Bardapurkar, said, "We are excited to have an industry veteran and expert like Mrinal Kulkarni onboard. With Mrinal joining us, we have upped the level of great expertise we have in our team. Mrinal embodies a sharp sense of business, innovation and craft, which is much needed in the OTT space. Her experience and vision will add to our mission of taking Marathi content to the world. She staunchly believes in the potential of Marathi content and it is an honour to have a powerhouse like her as a part of the Planet Marathi family" ■



ट्रेलर पार्क ग्रुप मीडिया और तकनीकी कंपनियों, नेटवर्क, स्टूडियो और स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म जैसे अमेज़न स्टूडियो, डिज्नी, एचबीओ, नेटफ्लिक्स और एक्सबॉक्स के साथ काम करता है और स्ट्रेंजर थिंग्स, मार्वल के एवेंजर्स, पोकेमॉन, स्पाइडरमैन, एक्सबॉक्स के गेम पास व जुरासिक वर्ल्ड जैसे अभियानों के लिए जिम्मेवार है।

## प्लेनेट मराठी ओटीटी की बोर्ड से जुड़ीं मृणाल कुलकर्णी

अभिनेता और निर्देशक मृणाल कुलकर्णी विस्तार मीडिया कैपिटल कंपनी, प्लेनेट मराठी ओटीटी के प्रतिष्ठित बोर्ड ऑफ फाउंडर्स के हिस्से के रूप में शामिल हो गयी हैं।

श्रीमती कुलकर्णी ने जून 2022 से प्लेनेट मराठी ओटीटी में अपनी भूमिका शुरू की। श्रीमती कुलकर्णी ने कहा 'इस सम्मानजनक पद को ग्रहण करते हुए मुझे बहुत खुशी हो रही है। मैं इस भूमिका के साथ

आने वाली बड़ी जिम्मेदारियों को समझती हूँ। वेब सामग्री क्षमता और शक्ति प्रदर्शन के लिए एक महान स्थान है क्योंकि यह कुछ बाधाओं के साथ वैश्विक प्लेटफॉर्म है। मैं प्लेनेट ओटीटी टीम की सराहना करती हूँ कि उसने उच्च मानक स्थापित करते हुए किसी तरह का समझौता किये बिना मराठी वेब स्पेस के लिए नया रास्ता तैयार किया। अपनी नयी भूमिका के साथ मुझे खुशी है कि

मैं प्लेटफॉर्म के प्रयासों को आगे बढ़ाने के लिए अपने विचार और अनुभव साझा कर पाऊँगी। मुझे यह कहते हुए बहुत खुशी हो रही है कि हम ओटीटी क्षेत्र में अगले स्तर के लिए तैयार हैं।'

प्लेनेट मराठी ओटीटी के निर्माता और संस्थापक अक्षय वर्दा पुरकर ने कहा 'हम मृणाल कुलकर्णी जैसे उद्योग के दिग्गज और विशेषज्ञ को शामिल करने के लिए उत्साहित हैं। मृणाल के हमारे साथ जुड़ने के साथ हमने अपनी टीम में महान विशेषज्ञता के स्तर को ऊपर उठाया है। मृणाल व्यापार, नवाचार और शिल्प की एक तेज भावना के प्रतीक हैं जिसकी ओटीटी क्षेत्र में बहुत अधिक आवश्यकता है। उनका अनुभव और दूरदृष्टि मराठी सामग्री को दुनिया तक ले जाने के हमारे मिशन को और बढ़ायेगी। वे मराठी सामग्री की क्षमता में दृढ़ विश्वास रखती हैं और प्लेनेट मराठी परिवार के एक हिस्से के रूप में उनके जैसे पावरहाउस का होना सम्मान की बात है। ■



# BROADCASTERS SPEAK ON REGULATORY FRAMEWORK

*The Regulatory Framework for Broadcast & Cable Services mooted by TRAI has received feedback from various stakeholders from the industry. Scatmag presents the views of the Indian Broadcasting and Digital Foundation (IBDF).*

*The Telecom Regulatory Authority of India (Trai) has once again extended the deadline for the implementation of the new broadcast sector tariff regulations —commonly known as NTO 2.0 — by almost six months, to November 30th.*

The Indian Broadcasting and Digital Foundation (IBDF) has urged the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) to deregulate broadcast tariff and remove restrictions on channel bundling.

Responding to the TRAI's consultation paper titled 'Issues related to New Regulatory Framework for Broadcasting & Cable Services', the IBDF said that the time is ripe for the regulator to implement a forbearance model vis-à-vis pricing of channels and packaging of such channels

**Q1. Should TRAI continue to prescribe a ceiling price of a channel for inclusion in a bouquet?**

**A. If yes, please provide the MRP of a television channel as a ceiling for inclusion in a bouquet. Please provide details of calculations and methodology followed to derive such ceiling price.**

**IBDF response:**

- No. There should be no prescription of any ceiling price of a channel for inclusion in a bouquet. As outlined in the preface, *À-la-carte* and bouquets are

# नियामक ढांचे पर प्रसारणकर्ताओं का रुख

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

इंडियन ब्रॉडकास्टिंग एंड डिजिटल फाउंडेशन (आईबीडीएफ) ने भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) से प्रसारण शुल्क को नियंत्रण मुक्त करने और चैनल बंडलिंग पर प्रतिबंध हटाने का आग्रह किया है।

प्रसारण और केबल सेवाओं के लिए नये नियामक ढांचे से संबंधित मुद्दे 'शीर्षक वाले ट्राई के परामर्श पत्र के जवाब में, आईबीडीएफ ने कहा कि नियामक के लिए चैनलों के मूल्य निर्धारण और ऐसे चैनलों की पैकेजिंग के लिए

एक सहनशीलता मॉडल लागू करने का समय आ गया है।

**प्र1: क्या ट्राई को किसी चैनल को बुके में शामिल करने के लिए अधिकतम मूल्य निर्धारित करना जारी रखना चाहिए?**

**ए. यदि हां, तो कृपया किसी टेलीविजन चैनल के एमआरपी को बुके में शामिल करने के लिए अधिकतम सीमा के रूप में प्रदान करें। कृपया इस तरह की अधिकतम कीमत प्राप्त करने के लिए अपनायी गयी गणना और कार्यप्रणाली का विवरण प्रदान करें।**

**आईबीडीएफ उत्तर:**

- नहीं, बुके में शामिल करने के लिए किसी चैनल के अधिकतम मूल्य का निर्धारण नहीं होना चाहिए। जैसाकि प्रस्तावना में बताया गया



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



different offerings catering to different target audiences supporting to different value propositions.

- ii. As also elaborated above, bundling of channels is a standard business practice across sectors as well as an internationally accepted practice. It offers several advantages and is adversely affected by price ceilings. Bundling not only allows broadcasters to experiment by introducing new and niche channels but also, allows consumers to sample such channels as well as other channels. It is also unfathomable to expect consumers to remember each and every channel that they may want to watch and subscribe accordingly, and as such, bundling allows consumers to have access to wide pool of content at affordable prices. Even historically, bundles seem to be the usual choice of consumers when it comes to subscribing channels. Additionally, ample evidence exists, in the form of global regulatory practices, that forbearance in relation to channel tariff and bundling thereof is the norm.
- iii. Whenever any stakeholder refers to a consumer in the B&CS sector, that consumer is not an individual, but a household, **whose average family/ household audience size is 4.25**, and according to Broadcast Audience Research Council (BARC), 98% of the 210 million TV households are single-TV homes. For this reason, bouquets are the default choice of Indian TV consumers/Households. Therefore, any price ceiling for inclusion in the formation of a bouquet will restrict the ability to form a package that caters to the majority of Indian TV households, which prefer bouquets because of their family size and to cater to diverse preferences.
- iv. As has been observed by TRAI in the Consultation Paper, price ceilings on channel prices for inclusion in bouquets and regulation of bouquet prices have neither resulted in consumer satisfaction nor have they benefitted any stakeholder. On the contrary, they are counterproductive both from consumer as well as DPO / broadcaster's perspective since, it hampers robust channel offering to consumers. The restrictions on bouquet pricing have also led to market disruptions, such as decrease in active subscriber base as well as revenues of broadcasters.



है कि ए-लॉ-कार्टे और बुके अलग-अलग पेशकश हैं जो विभिन्न लक्षित दर्शकों के लिए अलग-अलग मूल्य प्रस्तावों का समर्थन करते हैं।

- ii. जैसाकि ऊपर बताया गया है कि चैनलों को बंडल करना सभी क्षेत्रों में एक मानक व्यवसायिक अभ्यास है और साथ ही अंतरराष्ट्रीय स्तर पर स्वीकृत अभ्यास भी है। यह कई लाभ भी प्रदान करता है और मूल्य सीमा से प्रतिकूल रूप से प्रभावित होता है। बंडलिंग न केवल प्रसारकों को नये और आला चैनल पेश करके प्रयोग करने की अनुमति देता है बल्कि उपभोक्ताओं को ऐसे चैनलों के साथ-साथ अन्य चैनलों का नमूना लेने की अनुमति देता है। उपभोक्ताओं से यह अपेक्षा करना भी अकल्पनीय है कि वे प्रत्येक चैनल को याद रखें, जिसे वे देखना और उसके अनुसार सदस्यता लेना चाहते हैं और इस तरह बंडलिंग उपभोक्ताओं को सस्ती कीमतों पर सामग्री के व्यापक पूल तक पहुंचने की अनुमति देता है। ऐतिहासिक रूप से भी जब चैनलों की सदस्यता लेने की बात आती है तो बंडल उपभोक्ताओं की सामान्य पसंद प्रतीत होती है। इसके अतिरिक्त वैश्विक नियामक प्रथाओं के रूप में पर्याप्त सबूत मौजूद हैं कि चैनल टैरिफ और इसके बंडलिंग के संबंध में सहनशीलता आदर्श है।
- iii. जब भी कोई हितधारक वी एंड सीएस क्षेत्र में किसी उपभोक्ता को संदर्भित करता है तो वह उपभोक्ता एक व्यक्ति नहीं है बल्कि एक घर है जिसका औसत परिवार/घरेलू दर्शकों के आकार 4.2 है और ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल (बीएआरसी) के अनुसार 210 मिलियन में से 98% टीवी घराने सिंगल टीवी घर हैं। इस कारण से, बुके भारतीय टीवी उपभोक्ताओं/घरों की डिफॉल्ट पसंद है। इसलिए बुके के निर्माण में शामिल करने के लिए कोई भी मूल्य सीमा एक पैकेज बनाने की क्षमता को सीमित कर देगी जो कि अधिकांश भारतीय टीवी देखने वाले परिवारों की जरूरतों को पूरा करता है जो कि अपने परिवार और विविध प्राथमिकताओं को देखते हुए बुके को पसंद करता है।
- iv. जैसाकि ट्राई ने परामर्श पत्र में देखा है, बुके में शामिल करने के लिए चैनल कीमतों पर मूल्य सीमा और बुके की कीमतों के नियमन से न तो उपभोक्ता संतुष्टि हुई है और न ही इससे किसी हितधारकों को लाभ हुआ है। इसके विपरीत वे उपभोक्ता के साथ-साथ डीपीओ/प्रसारकों दोनों के दृष्टिकोण से प्रतिकूल हैं, क्योंकि यह उपभोक्ताओं को मजबूत चैनल पेशकश को बाधित करता है। बुके मूल्य निर्धारण पर प्रतिबंध के कारण बाजार में व्यवधान भी आया है, जैसे सक्रिय ग्राहक आधार में कमी और



Moreover, the change necessitated in all broadcasters' bouquet offerings has led to distributors being tasked with repeating the large-scale consumer migration exercise that had been completed, with much difficulty in 2019. This has also impacted consumer interest, as many consumers, after having been compelled to migrate to a new regime by exercising their choice, are now left without the bouquet offerings that they had chosen under the earlier regime.

- v. The Authority's admission, as observed in para 2.4 of the Consultation Paper, is that an optimal channel price is impractical to determine or does not exist. *"While framing the new regulatory framework 2017, the Authority noted that it is impractical to determine the price of a television channel. In this regard the Authority observed that generally a channel consists of number of the programs. The cost of the production of different programs varies based on the actors, setup cost, script, copy rights, and other miscellaneous factors. Various programs on a given channel also get changed frequently based on their Television Rating Points (TRP) and advertisement potential. Hence, determining the cost of production of a program on a television channel at all times is an extremely difficult process, perhaps almost impossible to derive through a fixed mathematical/statistical model. Moreover, such determination of price would be dynamic in nature and may vary with change in programs in a channel and programs on television channels change dynamically. Accordingly, the Authority in the Tariff Order 2017 did not prescribe any ceiling on the prices of channels and left it to the broadcasters to decide the prices of their channels."* That apart, as has been observed by TRAI itself in the Consultation Paper, since it is not possible for a third-party to determine the price of a TV channel, any ceiling price for such a channel to retro-fit into any formula for linking *à-la-carte* or bouquet and/or determining either *à-la-carte* price or bouquet price would undoubtedly suffer from unworkability and speciousness.
- vi. There is no empirical study linking consumer satisfaction to bundling of channels as per their choice, to lend credibility to the conclusion that Indian consumers prefer to make higher payment, if necessary, in exchange for receipt of channels of their

प्रसारकों के राजस्व में कमी। इसके अलावा सभी प्रसारकों के बुके की पेशकशों में आवश्यक परिवर्तन के कारण वितरकों को बड़े पैमाने पर उपभोक्ता प्रवासन अभ्यास को दोहराने का काम सौंपा गया है जिसे 2019 में कठिनाई के साथ पूरा किया गया था। इसने उपभोक्त हित को भी प्रभावित किया है, क्योंकि कई उपभोक्ता अपनी पसंद का प्रयोग करके एक नयी व्यवस्था में स्थानांतरित होने के लिए मजबूर होने के बाद अब वे पहले के शासन के तहत चुने गये ऑफरिंग से वंचित रह गये हैं।

- v. प्राधिकरण की स्वीकृति, जैसाकि परामर्श पत्र के पैरा 4.2 में देखा गया है, यह है कि इष्टतम चैनल मूल्य निर्धारित करना अव्यवहारिक है या मौजूद नहीं है। नया नियामक ढांचा 2017 तैयार करते समय, प्राधिकरण ने नोट किया कि एक टेलीविजन चैनल की कीमत निर्धारित करना अव्यवहारिक है। इस संबंध में प्राधिकरण ने पाया कि आमतौर पर एक चैनल में कार्यक्रमों की संख्या होती है। विभिन्न कार्यक्रमों के उत्पादन की लागत अभिनेताओं, सेटअप लागत, स्क्रिप्ट, कॉपी राइट्स और अन्य विविध कारकों के आधार पर भिन्न होती है। किसी चैनल पर विभिन्न कार्यक्रम भी उनके टेलीविजन रेटिंग प्वाइंट (टीआरपी) और विज्ञापन क्षमता के आधार पर बार-बार बदले जाते हैं। इसलिए हर समय एक टेलीविजन चैनल पर एक कार्यक्रम की उत्पादन लागत का निर्धारण एक अत्यंत कठिन प्रक्रिया है, शायद एक निश्चित गणितीय/सांख्यिकीय मॉडल के माध्यम से प्राप्त करना लगभग असंभव है। इसके अलावा कीमत का ऐसा निर्धारण प्रकृति में गतिशील होगा, और एक चैनल में कार्यक्रमों में बदलाव के साथ भिन्न हो सकता है और टेलीविजन चैनलों पर कार्यक्रम गतिशील रूप से बदलते हैं। तदनुसार प्राधिकरण ने टैरिफ आदेश 2017 में चैनलों की कीमत पर कोई सीमा निर्धारित नहीं की है और चैनलों की कीमत तय करने के लिए इसे प्रसारकों पर छोड़ दिया है। इसके अलावा जैसाकि स्वयं ट्राई द्वारा परामर्श पत्र में देखा गया है, चूंकि किसी तीसरे पक्ष के लिए किसी टीवी चैनल की कीमत निर्धारित करना संभव नहीं है, ऐसे चैनल के लिए किसी भी अधिकतम मूल्य को लिंक करने के लिए किसी भी फॉर्मूले में रेट्रो फिट करने के लिए ए-लॉ-कार्टे या बुके और या तो ए-लॉ-कार्टे मूल्य या बुके की कीमत का निर्धारण निःसंदेह अव्यवहार्यता व विशिष्टता से ग्रस्त होगा।
- vi. उपभोक्ताओं की संतुष्टि को उनकी पसंद के अनुसार चैनलों की बंडलिंग से जोड़ने वाला कोई अनुभवजन्य अध्ययन नहीं है, इस निष्कर्ष पर विश्वनीयता प्रदान करने के लिए कि भारतीय उपभोक्ता केवल अपनी पसंद के चैनलों की प्राप्ति के बदले, यदि आवश्यक हो तो उच्च भुगतान करना पसंद करते हैं। बाजार में आला और



choice alone. There is also lack of data on the impact of such price restrictions and regulation, on the entry of niche and smaller players in the market. On the contrary, ample evidence exists, in the form of global regulatory practices, that forbearance in relation to channel tariff and bundling thereof is the norm and has enabled the TV market to grow for all stakeholders, in line with the market and the consumers ability to receive and consume the service.

- vii. As witnessed, the INR 19 ceiling for a channel that can be included in a bouquet effectively becomes the price ceiling for *à-la-carte* channels. Not being in a bouquet denies that *à-la-carte* channel the ability to reach 80% of the TV households in India. In NTO 2.0, by pushing this price ceiling to INR 12 under NTO 2.0, it became totally unfeasible for several channels to be included in a bouquet. As a result, those channels were pushed out from bouquets and priced much higher since the revenue loss from advertisements (from not being in a bouquet) had to be compensated for by higher subscriptions revenues through higher prices.
- viii. Accordingly, TRAI should discontinue prescribing ceiling price of a channel for inclusion in a bouquet and leave the fixation of prices of channels as well as bouquets to market forces of demand and supply.

**B. If no, what strategy should be adopted to ensure the transparency of prices for a consumer and safeguard the interest of consumer from perverse pricing? Please provide detailed reasoning/justifications for your comment(s).**

### I BDF response:

- i. It is reiterated that market forces of demand and supply are the best parameters for determining prices of channels, and broadcasters seeking to ensure highest market penetration will be incentivised to invest in high quality content and to price the same competitively. Market forces will also ensure that these prices remain stable.
- ii. To recommend an enduring solution to the problems that are plaguing the industry, it is extremely important for clarification/correction of TRAI's misconception of "perverse pricing" of bouquets vis-à-vis *à-la-carte* prices. Due to this misconception, the questions framed in the present consultative exercise are aimed

छोटे खिलाड़ियों के प्रवेश पर इस तरह के मूल्य प्रतिबंधों और विनियम के प्रभाव पर डेटा का भी अभाव है। इसके विपरीत वैश्विक नियामक प्रथाओं के रूप में पर्याप्त सबूत मौजूद हैं कि चैनल टैरिफ और बंडलिंग के संबंध में सहनशीलता आदर्श है और इसने टीवी बाजार को बाजार और उपभोक्ताओं की सेवा प्राप्त करने और उपभोग करने की क्षमता के अनुरूप सभी हितधारकों के लिए विकसित होने में सक्षम बनाया है।

- vii. जैसाकि देखा गया है कि एक चैनल के लिए 19 रुपये की अधिकतम सीमा जिसे बुके में शामिल किया जा सकता है, प्रभावी रूप से ए-लॉ-कार्टे चैनलों के लिए मूल्य सीमा बन जाती है। बुके में न होना इस बात से इंकार से इंकार करता है कि ए-लॉ-कार्टे चैनल भारत में 80% टीवी घरों तक पहुंचने की क्षमता रखता है। एनटीओ 2.0 में, एनटीओ 2.0 के तहत इस मूल्य सीमा को 12 रुपये तक बढ़ाकर कई चैनलों को एक बुके में शामिल करना पूरी तरह असंभव हो गया। नतीजतन, उन चैनलों को बुके से बाहर कर दिया गया और उनकी कीमत बहुत अधिक थी, क्योंकि विज्ञापनों से होने वाली राजस्व हानि (बुके में नहीं होने से) की भरपायी उच्च कीमतों के माध्यम से उच्च सब्सक्रिप्शन राजस्व द्वारा की जानी थी।
- viii. तदनुसार, ट्राई को एक बुके में शामिल करने के लिए एक चैनल की अधिकतम कीमत निर्धारित करना बंद कर देना चाहिए और चैनलों के साथ-साथ बुके की कीमतों का निर्धारण मांग और आपूर्ति की बाजार शक्तियों पर छोड़ देना चाहिए।

**बी. यदि नहीं, तो उपभोक्ताओं के लिए कीमतों की पारदर्शिता सुनिश्चित करने और उपभोक्ताओं को विकृत मूल्य निर्धारण से बचाने के लिए क्या रणनीति अपनायी जानी चाहिए? कृपया अपनी टिप्पणी (टिप्पणियों) के लिए विस्तृत तर्क/औचित्य प्रदान करें।**

### आईबीडीएफ उत्तरः

- i. यह दोहराया जाता है कि मांग और आपूर्ति की बाजार ताकतें चैनलों की कीमतों को तय करने के लिए सर्वोत्तम मानदंड हैं और उच्चतम बाजार पहुंच सुनिश्चित करने की मांग करने वाले प्रसारकों को उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री में निवेश करने और प्रतिस्पर्धी रूप से कीमत तय करने के लिए प्रोत्साहित किया जायेगा। बाजार की ताकतें यह सुनिश्चित करेंगी कि यह कीमतें स्थिर रहें।
- ii. उद्योग को परेशान करने वाली समस्याओं के स्थायी समाधान की सिफारिश करने के लिए बुके के विकृत मूल्य निर्धारण के बारे में ट्राई की गलत धारणा के स्पष्टीकरण/सुधार के लिए ए-लॉ-कार्टे कीमतों की तुलना में अत्यंत महत्वपूर्ण है। इस गलत धारणा के



at rectifying or solving something that is not 'perverse' but in fact reasonable, accommodating and involving mutual assistance in working towards a common goal. Perpetuating this mistaken perception will prevent the industry from achieving the stated objective of NTO 1 i.e., adequate choice to consumers at affordable price(s). We have noted the reference to the Hon'ble Supreme Court's observation on the a-la-carte and bouquet linkage in paragraph 37 of the judgment dated October 30, 2018. It may be noted that the TRAI thereafter filed an SLP challenging the judgment of the Hon'ble Madras High Court by which the capping of the price of bouquets at 85% of the sum of the a-la-carte prices of pay channels was struck down as being arbitrary and un-enforceable. Therefore, the SLP sought to reinstate ability for the TRAI to reintroduce a linkage between a-la-carte and bouquet prices. It may be noted that this SLP was dismissed as withdrawn. The 2017 tariff order and regulation were therefore implemented (and continue as on date) as a consequence without any linkage between a-la-carte and bouquets in keeping with the judgment of the Hon'ble Madras High Court which found such linkage to be **arbitrary and un-enforceable**. In any event, the judgment of the Hon'ble Supreme Court was rendered in the factual context of the 2017 Regulations while the current exercise pertains to the 2020 framework.

- iii. The only strategy that needs to be adopted to ensure the transparency of prices as well as safeguarding the interest of a consumer, is to inform the consumer of its available options. The consumer has the benefit of information openly available on the price and the packaging in a broadcaster's bouquet, the price and packaging in various kinds of DPO bouquets, as well as the price of an a-la-carte channel. Thus, under the present regulatory regime, a consumer has a clear line of sight and can make an informed choice. The factors that influence the price in a package are supported by advertising and subscription, as explained in question 1 above. Like any business, various overt and ancillary costs are factored when offering packages and



कारण वर्तमान परामर्शी अभ्यास में तैयार किये गये प्रश्नों का उद्देश्य किसी ऐसे चीज को ठीक करना या हल करना है जो विकृत नहीं है बल्कि वास्तव में उचित है, एक सामान्य लक्ष्य की दिशा में काम करने में आपसी सहायता को समायोजित करता है और इसमें शामिल है। इस गलत धारणा को बनाये रखने से उद्योग को एनटीओ 1 के घोषित उद्देश्यों को प्राप्त करने से रोक दिया जायेगा, यानी उपभोक्ताओं को सस्ती कीमतों पर पर्याप्त विकल्प प्राप्त होंगे। हमने 30 अक्टूबर 2018 के फैसले के पैरा 37 में ए-लॉ-कार्टे और बुके लिंकेज पर माननीय सुप्रीम कोर्ट के अवलोकन के संदर्भ का उल्लेख किया है। यह ध्यान दिया जा सकता है कि इसके बाद ट्राई ने माननीय मद्रास उच्च न्यायालय के फैसले को चुनौती देते

हुए एक एसएलपी दायर की जिसके द्वारा पे चैनलों के ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग के 85% पर बुके की कीमत की सीमा को मनमाना और अप्रवर्तनीय होने के नाते समाप्त कर दिया गया था। इसलिए एसएलपी ने ट्राई के लिए ए-लॉ-कार्टे और बुके के कीमतों के बीच के संबंध को फिर से शुरू करने की क्षमता बहाल करने की मांग की। यह ध्यान दिया जा सकता है कि इस एसएलपी को वापस लेने के रूप में खारिज कर दिया गया था। इसलिए 2017 के टैरिफ आदेश और

विनियमन को लागू किया गया (और आज भी जारी है), बावजूद इसके कि माननीय मद्रास उच्च न्यायालय के निर्णय को ध्यान में रखते हुए, ए-लॉ-कार्टे और बुके के बीच किसी भी संबंध के बिना एक परिणाम के रूप में, जिसने इस तरह के संबंध को मनमाना और अपरिवर्तनीय पाया। किसी भी घटना में माननीय सर्वोच्च न्यायालय का निर्णय 2017 के विनियमों के तथ्यात्मक संदर्भ में दिया गया था, जबकि वर्तमान अभ्यास 2020 के ढांचे से संबंधित है।

- iii. कीमतों की पारदर्शिता सुनिश्चित करने के साथ-साथ उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए केवल एक ही रणनीति अपनायी जानी चाहिए, वह है उपभोक्ताओं को उसके लिए उपलब्ध विकल्पों के बारे में सूचित करना। उपभोक्ताओं को प्रसारकों के बुके में कीमत और पैकेजिंग, विभिन्न प्रकार के डीपीओ बुके में कीमत और पैकेजिंग के साथ-साथ एक ए-लॉ-कार्टे चैनल की कीमत पर खुले तौर पर उपलब्ध जानकारी का लाभ मिलता है। इस प्रकार वर्तमान नियामक व्यवस्था के तहत एक उपभोक्ता के पास स्पष्ट दृष्टि होती है और वह एक सूचित विकल्प बन सकता है। पैकेज में कीमत को प्रभावित करने वाले कारक विज्ञापन और सदस्यता द्वारा समर्थित हैं, जैसाकि प्रश्न 1 में बताया गया है। किसी भी व्यवसाय की तरह पैकेज और सब्सक्रिप्शन की पेशकश करते समय विभिन्न स्पष्ट और सहायक लागतों को ध्यान में रखा जाता है। तथ्य यह है



## BROADCASTERS RESPONSE

subscriptions. The fact is the consumer, especially in India, benefits from the price being supported heavily from advertising where subscription cannot meet the costs alone.

- iv. Between 2004 and 2019 (before the NTO 1 was brought into effect), there was no evidence that consumers were exploited as far as pricing was concerned. India has always been and continues to be a market that provides the most affordable access to content across the world. The fierce and intense competition in the sector explains this stability of channel pricing. In fact, between 2004 and 2017, when the NTO 1 was deliberated, the Consumer Price Index (CPI) increased by 153% and broadcasters along with other businesses were faced with rising costs and challenges. However, the saving grace for the TV broadcast industry was bundling, as it kept monthly TV bills significantly lower than what they would otherwise have been if adjusted for inflation. According to a survey commissioned by MIB in 2004 the average monthly TV bill was around INR 190 and the average household had access to around 80 channels. Adjusting for inflation, INR 190 in 2004 would be equivalent to INR 402 in 2018. However, thanks to bundling, the average monthly TV bill in 2018 was only INR 222, being **INR 180 LESS** than what it would have been if we accounted for inflation. Moreover, TV households had access to 315 channels before NTO 1, up from 80 in 2004. This is primarily because broadcasters were able to bundle channels to keep prices low for consumers.
- v. Accordingly, no strategy or additional steps are required to be adopted to ensure the transparency or for safeguarding interests of consumer since, sufficient measures already exist under the extant regulatory regime. It is however submitted that need of the hour is to eventually exercise complete forbearance on regulation of channel pricing and that the same should be left to market forces.

**Q2. What steps should be taken to ensure that popular television channels remain accessible to the large segment of viewers. Should there be a ceiling on the MRP of pay channels? Please provide your answer with full justifications/reasons.**

### I BDF response:

- i. At the outset, it is reiterated that TV watching patterns differ amongst different persons and within different

कि उपभोक्ता विशेष रूप से भारत में विज्ञापन से भारी समर्थन प्राप्त होने वाली कीमत से लाभ होता है, जहां सब्सक्रिप्शन अकेले लागतों को पूरा नहीं कर सकती है।

- iv. **2004 और 2019 के बीच** (एनटीओ 1 के प्रभाव में आने से पहले) इस बात का कोई सबूत नहीं था कि कीमतों के संबंध में उपभोक्ताओं का शोषण किया गया था। भारत हमेशा से एक ऐसा बाजार रहा है और बना रहेगा जो दुनियाभर में सामग्री के लिए सबसे किफायती पहुंच प्रदान करता है। इस क्षेत्र में भयंकर और तीव्र प्रतिस्पर्धा चैनल मूल्य निर्धारण की इस स्थिरता की व्याख्या करती है। वास्तव में **2004 और 2017 के बीच**, जब एनटीओ 1 पर विचार किया गया था, उपभोक्त मूल्य सूचकांक (सीपीआई) में **153%** की वृद्धि हुई और अन्य व्यवसायों के साथ प्रसारकों की बढ़ती लागत और चुनौतियों का सामना करना पड़ा। हालांकि टीवी प्रसारण उद्योग के लिए बचत अनुग्रह बंडलिंग था, क्योंकि इसने मासिक टीवी बिलों को मुद्रास्फीति के लिए समायोजित किये जाने की तुलना में काफी कम रखा था। एमआईवी द्वारा किये गये एक सर्वेक्षण के अनुसार **2004 में औसत मासिक टीवी बिल 190 रुपये** के आसपास था और औसत परिवार की पहुंच लगभग **80 चैनलों** तक थी। मुद्रास्फीति के लिए समायोजन **2004 में 190 रुपये, 2018 में 402 रुपये** के बराबर होगा। हालांकि बंडलिंग के कारण **2018 में औसत मासिक टीवी बिल केवल 222 रुपये** था, जो कि अगर हम मुद्रास्फीति के हिसाब से देखें तो यह **180 रुपये** के मुकाबले काफी कम है। इसके अलावा टीवी परिवारों के पास एनटीओ 1 से पहले **315 चैनलों** तक पहुंच थी, जबकि **2004 में यह 80 थी**। इसका मुख्य कारण यह है कि प्रसारक उपभोक्ताओं के लिए कीमतें कम रखने के लिए चैनलों को बंडल करने में सक्षम थे।
- v. तदनुसार, पारदर्शिता सुनिश्चित करने या उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा के लिए कोई रणनीति या अतिरिक्त कदम उठाने की आवश्यकता नहीं है, क्योंकि मौजूदा नियामक व्यवस्था के तहत पहले से ही पर्याप्त उपाय मौजूद हैं। हालांकि यह अनुरोध किया जाता है कि समय की आवश्यकता है कि अंततः चैनल मूल्य निर्धारण के नियमन पर पूरी तरह से रोक लगायी जाए और इसे पूरी तरह बाजार की ताकतों पर छोड़ दिया जाना चाहिए।

**प्र2: यह सुनिश्चित करने के लिए क्या कदम उठाया जाना चाहिए कि लोकप्रिय टेलीविजन चैनल दर्शकों के बड़े वर्ग के लिए सुलभ रहे। क्या पे चैनलों के एमआरपी की अधिकतम सीमा होनी चाहिए? कृपया अपना उत्तर पूर्ण औचित्य/कारणों के साथ दें?**

### आईबीडीएफ उत्तर:

- i. शुरुआत में यह दोहराया जाता है कि टीवी देखने का पैटर्न



households, and accordingly, there is no definition of what constitutes a ‘popular’ channel. Further, categorization of channels as ‘popular’ for the purpose of access is not in the interest of the public. It is of utmost importance, in keeping with the freedom of speech and expression – both of the creator as well as the viewer – that there should be access to plurality of views and it is hence arbitrary to classify channels as “popular” and certainly not in line with good regulatory practice to use that classification to make regulatory decisions. No study has been conducted to appreciate the specifics of consumer behaviour that drives TV consumption patterns in a home.

- ii. What is popular may differ across regions, languages and genres, as also in the same household. In fact, popularity of a particular channel may even change seasonally or on the happening of a particular event. For instance, popularity of devotional channels increases around festivals such as Navratri, while sports channels find more popularity during events like IPL, FIFA World Cup etc.
- iii. It is also relevant to highlight that the proposal for capping of *à-la-carte* MRP of pay channels was deliberated upon and rejected by the TRAI during consultations held prior to NTO 1, as it was felt that “*full freedom and business flexibility should be given to the broadcasters to monetize their channels*”. Therefore, there is no requirement for a renewed consideration of this aspect, and TRAI ought to instead move towards forbearance and de-regulation.
- iv. As per TRAI’s own assessment, the active subscriber base of pay TV users has shrunk exponentially since the implementation of the NTO 1. Active paid subscriptions reduced from 131 million in 2020 to 125 million in 2021. This is because any regulatory intervention, though well-intentioned, in the pricing of channels, which should be prerogative of the broadcaster (who is the owner of copyright in the content on the channel as well as the broadcast reproduction right in the telecast of such content), is counter-productive and has a cascading effect on



अलग-अलग व्यक्तियों और अलग-अलग घरों में अलग-अलग होता है और तदनुसार लोकप्रिय चैनल के गठन करने का कोई परिभाषा नहीं है। इसके अलावा पहुंच के उद्देश्य से चैनलों को लोकप्रिय रूप से वर्गीकृत करना जनता के हित में नहीं है। भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को ध्यान में रखते हुए-निर्माता और दर्शक दोनों-को ध्यान में रखते हुए यह महत्वपूर्ण है कि विचारों की बहुलता तक पहुंच होनी चाहिए और इसलिए चैनलों को ‘लोकप्रिय’ के रूप में वर्गीकृत करना मनमाना है और निश्चित रूप से नियामक निर्णय लेने के लिए उस वर्गीकरण का उपयोग करने के लिए अच्छे नियामक अभ्यास के अनुरूप नहीं है। उपभोक्ता व्यवहार की बारीकियों की सराहना करने के लिए कोई अध्ययन नहीं किया गया है जो एक घर में टीवी खपत पैटर्न को संचालित करता है।

- ii. जो लोकप्रिय है वह क्षेत्रों, भाषाओं और शैलियों में भिन्न हो सकता है, साथ ही यह एक ही घर में भी होता है। वास्तव में किसी विशेष चैनल की लोकप्रियता मौसमी रूप से या किसी विशेष घटना के घटित होने पर बदल सकती है। उदाहरण के लिए नवरात्रि जैसे त्योहारों के आसपास भक्ति चैनलों की लोकप्रियता बढ़ जाती है, जबकि खेल चैनल आईपीएल, फीफा वर्ल्डकप आदि जैसे आयोजनों के दौरान अधिक लोकप्रियता पाते हैं।
- iii. यह उजागर करना भी प्रासंगिक है कि पे चैनलों के ए-ला-कार्टे एमआरपी की अधिकतम सीमा पर विचार किया गया था और एनटीओ 1 से पहले आयोजित परामर्श के दौरान ट्राई द्वारा खारिज कर दिया गया था, क्योंकि यह महसूस किया गया था कि ‘प्रसारकों को अपने चैनलों का मुद्रिकरण करने के लिए पूर्ण स्वतंत्रता और व्यावसायिक लचीलापन दिया जाना चाहिए।’ इसलिए इस पहलू पर नये सिरे से विचार करने की कोई आवश्यकता नहीं है और ट्राई को इसके बजाय सहनशीलता और वि-विनियमन की ओर बढ़ना चाहिए।
- iv. ट्राई के अपने आकलन के अनुसार एनटीओ 1 लागू होने के बाद से पे टीवी उपभोगकर्ताओं को सक्रिय ग्राहक आधार तेजी से सिकुड़ गया है। सक्रिय भुगतान सब्सक्रिप्शन 2020 में 131 मिलियन से घटकर 2021 में 125 मिलियन रह गयी है। ऐसा इसलिए, क्योंकि चैनलों के मूल्य निर्धारण में कोई भी नियामक हस्तक्षेप, हालांकि सुविचारित है, जो प्रसारकों का विशेषाधिकार होना चाहिए (जो चैनलों पर सामग्री में कॉपीराइट का मालिक है और साथ ही ऐसे कार्यक्रमों के प्रसारण में प्रसारण रिप्रोडक्शन का अधिकार है),



## BROADCASTERS RESPONSE

broadcasters' content / channel offering and business. The implementation of NTO 1 also impacted subscription revenues, which witnessed a fall owing to the uncertainties caused by the NTO 1. Non-renewal of subscription revenues, increased in the number of choices available to viewers for accessing fresh content and blackouts in the cable ecosystem led to erosion in the active subscriber base.

- v. Broadcasters are conscious of market dynamics and are keen to make available good content at affordable prices to consumers.
- vi. Further, any proposal to impose a price ceiling on channel or bouquet prices effectively curtails the fundamental rights guaranteed to the creator of the content, and even more-so to the creator of niche, regional or diversity content, for whom the medium of TV broadcast is existential, in achieving dissemination of its expression and speech through its work.
- vii. It is submitted that no steps are required to be adopted to ensure availability of television channels to subscribers since, sufficient safeguards already exist that ensure availability of all channels to consumers at affordable prices. In this regard, it may be noted that current regulatory regime requires mandatory à-la-carte offering of all channels. Further, there is sufficient competition in the market to ensure reasonable pricing of all channels. In view thereof, no price ceiling ought to be imposed on the MRP of pay channels.

**Q3. Should there be ceiling on the discount on sum of à-la-carte prices of channels forming part of bouquets while fixing MRP of bouquets by broadcasters? If so, what should be appropriate methodology to work out the permissible ceiling on discount? What should be value of such ceiling? Please provide your comments with justifications.**

### **I BDF response:**

- i. There should not be any ceiling on the discount on sum of à-la-carte prices of channels forming part of bouquets while fixing MRP of bouquets by broadcasters. Broadcasters, and distributor platforms, should be free to offer discount on both their à-la-carte and bouquet offerings.
- ii. Imposition of discount ceiling is aimed at encouraging

प्रति उत्पादक है और प्रसारकों की सामग्री/चैनलों की पेशकश और व्यवसाय पर व्यापक प्रभाव डालता है। एनटीओ 1 के प्रस्तुतिकरण ने सब्सक्रिप्शन राजस्व को भी प्रभावित किया है जिसमें एनटीओ 1 की वजह से अनिश्चितता के कारण गिरावट देखी गयी। सब्सक्रिप्शन राजस्व का गैर-नवीनीकरण, केवल पारिस्थितिकी तंत्र में ताजा सामग्री और ब्लैकआउट तक पहुंचने के लिए दर्शकों के लिए उपलब्ध विकल्पों की संख्या में वृद्धि हुई है जो कि सक्रिय ग्राहक आधार में गिरावट का कारण बना।

- v. प्रसारक बाजार की गतिशीलता को लेकर जागरूक है और उपभोक्ताओं को सस्ती कीमतों पर अच्छी सामग्री उपलब्ध कराने का ईच्छुक है।
- vi. इसके अलावा, चैनल या बुके की कीमतों पर मूल्य सीमा लगाने का कोई भी प्रस्ताव सामग्री के निर्माता को गारंटीकृत मौलिक अधिकारों को प्रभावी ढंग से कम करता है और इससे भी अधिक विशिष्ट, क्षेत्रीय या विविधता सामग्री के निर्माता के लिए, जिसके लिए टीवी प्रसारण का माध्यम अपने काम के माध्यम से अपनी अभिव्यक्ति और भाषण के प्रसार को प्राप्त करने में अस्तित्वगत है।
- vii. यह प्रस्तुत किया जाता है कि ग्राहकों को टेलीविजन चैनलों की उपलब्धता सुनिश्चित करने के लिए कोई कदम उठाने की आवश्यकता नहीं है, क्योंकि पर्याप्त सुरक्षा उपाय पहले से ही मौजूद है जो उपभोक्ताओं को सभी चैनलों को सस्ती कीमतों पर उपलब्धता सुनिश्चित करते हैं। इस संबंध में यह ध्यान दिया जा सकता है कि वर्तमान नियामक व्यवस्था के लिए सभी चैनलों के लिए अनिवार्य ए-लॉ-कार्टे पेशकश की आवश्यकता है। इसके अलावा सभी चैनलों का उचित मूल्य निर्धारण सुनिश्चित करने के लिए बाजार में पर्याप्त प्रतिस्पर्धा है। इसके मद्देनजर पे चैनलों के एमआरपी पर कोई मूल्य सीमा नहीं लगायी जानी चाहिए।

**प33: क्या प्रसारकों द्वारा बुके की एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग पर छूट की सीमा होनी चाहिए? यदि हां, तो छूट का अनुमेय अधिकतम सीमा निर्धारित करने के लिए उपयुक्त कार्यप्रणाली क्या होनी चाहिए? इस तरह की सीलिंग का मूल्य क्या होनी चाहिए? कृपया अपनी टिप्पणियों को औचित्य के साथ प्रदान करें।**

### **आईबीडीएफ उत्तर:**

- 1. प्रसारकों द्वारा बुके का एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग पर छूट की कोई सीमा नहीं होनी चाहिए। प्रसारकों और वितरक प्लेटफॉर्म को अपने ए-लॉ-कार्टे और बुके दोनों पर छूट की पेशकश करने के लिए स्वतंत्र होना चाहिए।
- 2. डिस्काउंट सीलिंग लगाने का उद्देश्य उपभोक्ताओं को ए-लॉ-कार्टे



consumers to opt for a la carte options, which are viewed by TRAI as being in consumer interest. However, it needs to be considered that opting of channels on á-la-carte basis is a tedious task considering that currently there are approximately 1,000 TV channels available for subscription in the country, and generally, DPOs offer around 350-500 TV channels for subscription to consumers. It is because of the huge number of TV channels available for subscription, that the usual pattern for availing TV channels by consumers is to primarily subscribe to bouquets, and thereafter, if need be, subscribes to few channels on á-la-carte basis. As such, imposition of ceiling on discount on sum of á-la-carte prices of channels forming part of bouquets of broadcasters while fixing MRP of bouquets will accentuate the problem of exclusion a greater number of channels from bouquets thereby, requiring consumers to go through the rigmarole of choosing a greater number of channels on á-la-carte basis. While we have already delved into the comparative benefits of bouquet/bundling over a la carte offerings, it may be pertinent to highlight that the prevalence of bundling is owing to consumer preference, which favours bouquets. This is also acknowledged by TRAI in its press release dated February 12, 2019, where it noted that 35% of cable subscribers and 65% of DTH subscribers had not yet exercised their “choices” for a la carte/bouquet channels and thus, directed DPOs to migrate them to their “best fit plans” created for such consumers. We will delve into the illustrative details of consumer preference for bouquet in our response to Issue 4 below, which may be read as part of our response to the issue 3 as well.

- iii. Bundling of channels has been shown to improve the quality of service provided to subscribers by allowing more consumer choice, variety and differentiation for subscribers at an affordable price. A Stanford study conducted in 2011 found that an á-la-carte regime would result in increase of 103% in the total input costs for 49 channels.
- iv. It is pertinent to note that the reasoning for imposing a cap on discounts (i.e., it forces subscribers to take bouquets only, and thus, reduce subscriber choice) is a flawed assessment inter-alia since, the huge pool of channels makes it impossible for consumers to choose channels on á-la-carte basis thereby, making bouquet

विकल्प चुनने के लिए प्रोत्साहित करना है जिन्हें ट्राई उपभोक्ता हित में देखता है। हालांकि इस पर विचार करने की आवश्यकता है कि ए-लॉ-कार्टे आधार पर चैनलों का चयन करना एक कठिन काम है क्योंकि वर्तमान में देश में सदस्यता के लिए 1000 टीवी चैनल उपलब्ध हैं और आमतौर पर उपभोक्ताओं को सब्सक्रिप्शन के लिए लगभग 350-500 चैनलों की पेशकश करते हैं। सब्सक्रिप्शन के लिए उपलब्ध टीवी चैनलों की बड़ी संख्या के कारण, उपभोक्ताओं द्वारा टीवी चैनलों का लाभ उठाने का पैटर्न मुख्य रूप से बुके की सदस्यता लेना है और उसके बाद यदि आवश्यक हो तो ए-लॉ-कार्टे आधार पर कुछ चैनलों की सदस्यता लेना है। इस प्रकार बुके का एमआरपी तय करते समय प्रसारकों के बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग पर छूट पर सीलिंग लगाने से बुके से बड़ी संख्या में चैनलों को बाहर करने की समस्या बढ़ जायेगी जिससे उपभोक्ताओं को इसके माध्यम से जाने की आवश्यकता होगी। हालांकि हम पहले भी ए-लॉ-कार्टे पेशकशों पर बुके/बंडलिंग के तुलनात्मक लाभों पर विचार कर चुके हैं, यह उजागर करना उचित होगा कि बंडलिंग का प्रचलन उपभोक्ता की पसंद के कारण है, जो बुके के पक्ष में है। ट्राई ने 12 फरवरी 2019 की प्रेस विज्ञप्ति में भी इस बात को स्वीकार किया है, जहां उसने नोट किया है कि 35% केवल ग्राहकों और 65% डीटीएच ग्राहकों ने अभी ए-लॉ-कार्टे/बुके चैनलों के लिए अपनी पसंद का प्रयोग नहीं किया था और इस प्रकार, डीपीओ को उन्हें ऐसे उपभोक्ताओं के लिए बनायी गयी उनकी सर्वश्रेष्ठ फिट योजनाओं में स्थानांतरित करने का निर्देश दिया। हम नीचे दिये गये अंक 4 के जवाब में बुके के लिए उपभोक्ता वरीयता के उदाहरणात्मक विवरण में तल्लीन करेंगे, जिसे अंक 3 पर हमारी प्रतिक्रिया के हिस्से के रूप में भी पढ़ा जा सकता है।

- iii. यह दिखाया गया है कि चैनलों के बंडलिंग से ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली सेवा के गुणवत्ता में सुधार होता है, जिससे उपभोक्ताओं की अधिक पसंद, विविधता और उपभोक्ताओं के लिए एक किफायती मूल्य पर भेदभाव की अनुमति मिलती है। 2011 में किये गये स्टैनफोर्ड अध्ययन में पाया गया कि ए-लॉ-कार्टे शासन के परिणामस्वरूप 49 चैनलों के लिए कुल इनपुट लागत में 103% की वृद्धि होगी।
- iv. यह ध्यान देने योग्य है कि छूट पर एक सीमा लगाने का तर्क (यानी यह केवल ग्राहकों बुके लेने पर मजबूर करता है और इस प्रकार ग्राहकों की पसंद को कम करता है) एक त्रुटिपूर्ण मूल्यांकन है, अन्य बातों के साथ, चैनलों का विशाल पूल, इसे असंभव बना देता है, उपभोक्ताओं को ए-लॉ-कार्टे आधार पर चैनलों का चयन करने के लिए, जिसे बुके को सुविधाजनक विकल्प प्रदान करते हुए, यह उन्हें चुनने के लिए बड़े चैनलों/सामग्री पूल तक पहुंच



offering the convenient choice since, it gives them access to larger channels / content pool to choose from. Further, it stems from the flawed belief that a-la-carte and bouquet propositions can be compared. The fact of the matter is that they are distinct products with vastly differing business / economic models which inform their composition and pricing i.e. a-la-carte is a subscription led proposition while a bouquet is an advertising led proposition.

- v. Tariff forbearance in broadcasting sector should also be exercised given the success of such regulatory approach adopted in the telecom sector. The rates for voice calls, SMS and data in telecom are the lowest only because the Authority has, since 2002, left the tariff fixation to market forces and, prices are fixed depending on the demand and supply of services. In this regard, it may be noted that even the subscription charges of TV channels are amongst the lowest in the world, which is all on account of huge competition as well as availability of alternate sources for content consumption to consumers.
- vi. Accordingly, TRAI ought to exercise forbearance and permit the broadcasting sector to freely bundle the TV channels, keeping the overall consumer interest in mind.
- vii. It has also been noted by TRAI in the present Consultation Paper that it is difficult to determine a scientific formula for determination of channel and bouquet prices for different genres. TRAI has also acknowledged that, since bouquets are formed by small as well as larger broadcasters, and the size of such bouquets may vary due to various reasons, it is not possible to ascertain the content costs in order to derive a standard bouquet price.

Further, as submitted above, any linkage between a-la-carte and bouquet emanates from a flawed understanding of the industry. Therefore as is the position today, there should not be any linkage between a-la-carte and bouquet and no discount cap ought to be prescribed in this regard.

प्रदान करता है। इसके अलावा, यह त्रुटिपूर्ण विश्वास से उपजा है कि ए-लॉ-कार्टे और बुके प्रस्तावों की तुलना की जा सकती है। इस मामले का तथ्य यह है कि वे अलग-अलग व्यवसाय / आर्थिक मॉडल वाले अलग-अलग उत्पाद हैं जो उनकी संरचना और मूल्य निर्धारण को सूचित करते हैं यानी ए-लॉ-कार्टे एक सदस्यता आधारित प्रस्ताव है जबकि एक बुके विज्ञापन आधारित प्रस्ताव है।

- v. दूरसंचार क्षेत्र में अपनाये गये इस तरह के नियामक दृष्टिकोण की सफलता को देखते हुए प्रसारण क्षेत्र में भी टैरिफ सहिष्णुता का भी प्रयोग किया जाना चाहिए। टेलीकॉम में वॉयस कॉल, एसएमएस और डेटा की दरें इसलिए सबसे कम हैं क्योंकि प्राधिकरण ने 2002 में टैरिफ निर्धारण को बाजार की ताकतों पर छोड़ दिया है और सेवाओं की मांग और आपूर्ति के आधार पर कीमतें तय की जाती हैं। इस संबंध में यह ध्यान दिया जा सकता है कि टीवी चैनलों की सब्सक्रिप्शन शुल्क भी दुनिया भर में सबसे कम हैं, जो भारी प्रतिस्पर्धा के साथ-साथ उपभोक्ताओं को सामग्री की खपत के लिए वैकल्पिक स्रोतों की उपलब्धता के कारण है।
- vi. तदनुसार, ट्राई को संयम बरतना चाहिए और समग्र उपभोक्ता हितों को ध्यान में रखते हुए प्रसारण क्षेत्र को टीवी चैनलों को स्वतंत्र रूप से बंडल करने की अनुमति देनी चाहिए।
- vii. ट्राई द्वारा वर्तमान परामर्श पत्र में यह भी नोट किया गया है कि विभिन्न शैलियों के लिए चैनल और बुके कीमतों के निर्धारण के लिए एक वैज्ञानिक सूत्र निर्धारित करना कठिन है। ट्राई ने यह भी स्वीकार किया है कि चूंकि बुके छोटे और बड़े प्रसारकों द्वारा बनाये जाते हैं और ऐसे बुके का आकार विभिन्न कारणों से भिन्न हो सकता है, इसलिए मानक बुके मूल्य प्राप्त करने के लिए सामग्री की लागत का पता लगाना संभव नहीं है।

इसके अलावा जैसाकि ऊपर प्रस्तुत किया गया है ए-लॉ-कार्टे और बुके के बीच कोई भी संबंध उद्योग की त्रुटिपूर्ण समझ से उत्पन्न होता है। इसलिए जैसाकि आज की स्थिति है, ए-लॉ-कार्टे और बुके के बीच कोई संबंध नहीं होनी चाहिए और इस संबंध में कोई छूट सीमा निर्धारित नहीं की जानी चाहिए।

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



**... You Know What You are doing  
But Nobody Else Does**

**ADVERTISE NOW!**

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



## CABLE FEDERATION SPEAK ON REGULATORY FRAMEWORK

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

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

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

**Q1. Should TRAI continue to prescribe a ceiling price of a channel for inclusion in a bouquet?**

- a. *If yes, please provide the MRP of a television channel as a ceiling for inclusion in a bouquet. Please provide details of calculations and methodology followed to derive such ceiling price.*
- b. *If no, what strategy should be adopted to ensure the transparency of prices for a consumer and safeguard the interest of consumer from perverse pricing? Please provide detailed reasoning/ justifications for your comment(s).*



## नियामक ढांचे पर केबल फेडरेशन का रुख

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

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

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

- प्र1. क्या ट्राई को किसी चैनल को बुके में शामिल करने के लिए अधिकतम मूल्य निर्धारित करना जारी रखना चाहिए?**
- ए. यदि हां, तो कृपया किसी टेलीविजन चैनल के एमआरपी को बुके में शामिल करने की अधिकतम सीमा के रूप में प्रदान करें। कृपया इस तरह की अधिकतम कीमत प्राप्त करने के लिए अपनायी गयी गणना और कार्यप्रणाली का विवरण दें।
  - बी. यदि नहीं, तो उपभोक्ता के लिए कीमतों की पारदर्शिता सुनिश्चित करने और उपभोक्ताओं के हितों को विकृत मूल्य निर्धारण से बचाने के लिए क्या रणनीति अपनायी जानी चाहिए? कृपया अपनी टिप्पणी (टिप्पणियों) के लिए विस्तृत तर्क/औचित्य प्रदान करें।



# CATV RESPONSE

## AI DCF RESPONSE:

- i. It has been observed clearly that the Broadcasters have exploited the pricing freedom provided to them to deliberately price the driver channels above the benchmark for inclusion in bouquet leading to significant increase in subscriber prices.
- ii. Therefore, the correct strategy to adopt to ensure the transparency of prices for a consumer and safeguard the interest of consumer from perverse pricing is to cap the overall price of any channel MRP at INR 12/- only.
- iii. The channel pricing before implementation of NTO (refer page 73 of TRAI consultation paper dated 16th Aug 2019), wherein maximum price of SD channels were marked at Rs. 9 per channel and below that, post that if we add inflation of last 3-4 years, at a CAGR of 7%, the channel price shall not exceed Rs. 12 in any case.
- iv. Channels should be priced in a manner that is affordable to the consumer and INR 12/- per channel cap will ensure affordability and access to content to all consumers. More so, since the major broadcasters have alternate platforms of their own OTT platforms they have no incentive to price channels as per the requirement of the consumer or to ensure affordability, competitiveness and protection of the consumer base for Cable TV industry.
- v. In addition to above with respect to regulating advertisement time on pay channels, we would also request Authority to introduce Ad-Cap wherein there should be cap of maximum permissible time for advertisement during an hour i.e. 60 minutes ("Ad-Cap"), based on the aforesaid price range/band(s). Accordingly, we suggest an Ad-Cap as is stated in the table below:

Sr. No.	Band(s) for the purpose of Ad-Cap	Lower Range of MRP (Rs)	Upper Range of MRP (Rs)	Ad-Cap per 60 Minutes
1	Band 1	0.01	1.00	12
2	Band 2	1.00	4.00	9
3	Band 3	4.01	8.00	6
4	Band 4	9.01	12.00	3

- vi. As per the data quoted in the consultation paper itself the revenue of the broadcaster is earned from both subscription and advertising revenues. The

## एआईडीसीएफ प्रतिक्रिया:

- i. यह स्पष्ट रूप से देखा गया है कि प्रसारकों ने बुके में शामिल करने के लिए प्रमुख चैनलों को जानबूझ कर बेंचमार्क से अधिक कीमत देने के लिए उन्हें प्रदान की गयी मूल्य निर्धारण स्वतंत्रता का फायदा उठाया है जिससे ग्राहकों की कीमतों में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है।
- ii. इसलिए, उपभोक्ताओं के लिए कीमतों की पारदर्शिता सुनिश्चित करने और उपभोक्ताओं के हितों को विकृत मूल्य निर्धारण से बचाने के लिए अपनाने की सही रणनीति किसी भी चैनल एमआरपी की कुल कीमत को केवल 12 रुपये पर सीमित करना है।
- iii. एनटीओ के कार्यान्वयन से पहले चैनल मूल्य निर्धारण (ट्राई परामर्श पत्र दिनांक 16 अगस्त 2019 का पृष्ठ 73 देखें), जिसमें एसडी चैनलों की अधिकतम कीमत 9 रुपये प्रति चैनल और उससे नीचे विहित की गयी थी। इसके बाद अगर हम पिछले 3-4 वर्षों की मुद्रास्फीति को 7% सीएजीआर से जोड़ते हैं तो चैनल की कीमत किसी भी हालत में 12 रुपये से अधिक नहीं होनी चाहिए।
- iv. चैनलों की कीमत इस तरह से होनी चाहिए जो उपभोक्ता के लिए वहनीय हो और 12 रुपये प्रति चैनल कैप सभी उपभोक्ताओं के लिए वहनीय और सामग्री तक पहुंच सुनिश्चित करेगा। इसके अलावा, चूंकि प्रमुख प्रसारकों के पास अपने स्वयं के ओटीटी प्लेटफॉर्मों के वैकल्पिक प्लेटफॉर्म हैं, इसलिए उन्हें उपभोक्ता की आवश्यकता के अनुसार मूल्य चैनलों के लिए या केवल टीवी उद्योग के लिए उपभोक्ता आधार का सामर्थ्य, प्रतिस्पर्धा और सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए कोई प्रोत्साहन नहीं है।
- v. पे चैनलों पर विज्ञापन समय को विनियमित करने के संबंध में उपरोक्त के अलावा, हम प्राधिकरण से ऐडकैप शुरू करने का भी अनुरोध करेंगे, जिसमें एक घंटे के दौरान विज्ञापन के लिए अधिकतम अनुमेय समय की सीमा होनी चाहिए, यानी 60 मिनट (विज्ञापन कैप), पूर्वोक्त मूल्य सीमा/बैंड (बैंडों) के आधार पर। तदनुसार हम एक विज्ञापन सीमा का सुझाव देते हैं जैसे कि नीचे दिये गये टेबल में बताया गया है:

Sr. No.	Band(s) for the purpose of Ad-Cap	Lower Range of MRP (Rs)	Upper Range of MRP (Rs)	Ad-Cap per 60 Minutes
1	Band 1	0.01	1.00	12
2	Band 2	1.00	4.00	9
3	Band 3	4.01	8.00	6
4	Band 4	9.01	12.00	3

- vi. परामर्श पत्र में उद्धृत आंकड़ों के अनुसार ही प्रसारक का राजस्व सदस्यता और विज्ञापन राजस्व दोनों से अर्जित किया जाता है। प्रसारकों के पास विज्ञापन राजस्व पर कोई सीमा नहीं है और वे दर्शकों की



broadcasters have no limitation on the advertisement revenues and are showing advertisements for up to 20% of the viewership time. The Ad-Cap is required as the customer is already paying for the channel and is still subjected to advertisement when accessing the content on DPOs platforms. However, content is provided ad-free on OTT platform.

**Q2. What steps should be taken to ensure that popular television channels remain accessible to the large segment of viewers. Should there be a ceiling on the MRP of pay channels? Please provide your answer with full justifications/reasons.**

## AI DCF Response:

- Broadcasters have exploited the pricing freedom provided to them to deliberately price the driver channels at unaffordable and perversely high price points making it impossible for consumers to access content of their choice at an affordable price point.
- The channels which are popular should be made affordable to the consumer. As suggested above, MRP of channel shall be capped at Rs. 12.
- Unless a pricing cap is introduced on the price of the popular channels, consumers who are already accustomed to and searching for certain driver channels will have to pay more for viewing the TV content that they are used to viewing.
- As suggested above, the 15% discount should be merged with distribution fee so that pure subscriber choice alone determines the off take of the channel rather than push/inducement to increase the channel off take to earn 15% discount. Such an amendment will lead to true price discovery of the channel / bouquet based on subscriber choice.

**Q3. Should there be ceiling on the discount on sum of a-la-carte prices of channels forming part of bouquets while fixing MRP of bouquets by broadcasters? If so, what should be appropriate methodology to work out the permissible ceiling on discount? What should be value of such ceiling? Please provide your comments with justifications.**

## AI DCF Response:

- Yes, there should be ceiling on the discount on sum of a-la-carte prices of channels forming part of bouquets while fixing MRP of bouquets by

संख्या के 20% तक विज्ञापन दिखा रहे हैं। विज्ञापन सीमा की आवश्यकता है क्योंकि ग्राहक पहले से ही चैनल के लिए भुगतान कर रहा है और अभी भी डीपीओ प्लेटफॉर्म पर सामग्री तक पहुंचने पर विज्ञापन के अधीन है। हालांकि, सामग्री ओटीटी प्लेटफॉर्म पर विज्ञापन मुक्त प्रदान की जाती है।

**प्र2. यह सुनिश्चित करने के लिए क्या कदम उठाये जाने चाहिए कि लोकप्रिय टेलीविजन चैनल दर्शकों के बड़े वर्ग के लिए सुलभ रहे। क्या पे चैनलों की एमआरपी की अधिकतम सीमा होनी चाहिए? कृपया अपना उत्तर पूर्ण औचित्य/कारणों के साथ दें।**

## एआईडीसीएफ प्रतिक्रिया:

- प्रसारकों ने प्रमुख चैनलों को जानबूझकर कीमत देने की स्वतंत्रता का फायदा उठाया है जिससे उपभोक्ताओं के लिए सस्ती कीमत पर अपनी पसंद की सामग्री तक पहुंचना असंभव हो गया है।
- जो चैनल लोकप्रिय हैं उन्हें उपभोक्ता के लिए किफायती बनाया जाना चाहिए, जिसका ऊपर सुझाव दिया गया है कि चैनल का एमआरपी 12 रुपये होना चाहिए।
- जबतक लोकप्रिय चैनलों की कीमत मूल्य निर्धारण की सीमा नहीं लगायी जाती है, ऐसे उपभोक्ता जो कि पहले से ही प्रमुख चैनलों के आदी हैं और खोज रहे हैं, उन्हें उस टीवी सामग्री को देखने के लिए अधिक भुगतान करना होगा जो वे देखने के आदी हैं।
- जैसाकि ऊपर सुझाव दिया गया है कि 15% की छूट को वितरण शुल्क के साथ मिला दिया जाना चाहिए ताकि 15% छूट अर्जित करने के लिए चैनल ऑफ टेक को बढ़ाने के लिए केवल शुद्ध ग्राहक विकल्प ही चैनल के ऑफ टेक को निर्धारित करता है। इस तरह के संशोधन से ग्राहक की पसंद के आधार पर चैनल/बुके की सही कीमत का पता चलेगा।

**प्र3. क्या प्रसारकों द्वारा बुके का एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग पर छूट की सीमा होनी चाहिए? यदि हां, तो छूट पर अनुमेय अधिकतम सीमा निर्धारित करने के लिए उपयुक्त कार्यप्रणाली क्या होनी चाहिए? ऐसी सीलिंग का मूल्य क्या होना चाहिए? कृपया अपनी टिप्पणियों को औचित्य के साथ प्रदान करें।**

## एआईडीसीएफ प्रतिक्रिया

- हां, प्रसारकों द्वारा बुके का एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों की ए-लॉ-कार्टे कीमतों के योग पर छूट



broadcasters so that unwanted channels are not pushed to subscribers increasing the cost to subscribers. There should be linkage of Bouquet price and sum of a-la-carte price so that the pricing is not skewed in favour of bouquets.

- ii. The clause 3(b)(a) regulation “The Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff (Second Amendment) Order, 2020” dated 1st Jan-2020 is already having the following condition to ensure that the prices of the ala-carte Channels have a direct-correlation with the price of the Bouquets being offered by the Broadcasters i.e.

- ◆ Clause 3(b)(a) - the sum of maximum retail prices per month of the a-la-carte pay channels forming part of a bouquet shall in no case exceed one and half times of the maximum retail price per month of such bouquet;

In addition to above, following conditions shall be added to the above condition

- ◆ The maximum retail price per month of any one à-lacarte pay channel forming part of such a bouquet, shall in no case exceed three times the average maximum price per month of a pay channel of that bouquet
- iii. We would also like to mention that to ensure that popular/premium channels are not unnecessarily clubbed with unpopular channels, a price range/ band(s) should also be introduced and adhered to for inclusion of channels in a bouquet. Accordingly, we have suggested a price range/band(s) for inclusion of a channel in a bouquet and the same is/are reproduced herein below:

Sr. No.	Band(s) for inclusion of a channel in a Bouquet	Lower Range (Rs)	Upper Range (Rs)
1	Band 1	0.01	1.00
2	Band 2	1.01	4.00
3	Band 3	4.01	8.00
4	Band 4	9.01	12.00

- i. Further, any channel whose MRP is above Rs. 12/- should not be permitted to be part of a bouquet and mandatorily made ad free
- ii. Additionally, bouquets can be considered to be restricted based on channels within the same genre/ same language, so that bouquet size will be small and affordable to consumers.

की सीमा होनी चाहिए, ताकि अवांछित चैनल सब्सक्राइवरों को लागत बढ़ाने के लिए धक्का न दें। बुके मूल्य और ए-लॉ-कार्टे मूल्य का जोड़ होना चाहिए, ताकि मूल्य बुके के पक्ष में झुका हुआ न हो।

- ii. खंड 3 (बी)(ए) विनियमन ‘दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवायें (आठवां) (एड्रेसेबल सिस्टम) टैरिफ (दूसरा संशोधन) आदेश, 2020 पहले से ही सुनिश्चित करने के लिए निम्नलिखित शर्त रखता है कि ए-लॉ-कार्टे चैनलों की कीमतों का प्रसारकों द्वारा पेश किये जा रहे बुके की कीमत के साथ सीधा सहसंबंध है यानिः

- ◆ क्लॉज 3 (बी)(ए)-बुके का हिस्सा बनने वाले ए-लॉ-कार्टे पे चैनलों के प्रति माह अधिकतम खुदरा कीमतों का योग किसी भी स्थिति में ऐसे बुके के प्रति माह अधिकतम खुदरा मूल्य के डेढ़ गुना से अधिक नहीं होगा,

उपरोक्त के अतिरिक्त, उपरोक्त शर्त में निम्नलिखित शर्तें जोड़ी जायेंगीः

- ◆ ऐसे बुके का हिस्सा बनने वाले किसी भी ए-लॉ-कार्टे पे चैनल का प्रति माह अधिकतम खुदरा मूल्य किसी भी स्थिति में उस बुके के पे चैनल के प्रति माह औसत अधिकतम मूल्य के तीन गुना से अधिक नहीं होगा।

- iii. हम यह भी उल्लेख करना चाहेंगे कि यह सुनिश्चित करने के लिए कि लोकप्रिय/प्रीमियम चैनलों को अनावश्यक रूप से अलोकप्रिय चैनलों के साथ नहीं जोड़ा जाता है, एक मूल्य सीमा/बैंड भी पेश किये जाने चाहिए और चैनलों का एक बुके में शामिल करने के लिए उनका पालन किया जाना चाहिए। तदनुसार, हमने एक चैनल को बुके में शामिल करने के लिए एक मूल्य सीमा/बैंड (बैंडों) का सुझाव दिया है और इसे यहां नीचे प्रस्तुत किया जा रहा है।

Sr. No.	Band(s) for inclusion of a channel in a Bouquet	Lower Range (Rs)	Upper Range (Rs)
1	Band 1	0.01	1.00
2	Band 2	1.01	4.00
3	Band 3	4.01	8.00
4	Band 4	9.01	12.00

- i. इसके अलावा, कोई भी चैनल जिसका एमआरपी 12 रुपये से अधिक है, को बुके का हिस्सा बनने और अनिवार्य रूप से विज्ञापन मुक्त बनाने की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए।
- ii. इसके अतिरिक्त बुके को समान शैली/समान भाषा के चैनलों के आधार पर प्रतिबंधित माना जा सकता है ताकि बुके का आकार छोटा और उपभोक्ताओं के लिए वहनीय हो।





### PPC SETS UP MEGA DESIGN AND MANUFACTURING FACILITY IN KOCHI

*PPC's 70,000 square feet facility features a solutions hub that recreates an optical broadband network to demonstrate how PPC products form a powerful end-to-end solution.*

PPC Broadband, Inc. ("PPC"), a leading developer and manufacturer of connectivity solutions recently announced the official opening of its advanced design and manufacturing facility in Kochi, India. The new facility will serve as the regional headquarters for operations serving Asia, the Middle East, Africa, and the Central and South Pacific.

The Kochi site covers nearly 70,000 sq. ft. of functional space and hosts more than 350 employees

### पीपीसी ने कोच्चि में मेगा डिजाइन और उत्पादन सुविधा स्थापित की

पीपीसी की 70,000 वर्ग फुट की सुविधा में एक समाधान हब है जो यह प्रदर्शित करने के लिए ऑप्टिकल ब्रॉडबैंड नेटवर्क को फिर से बनाता है कि कैसे पीपीसी उत्पाद एक शक्तिशाली एंड टू एंड समाधान बनाते हैं।

पीपीसी ब्रॉडबैंड इंक, (पीपीसी), एक अग्रणी डेवलपर और कनेक्टिविटी समाधान के निर्माता ने हाल ही में कोच्चि, भारत में अपनी आधुनिक डिजाइन और निर्माण सुविधा के आधिकारिक उद्घाटन की घोषणा की। नयी सुविधा एशिया, मध्य पूर्व, अफ्रीका और मध्य व दक्षिण प्रशांत की सेवा करने वाले संचालन के लिए क्षेत्रीय मुख्यालय के रूप में काम करेगी।

कोच्चि साइट में लगभग 70,000 वर्गफुट का कार्यात्मक स्थान शामिल है और यह 350 से अधिक कर्मचारियों की मेजबानी करता है जो इंजीनियरिंग, परीक्षण, संचालन और प्रशासनिक भूमिकाओं की एक श्रृंखला





filling a range of engineering, testing, operations, and administrative roles. The building is designed to create an immersive customer experience, to enable advanced testing, and to streamline production and service to customers.

It features a solutions hub that recreates an optical broadband network to demonstrate how PPC products form a powerful end-to-end solution. The display is fully accessible for visitors to interact with physical products and custom software to better understand how PPC solutions support the networks that power their lives.

The Kochi facility also includes two testing laboratories. The R&D testing laboratory is an independent, state-of-the-art facility featuring cutting-edge fiber technologies. The Active Components Lab is designed to emulate live field conditions and measures network compatibility, conformance, interoperability, and consistency of PPC solutions.

भरते हैं। इमारत को एक व्यापक ग्राहक अनुभव बनाने, उन्नत परीक्षण को सक्षम करने और ग्राहकों को उत्पादन और सेवा को सुव्यवस्थित करने के लिए डिजाइन किया गया है।

इसमें एक समाधान हब है जो एक ऑप्टिकल ब्रॉडबैंड नेटवर्क को फिर से बनाता है ताकि यह प्रदर्शित किया जा सके कि पीपीसी उत्पाद एक शक्तिशाली एंड-टू-एंड समाधान कैसे बनाते हैं। यह डिस्प्ले यहां आने वाले लोगों के लिए भौतिक उत्पादों और कस्टम सॉफ्टवेयर के साथ बातचीत करने के लिए पूरी तरह सुलभ है ताकि यह बेहतर ढंग से समझ सके कि पीपीसी समाधान कैसे नेटवर्क का समर्थन करते हैं जो उनके जीवन को शक्ति प्रदान करते हैं।

कोच्चि सुविधा में दो परीक्षण प्रयोगशालायें शामिल हैं। आर एंड डी परीक्षण प्रयोगशाला अत्याधुनिक फाइबर तकनीकियों की विशेषता वाली एक स्वतंत्र अत्याधुनिक सुविधा है। एक्टिव कंपोनेंट्स लैब को लाइव फील्ड स्थितियों का अनुकरण करने और नेटवर्क संगतता, अनुरूपता, इंटरऑपरेबिलिटी और पीपीसी समाधानों की स्थिरता मापने के लिए डिजाइन किया गया है।

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

**SATELLITE  
& Cable TV  
MAGAZINE**

**... You Know What You are doing  
But Nobody Else Does**

**ADVERTISE NOW!**

Contact:  
Mob.: +91-7021850198  
Tel.: +91-22-6216 5313  
Email: [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com)



Key PPC product categories produced in Kochi include fiber connectivity solutions, fiber management systems, OPGW products, and FTTx active devices.

The troika of PPC's top management that includes Vikas Kapoor, Gurdeep Bakshi & Bikash Madan, share their insights in an exclusive interview on the PPC facility, company strategy and market overview

### VIKAS KAPOOR

**Q: What is your assessment of the broadband and fiber optic markets in India post pandemic in the cable TV industry?**

**VK:** It is a market whose time has just come. 2 years ago, Indian Broadband was 96.5% wireless as per market reports, with PON being a very small part. Now PON has grown 600% from that point and will continue this trajectory, also replacing other wireline technologies like ethernet and DSL to a large extent as per expert opinion. It is the best time to be in India from the perspective of an end-to-end Broadband solutions provider

**Q: What is going to be the business strategy for PPC Technologies to deliver more growth in India and other markets?**

**VK:** Our strategy has always been to listen to our customers and make their challenges ours. We intend to continue on that path even closer thanks to the significant investment we have just made in India with our new 70,000 sq. ft. facility & R&D unit in Kochi.



**VIKAS KAPOOR**  
Director Sales - INDIA & SAARC

कोच्चि में उत्पादित प्रमुख पीपीसी उत्पादों श्रेणियों फाइबर कनेक्टिविटी समाधान, फाइबर प्रबंधन प्रणाली, ओपीजीडब्लू उत्पाद और एफटीटीएक्स सक्रिय उपकरण शामिल हैं।

पीपीसी की शीर्ष प्रबंधन की तिकड़ी में जिसमें श्री विकास कपूर, श्री गुरदीप बख्शी और श्री बिकाश मदान शामिल हैं, ने पीपीसी सुविधा, कंपनी की रणनीति और बाजार के अवलोकन पर एक विशेष साक्षात्कार में अपनी दृष्टिकोण को साझा किया।

**श्री विकास कपूर**

**प्र:** केबल टीवी उद्योग में महामारी के बाद भारत में ब्रॉडबैंड और फाइबर ऑप्टिक बाजारों के बारे में आपका क्या आकलन है?

**वीके:** यह एक ऐसा बाजार है जिसका अभी समय आया है। 2 साल पहले, भारतीय ब्रॉडबैंड बाजार रिपोर्ट के अनुसार 96.5% वायरलेस था, जिसमें पीओएन का बहुत छोटा हिस्सा था। अब पीओएन उस बिंदु से 600 प्रतिशत बढ़ गया है और विशेषज्ञ राय के अनुसार काफी हद तक ईथरनेट और डीएसएल जैसी अन्य वायरलाइन तकनीकियों की जगह लेते हुए इस प्रक्षेपक को जारी रखेंगे। एंड-टू-एंड ब्रॉडबैंड समाधान प्रदाता के दृष्टिकोण से भारत में रहने का यह सबसे अच्छा समय है।

**प्र:** भारत और अन्य बाजारों में अधिक विकास प्रदान करने के लिए पीपीसी टेक्नोलॉजीज के लिए व्यावसायिक रणनीति क्या होने जा रही है?

**वीके:** हमारी रणनीति हमेशा अपने ग्राहकों की बात सुनने और उनकी चुनौतियों को अपना बनाने की रही है। कोच्चि में अपनी नयी 70,000 वर्ग फुट की सुविधा और अनुसंधान व विकास इकाई के साथ भारत में अभी-अभी किये गये महत्वपूर्ण निवेश की बदौलत हम उस रास्ते पर और आगे बढ़ने का इरादा रखते हैं।



## GURDEEP BAKSHI

**Q: What are the new range of products that PPC is planning to launch in India?**

**GB:** PPC has a 25 year history with RF products in India and APAC, and an even longer presence in other global markets. Now, through organic R&D and M&A-led fiber acquisitions, we are continuously launching new Active and Passive products as part of our end-to-end solutions portfolio. We will continue to do this regularly to solve our customers' needs.

**Q: Tell us your thoughts and strategy in setting up this factory in Kochi, Kerala? Are there plans to set up more factories in India? Is this one of the biggest factories in Asia?**

**GB:** The new facility and R&D center in Kochi is our commitment to 'Make in India'. PPC acquired a fiber product manufacturer, Opterna, in 2019. Opterna was based in Kochi and brought us a highly qualified pool of people, including top talent from nearby Photonics universities. Photonics is the basis for all fiber applications, so a Kochi location allows us to recruit some of the best talent available in the country. The Kochi port is also a big plus towards speeding up our raw material imports to support faster customer service. Therefore, we decided to expand our footprint in Kochi. It is one of our largest, ultra-modern facilities in the APAC region. As for making other factories in India, we will do whatever is needed to continue serving the market in the best possible way. We are 100% committed to India.



**GURDEEPAKSHI**  
Vice President - Sales APAC

## श्री गुरदीप बख्शी

**प्र: पीपीसी भारत में किन उत्पादों को लॉन्च करने की योजना बना रही है?**

**जीबी:** पीपीसी का भारत और एपीएसी में आरएफ उत्पादों के साथ 25 साल का इतिहास है, और अन्य वैश्विक बाजारों में भी लंबी उपस्थिति है। अब ऑर्गेनिक आरएंडडी और एमएंडए के नेतृत्व वाले फाइबर अधिग्रहण के माध्यम से, हम अपने एंड-टू-एंड समाधान पोर्टफोलियो के हिस्से के रूप में लगातार नये सक्रिय और निष्क्रिय उत्पादों को लॉन्च कर रहे हैं। हम अपने ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए नियमित रूप से ऐसा करना जारी रखेंगे।

**प्र: केरल के कोच्चि में इस कारखाने को स्थापित करने के बारे अपने विचार और रणनीति बतायें। क्या भारत में और कारखाने लगाने की योजना है? क्या यह एशिया की सबसे बड़ी फैक्ट्रियों में से एक है?**

**जीबी:** कोच्चि में नयी सुविधा और अनुसंधान व विकास केंद्र 'मेक इन इंडिया' के प्रति हमारी प्रतिबद्धता है। पीपीसी ने 2019 में एक फाइबर उत्पाद निर्माता ऑप्टेरना का अधिग्रहण किया था। ऑप्टेरना कोच्चि में स्थित था और हमारे लिए पास के फोटोनिक्स विश्वविद्यालय के शीर्ष प्रतिभाओं सहित लोगों का एक उत्कृष्ट समूह लाया। फोटोनिक्स सभी फाइबर अनुप्रयोगों का आधार है, इसलिए कोच्चि एक स्थान के रूप में हमें देश में उपलब्ध कुछ सर्वश्रेष्ठ प्रतिभाओं को भर्ती करने की अनुमति देता है। कोच्चि बंदरगाह भी तेजी से ग्राहक सेवा का समर्थन करने के लिए हमारे कच्चे माल के आयात में तेजी लाने की दिशा में बड़ी सहायता बन कर उभरा है। इसलिए

हमने कोच्चि में अपने फुटप्रिंट का विस्तार करने का निर्णय लिया। यह एपीएसी क्षेत्र में हमारी सबसे बड़ी अति आधुनिक सुविधाओं में से एक है। जहां तक भारत में अन्य फैक्ट्रियां बनाने की बात है तो हम बाजार को सर्वोत्तम संभव तरीके से सेवा देना जारी रखने के लिए जो भी आवश्यक होगा, करेंगे। हम भारत के लिए 100 प्रतिशत प्रतिबद्ध हैं।







### BIKASH MADAN

**Q:** How has the growth been for PPC Technologies in the broadband markets in Asia and other markets?

**BM:** PPC is an established market share leader globally in the RF interconnect technology since 80 years. Our customer relationships & their support for us enabled us rapid acceptance of our fiber offerings as well, significantly accelerating us in the direction of being a fiber market share leader too. For that, we truly thank all of our customers. Specifically in India, we are aiming to make our 25 year presence and commitment to this market closer than ever with our new Kochi Fiber Plant, R&D center & the Solutions Hub. We are looking at partnering the customers with many new solutions they will need for evolving network architecture through our local R&D team, and delivering to them rapidly

**Q:** Are there any plans for further acquisitions in the near future to scale up growth?

**BM:** We have a very clear long-term strategic plan, and a very active M&A team that continuously evaluates best-fit options for us. I am sure when the next right option presents itself, we will move ahead with the acquisition. ■



**BIKASH MADAN**  
VP - Strategy and Business  
Development (EMEA & APAC)

### बिकाश मदान

**प्र:** एशिया और अन्य बाजारों में बॉडबैंड बाजारों में पीपीसी टेक्नोलॉजी के लिए विकास कैसा रहा है?

**बीएम:** पीपीसी 80 वर्षों से आरएफ इंटरकनेक्ट तकनीकी में विश्वस्तर पर एक स्थापित बाजार शेयर लीडर है। हमारे ग्राहक संबंधों और हमारे लिए उनके समर्थन ने हमें फाइबर ऑफरिंग की तेजी स्वीकृति के साथ-साथ फाइबर बाजार शेयर लीडर होने की दिशा में भी महत्वपूर्ण रूप से गति प्रदान की है। इसके लिए हम अपने सभी ग्राहकों का दिल से शुक्रिया अदा करते हैं। विशेष रूप से भारत में, हम अपने नये कोचि फाइबर प्लांट, आरएंडडी सेंटर और सॉल्यूशन हब के साथ इस बाजार में अपनी 25 साल की उपस्थिति और प्रतिबद्धता को पहले से कहीं ज्यादा करीब लाने का लक्ष्य बना रहे हैं। हम कई नये समाधान के साथ ग्राहकों के साथ साझेदारी पर विचार कर रहे हैं, जिन्हें हमारी स्थानीय आर एंड डी टीम के माध्यम से नेटवर्क संरचना विकसित करने और उन्हें तेजी से वितरित करने की आवश्यकता होगी।

**प्र:** क्या विकास को बढ़ाने के लिए निकट भविष्य में और अधिग्रहण की कोई योजना है?

**बीएम:** हमारे पास एक बहुत ही स्पष्ट दीर्घकालिक रणनीति योजना है और एक बहुत सक्रिय एमएंडए टीम है जो लगातार हमारे लिए सबसे उपयुक्त विकल्पों का मूल्यांकन करती है। मुझे यकीन है कि जब अगला सही विकल्प सामने आयेगा, तो हम अधिग्रहण के साथ आगे बढ़ेंगे। ■



# 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).



## 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 **डिज्नी** 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 बिक्री 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 रूढ़िवादी 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 उद्धृत 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** है 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 सब्सक्राइबर 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

- ◆ बीसीसीआई 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 बीसीसीआई 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 बीसीसीआई 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 पे सब्सक्राइबर बेस में कमी की है।
- ◆ डिज्नी-स्टार और वायकॉम दोनों द्वारा नयी तरह की मार्केटिंग के बिना मिश्रित विक्री 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 4K टेलीविजन प्रदान करने के लिए करेगा, यह देखते हुए कि ये विक्री 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:2 को एनटीओ:3 में बदला जायेगा?

1. भारत में पिछले 18 वर्षों से केबल 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 केबल/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:2)** को समाप्त/संशोधित किया जाना चाहिए या एक **नये टैरिफ आदेश (एन.टी.ओ:3)** द्वारा प्रतिस्थापित किया जाना चाहिए?
3. वर्तमान **एन.टी.ओ:2** 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:2.0** 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:2** 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 केबल 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 ऑपरेटरों 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 वृद्धि 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 á-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 á-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 (एआईडीसीएफ) 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 सब्सक्राइबर्स 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 बढ़ोतरी 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 बिल्कुल विपरीत रुख को देखते हुए ट्राई को हॉब्सन की पसंद का सामना करना पड़ रहा है। ट्राई क्या करेगा, इसकी भविष्यवाणी करना जल्दबाजी 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 सद्भावना पर निर्भर करते हैं, जिनके पास असंख्य विकल्प हैं लेकिन सीमित क्रय शक्ति है।



## C. FUTURE SHAPE OF ZEE GROUP

1. 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.*

2. 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.”*

3. This clearly shows that the primary merger is very well on track. However, procedural formalities may take

## सी. जी गुप का भविष्य का आकार

1. **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 उद्धृत 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।

2. 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।

3. 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. Venkatesh** (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 Venkatesh** 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 पुन 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। **वैशक, 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 उठाता 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 कंपनियां, 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 बीएसई, 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 समस्याएँ, 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 समस्याएँ 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। ■



## INDIAN MEDIA & ENTERTAINMENT SECTOR TO TOUCH INR 4.3 LAKH CRORES BY 2026

India's Entertainment & Media industry is expected to reach INR 4,30,401Cr by 2026 at 8.8% CAGR. These figures come from PwC's Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026, the 23rd annual analysis and forecast of E&M spending by consumers and advertisers across 52 territories.

**Rajib Basu, Partner & Leader – Entertainment & Media, PwC India** said, "The Indian Media and Entertainment outlook for the next few years is quite unique. There is an exciting pace of growth of digital media and advertising led by the deeper penetration of internet and mobile devices in our market. At the same time, traditional media will hold their steady growth rate over the next few years. We shall see a very different profile of media and entertainment related businesses and revenue models emerging in the digital space once we have the rollout of 5G."

### KEY FINDINGS FOR INDIA IN THIS YEAR'S OUTLOOK INCLUDE:

#### OTT Video:

Total OTT revenue more than doubled in 2020, partly driven by the absence of public entertainment and additional time at home. This trend continued in 2021, with revenue nearly doubling again. While growth rates will slow, the market will still expand at an impressive 14.1% CAGR to reach INR 21,032Cr in 2026. It is subscription services that are driving this rapid growth, accounting for 90.5% of revenue in 2021 and set to account for 95% in 2026.

#### Out-Of-Home Advertising:

India's out-of-home (OOH) advertising market is demonstrating one of the strongest comebacks globally and is predicted to grow at 12.57% CAGR to reach INR

## भारत का मनोरंजन और मीडिया उद्योग 2026 तक 4.3 लाख करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद

भारत का मनोरंजन और मीडिया उद्योग 2026 तक 8.8% सीएजीआर पर 4,30,401 करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है। ये आंकड़े पीडब्ल्यू के ग्लोबल एंटरटेनमेंट एंड मीडिया आउटलुक 2022-2026, 23वें वार्षिक विश्लेषण और 52 क्षेत्रों में उपभोक्ताओं और विज्ञापनदाताओं द्वारा ईएंडएम खर्च के पूर्वानुमान से आये हैं।

पीडब्ल्यू इंडिया के पार्टनर और लीडर-एंटरटेनमेंट एंड मीडिया, राजीव बसु ने कहा, 'अगले कुछ वर्षों के लिए भारतीय मीडिया और मनोरंजन का दृष्टिकोण काफी अनूठा है। हमारे बाजार में इंटरटेनमेंट और मोबाइल उपकरणों की गहरी पैठ के कारण डिजिटल मीडिया और विज्ञापन के विकास की एक रोमांचक गति है। साथ ही पारंपरिक मीडिया अगले कुछ वर्षों में अपनी स्थिर विकास दर को बनाये रखेगा। 5जी के रोल आउट होने के बाद हम डिजिटल स्पेस में मीडिया और मनोरंजन से संबंधित व्यवसायों और राजस्व मॉडल की एक बहुत ही अलग प्रोफाइल देखेंगे।'

**इस वर्ष के आउटलुक में भारत के लिए प्रमुख निष्कर्षों में शामिल है:**

#### ओटीटी वीडियो:

2020 में कुल ओटीटी राजस्व दोगुने से अधिक, आंशिक रूप से सार्वजनिक मनोरंजन की अनुपस्थिति और घर पर अतिरिक्त समय के कारण। यह प्रवृत्ति 2021 में जारी रही, जिसमें राजस्व लगभग दोगुना हो गया। जबकि विकास दर धीमी होगी, बाजार अभी भी 2026 में 21032 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए एक प्रभावशाली 14.1% सीएजीआर पर विस्तार करेगा। यह सदस्यता सेवाएँ हैं जो इस तेजी से विकास को चला रही हैं, 2021 में 90.5% राजस्व के लिए लेखांकन और 2026 में 95% के लिए जिम्मेदार है।

#### आउट-ऑफ-होम विज्ञापन:

भारत का आउट-ऑफ-होम (ओओएच) विज्ञापन बाजार विश्वस्तर पर सबसे मजबूत वापसी वापसी का प्रदर्शन कर रहा है और 2026 तक 5562 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए 12.57% सीएजीआर

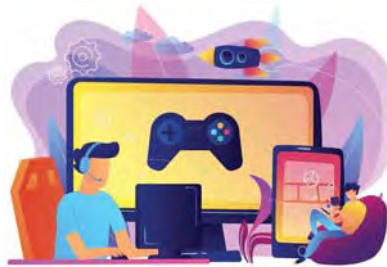




5,562Cr in 2026. Total OOH revenue recovered by 63.4% in 2021 over the 2020 levels which was one of the steepest downturns of any market and the biggest fall in revenue among the world's major economies. In 2021 total OOH revenue was up to INR 3,076Cr. The momentum of this rebound will carry over into 2022, and by year-end the market will be at the value INR 4,084Cr.

## Video games & esports:

India's total video games and esports revenue was INR 16,200Cr in 2021, and is forecasted to reach INR 37,535Cr by 2026, increasing at a 18.3% CAGR. While still a fairly small market for the country's size and population, India is the third fastest-growing video games market in the world, after Turkey and Pakistan. India's video games market is predominantly geared towards social/casual gaming. With revenue of INR 13,244Cr, social/casual gaming made up 83.9% of India's total video games and esports revenue in 2021. Expanding at a 20.6% CAGR, social/casual gaming revenue is expected to reach INR 34,581Cr by 2026. A big enabler of this segment will be the emergence of 5G technology in the market.



## TV advertising:

After several years of rapid expansion, India's TV advertising market was hit by the COVID-19 recession in 2020, causing a -10.8% decline over the 2019 levels. This proved to be a temporary setback. With the country's return to economic growth in 2021, this segment grew by 16.9% to INR 32,374Cr. The market will expand further at a 6.3% CAGR to reach INR 43,410Cr by 2026. At this time, India will be the fifth-largest TV advertising market globally, after the US, Japan, China and the UK.

## Cinema:

India is the third-biggest market globally in terms of admissions after China and the US in 2021 and is set to grow at the highest growth rate amongst all the segments at a staggering 38.3% CAGR in the forecast period to reach INR 16,198Cr by 2026. In 2021 more than 379mn cinema tickets were sold in India, a healthy increase year-on-year on the 278mn admissions in 2020 (and higher than the 226mn admissions in the US in 2020) though that had been



से बढ़ने का अनुमान है। 2020 के स्तर पर 2021 में कुल ओओएच राजस्व में 63.4% की वृद्धि हुई, जो किसी भी बाजार की सबसे बड़ी गिरावट और दुनिया की प्रमुख अर्थव्यवस्थाओं में राजस्व में सबसे बड़ी गिरावट थी। 2021 में कुल ओओएच राजस्व 3076 करोड़ रुपये था। इस पलटवार की गति 2022 तक जारी रहेगी और साल के अंत तक बाजार 4084 करोड़ रुपये के मूल्य पर होगा।

## वीडियो गेम और ईस्पोर्ट्स:

भारत का कुल वीडियो गेम और ईस्पोर्ट्स राजस्व 2021 में 16,200 करोड़ रुपये था और इसके 2026 तक 37,535 करोड़ रुपये तक पहुंचने का अनुमान है, जो 18.3 सीएजीआर से बढ़ रहा है जो कि अभी भी देश के आकार और आबादी के लिए काफी छोटा बाजार है, भारत तुर्की और पाकिस्तान के बाद तीसरा सबसे तेजी से बढ़ने वाला वीडियो गेम बाजार है। भारत का वीडियो गेम बाजार मुख्य रूप से सामाजिक/आकस्मिक गेमिंग की ओर अग्रसर है। 13244 करोड़ रुपये के राजस्व के साथ

सामाजिक/आकस्मिक गेमिंग ने 2021 में भारत के कुल वीडियो गेम और ईस्पोर्ट्स राजस्व का 83.9% हिस्सा बनाया है। 20.6% सीएजीआर पर विस्तार करते हुए, सामाजिक/आकस्मिक गेमिंग राजस्व 2026 तक 34581 करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है। इस सेगमेंट का एक बड़ा प्रवर्तक बाजार में 5जी तकनीक का उदय होगा।

## टीवी विज्ञापन:

कई वर्षों के तेजी से विस्तार के बाद भारत का टीवी विज्ञापन बाजार 2020 में कोविड 19 मंदी के चपेट में आ गया, जिससे 2019 के स्तर -10.8% की गिरावट आयी। यह एक अस्थायी झटका साबित हुआ। 2021 में आर्थिक विकास में देश की वापसी के साथ यह खंड 16.9% बढ़कर 32,374 करोड़ रुपये हो गया। बाजार 6.3 सीएजीआर से बढ़कर 2026 तक 43410 करोड़ रुपये तक पहुंच जायेगा। इस समय भारत अमेरिका, जापान, चीन और यूके के बाद वैश्विक स्तर पर पांचवां सबसे बड़ा टीवी विज्ञापन बाजार होगा।

## सिनेमा:

2021 में चीन और अमेरिका के बाद प्रवेश के मामले में भारत विश्व स्तर पर तीसरा सबसे बड़ा बाजार है और सभी क्षेत्रों में उच्चतम विकास दर से बढ़ने के लिए पूर्वानुमान अवधि में 38.3% सीएजीआर से बढ़कर 2026 तक 16,198 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए तैयार है। 2021 में भारत में 379 मिलियन से अधिक सिनेमा टिकट बेचे गये, 2020 में 278 मिलियन प्रवेशों पर साल

दर साल एक स्वस्थ वृद्धि (और 2020 में यूएस 226 मिलियन से



a huge (-85.4%) drop as compared to the 1.9bn tickets sold pre-pandemic.

### Internet advertising:

India's Internet advertising market is set to increase at a 12.1% CAGR to reach INR 28,234Cr by 2026. Given India's mobile-first Internet access market, the mobile sector dominates the country's Internet advertising market, accounting for 60.1% of total revenue in 2021, rising to 69.3% by 2026. Display advertising dominates the mobile sector, accounting for 90.7% of revenue in 2021 though its share will fall to 88.9% of the total in 2026. India's wired Internet access revenue amounted to INR 6,379Cr in 2021 which is predicted to increase at a 6.3% CAGR to reach INR 8,829 Cr by 2026.

### Music, Radio & Podcast:

India's music, radio & podcast segment grew at 18% in 2021 and is set to grow at 9.8% CAGR to reach INR 11,536Cr by 2026. India's Recorded Music industry (which is a key sub-segment) is making steady progress at a CAGR of 13.6%, thanks to streaming models. Here the revenue has grown from just INR 1,663Cr in 2017 to INR 2,568Cr in 2021, and is expected to continue on this path to INR 4,849Cr by 2026. On the other hand the country's Live Music industry remains small, and it shed two-thirds of its revenue in the first year of the COVID-19 pandemic. Revenue ticked up in 2021 to INR 434 Cr and is forecast to grow to revenues of INR 1,052 Cr in 2026, increasing at a 19.2% CAGR.



## OTHER FACTORS IMPACTING THE GLOBAL E&M SECTOR:

### Global Revenue - Fastest growing segments

After a stellar 2021, virtual reality (VR) continues to take steps towards becoming a mass-market proposition. VR gaming content is the primary contributor to total revenue, bringing in US\$1.9bn in 2021 and highest CAGR for the forecast period. Total cinema revenue will rise globally over the forecast period, and the pandemic-driven losses experienced in 2020 will be reversed, with the market hitting new heights in 2023. Box office revenue is set to reach US\$49.4bn in 2026. Internet advertising comfortably leads the way as the largest advertising segment. An exceptional 31.6% year-on-year rise in 2021

अधिक प्रवेश) हालांकि यह महामारी के पूर्व बेचे गये 1.9 बिलियन टिकटों की तुलना में एक बड़ी (-85.4%) गिरावट थी।

### इंटरनेट विज्ञापन:

भारत का इंटरनेट विज्ञापन बाजार 2026 तक 12.1% सीएजीआर से बढ़कर 28,234 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए तैयार है। भारत के मोबाइल-फर्स्ट इंटरनेट एक्सेस बाजार को देखते हुए, मोबाइल क्षेत्र देश के इंटरनेट विज्ञापन बाजार पर हावी है, जो 2021 में कुल राजस्व का 60.1% है वह 2026 तक बढ़कर 69.3% हो जायेगा। प्रदर्शन विज्ञापन मोबाइल क्षेत्र पर हावी है, 2021 में 90.7% राजस्व के लेखांकन, हालांकि इसका हिस्सा 2026 में कुल का 89.9% तक गिर जायेगा। भारत का वायर्ड इंटरनेट एक्सेस राजस्व 2021 में 6379 करोड़ रुपये था, जो कि 2026 तक 6.3% सीएजीआर से बढ़कर 8829 करोड़ रुपये तक पहुंचने का अनुमान है।

### संगीत, रेडियो और पॉडकास्टर:

भारत का संगीत, रेडियो और पॉडकास्टर खंड 2021 में 18% की दर से बढ़ा और 2026 तक 11536 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए 9.8% सीएजीआर से बढ़ने के लिए तैयार है। स्ट्रीमिंग मॉडल की बदौलत भारत का रिकॉर्डेड संगीत उद्योग (जो एक प्रमुख उप-खंड है) 13.6% की सीएजीआर से लगातार प्रगति कर रहा है। यहां राजस्व 2017 में केवल 1663 करोड़ रुपये से बढ़कर 2021 में 2568 करोड़ रुपये हो गया है और 2026 तक इस रास्ते पर 4849 करोड़ रुपये तक जारी रहने की उम्मीद है। दूसरी ओर, देश का लाइव संगीत उद्योग छोटा बना हुआ है और इसने अपने राजस्व का दो-तिहाई हिस्सा कोविड-19 महामारी के पहले वर्ष में खो दिया। 2021 में राजस्व बढ़कर 434 करोड़ रुपये हो गया और 2026 में 1052 करोड़ रुपये के राजस्व वृद्धि का अनुमान है, जो कि 19.2% सीएजीआर की दर से बढ़ेगा।

## वैश्विक ई एंड एम क्षेत्र को प्रभावित करने वाले अन्य कारक

### वैश्विक राजस्व-सबसे तेजी से बढ़ने वाला खंड

एक शानदार 2021 के बाद, वर्चुअल रियलिटी (वीआर) एक मास-मार्केट प्रस्ताव बनने की दिशा में कदम उठाना जारी रखे हुए है। वीआर गेमिंग सामग्री कुल राजस्व में प्राथमिक योगदानकर्ता है, जो 2021 में 1.9 बिलियन डॉलर था और पूर्वानुमान अवधि के लिए उच्चतम सीएजीआर ला रहा है। पूर्वानुमान अवधि के दौरान विश्वस्तार पर कुल सिनेमा राजस्व में वृद्धि होगी और 2020 में अनुभव की गयी महामारी के नुकसान को उलट दिया जायेगा, और 2023 में बाजार नयी ऊंचाइयों पर पहुंच जायेगा। बॉक्स ऑफिस राजस्व 2026 में 49.4 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने के लिए तैयार है। इंटरनेट विज्ञापन आराम से सबसे बड़े विज्ञापन खंड के रूप में आगे बढ़ता है। 2021 में साल दर साल



put total global Internet advertising revenue at US\$468.4bn, up more than US\$112bn in absolute terms in 2020.

### The metaverse awaits

In the not-too-distant future the metaverse could become a stunningly virtually realistic world where individuals access immersive virtual experiences, through VR headsets or other connecting devices. Because the metaverse is an evolution that may profoundly change how businesses and consumers interact with products, services and each other, its potential financial and economic value goes far beyond VR. In time, much of the revenues associated with video games, music performances, advertising and even e-commerce could migrate into the metaverse.

How big is the E&M opportunity in the metaverse? The fast-growing market for VR is a starting point to consider. It is currently one of the smaller segments tracked, but the 36% rise in global spending over the past year is a hint of its long-term potential. The global installed base of stand-alone and tethered VR headsets is projected to grow from 21.6m in 2021 to 65.9m in 2026.

**Werner Ballhaus, Global Entertainment & Media Industry Leader, PwC Germany,** said: "Industry press tends to focus on the companies that have dominated the E&M industry. But it is the choices that billions of consumers make about where they will invest their time, attention and money that are fueling the industry's transformation and driving the trends. We are seeing the emergence of a global E&M consumer base for the coming years that is younger, more digital and more into streaming and gaming than the current consumer population. This is shaping the future of the industry." ■

31.6% की असाधारण वृद्धि ने कुल वैश्विक इंटरनेट विज्ञापन राजस्व को 468.4 बिलियन अमेरिकी डॉलर पर रखा, जो 2020 में निरपेक्ष रूप से 112 बिलियन डॉलर से अधिक था।

### मेटावर्स इंतजार कर रहा है

बहुत दूर के भविष्य में मेटावर्स एक आश्चर्यजनक रूप से यथार्थवादी दुनिया बन सकता है जहां व्यक्ति वीआर हेडसेट्स या अन्य कनेक्टिंग डिवाइसों के माध्यम से इमर्सिव वर्चुअल अनुभवों का उपयोग करते हैं। क्योंकि मेटावर्स एक ऐसा विकास है जो व्यवसायों और उपभोक्ताओं के उत्पादों, सेवाओं और एक दूसरे के साथ बातचीत के तरीके को गहराई से बदल सकता है, इसका संभावित वित्तीय और आर्थिक मूल्य वीआर से बहुत आगे निकल जाता है। समय के साथ, वीडियो गेम, संगीत प्रदर्शन, विज्ञापन और यहां तक कि ई-कॉमर्स से जुड़े अधिकांश राजस्व मेटावर्स में स्थानांतरित हो सकते हैं।

मेटावर्स में ईएंडएम अवसर कितना बड़ा है? वीआर के लिए तेजी से बढ़ता बाजार विचार करने के लिए एक शुरुआती बिंदु है। यह वर्तमान में ट्रैक किये गये छोटे खंडों में से एक है, लेकिन पिछले एक साल में वैश्विक खर्च में 36% की वृद्धि इसकी दीर्घकालिक क्षमता का संकेत है। स्टैंड अलोन और टीथर्ड वीआर हेडसेट्स का वैश्विक स्थापित आधार 2021 में 21.6 मिलियन से बढ़कर 2026 में 65.9 मिलियन हो जाने का अनुमान है।

**पीडब्लूसी जर्मनी के ग्लोबल इंटरटेनमेंट और मीडिया इंडस्ट्री लीडर वर्नर बॉलहॉस ने कहा,** 'इंडस्ट्री प्रेस उस कंपनियों पर ध्यान केंद्रित करती है जो ई एंड एम उद्योग पर हावी है। लेकिन यह विकल्प है कि अरबों उपभोक्ता इसे बारे में चुनते हैं कि वे अपना समय, ध्यान और पैसा कहां निवेश करेंगे, जो उद्योग के परिवर्तन को बढ़ावा दे रहे हैं और प्रवृत्तियों को चला रहे हैं। हम आने वाले वर्षों के लिए वैश्विक ईएंडएम उपभोक्ता आधार के उद्भव को देख रहे हैं जो वर्तमान उपभोक्ता आबादी की तुलना में युवा, अधिक डिजिटल और स्ट्रीमिंग और गेमिंग में अधिक हैं। यह उद्योग के भविष्य को आकार दे रहा है। ■



**ASIA'S BROADCASTING & INFOTAINMENT SHOW**  
www.abis-digital.com

**SCAT2022**  
SCAT INDIA TRADESHOW • MUMBAI

**13 - 15 October 2022**  
Jio World Convention Centre, Mumbai  
[www.scatindiashow.com](http://www.scatindiashow.com)

**Contact: Mob.: +91-7021850198 Tel.: +91-22-6216 5313 Email: [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com)**



## AIRTEL OTT BIZ SEES MAJOR SUBSCRIBER BASE

Airtel's OTT service - Airtel Xstream has reached a two million paid subscriber base.

"We are the fastest-growing OTT aggregator in India with two million paid subscribers," said Adarsh Nair, CEO of Airtel Digital.

Airtel Xstream has solved the challenges faced by both OTT content providers and customers. The accelerated growth is due to the existing partnership with 15 OTTs such as ErosNow, SonyLiv, Lionsgate, Hoichoi, ManoramaMax, Shemaroo, Ultra, Hungama Play, Ultra, EPICon, Docubay, DivoTV, and with Chaupal TV and Kanncha Lanka, regional platforms with a dedicated viewership base across India.

The repeat subscriptions came from Maharashtra, Karnataka, and Andhra Pradesh.

Airtel is looking to achieve the 20 million paid subscriptions mark for Airtel Xstream. The addition of Chaupal TV and Kanncha Lanka will increase the platform's appeal to the audiences in Punjab and Odisha and the diaspora based elsewhere in the country.

Airtel new initiative Social Swag, an influencer commerce platform backed by celebrities such as Akshay Kumar, Rana Daggubati, and Mahesh Bhupathi s also fetching dividends.

The large screen format, as Xstream Premium is also available at Rs 149 and enables access to over 10,500 movie titles and shows alongwith Live TV from Airtel's OTT content partners such as Sony LIV, Eros Now, Lionsgate Play, Hoichoi, ManoramaMax, Shemaroo, Ultra, HungamaPlay, EPICon, Docubay, DivoTV among others.

The Indian OTT market is growing rapidly and is expected to reach \$ 2 billion by 2025. ■



## उपभोक्ता आधार में सुधार देख रहा है एयरटेल का ओटीटी व्यवसाय

एयरटेल की ओटीटी सेवा-एयरटेल एक्सट्रीम दो मिलियन पेड सब्सक्राइवर आधार तक पहुंच गयी है।

एयर डिजिटल के सीईओ रमेश नायर ने बताया कि 'हम दो मिलियन पेड सब्सक्राइवरों के साथ भारत में सबसे तेजी से बढ़ते हुए ओटीटी एग्रीगेटर हैं।'

एयरटेल एक्सट्रीम ने ओटीटी सामग्री प्रदाताओं और ग्राहकों

दोनों के सामने आने वाली चुनौतियों का समाधान किया है। त्वरित विकास 15 ओटीटी जैसे इरोजनाउ, सोनीलिव, लायंसगेट, होइचोई, मनोरमामैक्स, शेमारू, अल्ट्रा, हंगामा प्ले, अल्ट्रा, एपिकॉन, डॉक्यूव, डिवोटीवी और चौपाल टीवी व कांचा लंका के साथ पूरे भारत में एक समर्पित दर्शकों की संख्या के साथ क्षेत्रीय प्लेटफॉर्म के साथ मौजूदा साझेदारी के कारण है।

रिपीट सब्सक्रिप्शन महाराष्ट्र,

कर्नाटक और आंध्र प्रदेश से आये।

एयरटेल अपने एयरटेल एक्सट्रीम के लिए 20 मिलियन पेड सब्सक्रिप्शन का लक्ष्य हासिल करना चाहता है। चौपाल टीवी और कांचा लंका के जुड़ने से पंजाब और ओडिशा के दर्शक और देश में कहीं और स्थित डायस्पोराके दर्शकों के लिए प्लेटफॉर्म की अपील बढ़ जायेगी।

एयरटेल की नयी पहल सोशल स्वैग, अक्षय कुमार, राणा दग्गुबाती और महेश भूपति जैसी मशहूर हस्तियों द्वारा समर्थित एक प्रभावशाली वाणिज्यिक प्लेटफॉर्म का भी सहयोग मिल रहा है।

एक्सट्रीम प्रीमियम के रूप में एक बड़ा स्क्रीन प्रारूप भी 149 रुपये में उपलब्ध है और एयरटेल के ओटीटी कंटेंट पार्टनर्स जैसे सोनी लिव, इरोस नाउ, लायंसगेट प्ले, होइचोई, मनोरमामैक्स, शेमारू अल्ट्रा, हंगामा प्ले, एपिकॉन, डॉक्यूव, डिवो टीवी आदि से लाइव टीवी के साथ 10,500 से अधिक मूवी टाइटल और शो तक पहुंचने में सक्षम बनाता है।

भारतीय ओटीटी बाजार तेजी से बढ़ रहा है और 2025 तक इसके 2 अरब डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है। ■



# ABP - IIM INDORE COLLABORATE

ABP Network has collaborated with Indian Institute of Management (IIM) Indore to explore a mutual academic-practice collaboration framework.

The collaboration will also focus on analysing and recommending policy level interventions combating fake news eco-systems.

Avinash Pandey, CEO of ABP Network, said: "With this collaboration we look forward to a constructive professional relationship with IIM Indore in the years to come. ABP Network has always stayed true to its commitment of increasing the scope of an informed and open society. By entering into this agreement, we aim to develop preventive strategies to address the challenges of fake news, its genesis & impact, and develop awareness modules for the general public. We are confident that this partnership will play a pivotal role in the research and development of the dynamic media space and will allow an exchange of plethora of ideas and strategies."

Prof. Himanshu Rai, Director of IIM Indore said, "We are delighted that IIM Indore and ABP Network are signing a Memorandum of Understanding. Social consciousness is at the fore in the mission statement of IIM Indore. Through this agreement, we can lay the foundation for building a conscious nation by combining the ground reach of the ABP Network and the intellectual excellence of IIM Indore. This will be done primarily by trying to solve the problem of fake news. According to us, the effect of fake news is not only on individual sensitivity but can also affect the social unity and national security. Our journey starts here." ■



भारतीय प्रबंध संस्थान इंदौर  
Indian Institute of Management Indore

ABP Network

# एबीपी - आईआईएम इंदौर सहयोग

एबीपी नेटवर्क ने आपसी शैक्षणिक अभ्यास सहयोग ढांचे का पता लगाने के लिए भारतीय प्रबंधन संस्थान (आईआईएम) इंदौर के साथ सहयोग किया है।

यह सहयोग फेक न्यूज इको सिस्टम का मुकाबला करने वाले नीति स्तर के हस्तक्षेपों के विश्लेषण और सिफारिश करने पर ध्यान केंद्रित करेगा। एबीपी नेटवर्क के सीईओ अविनाश पांडे ने कहा 'इस सहयोग के साथ हम आने वाले वर्षों में आईआईएम इंदौर के साथ एक रचनात्मक पेशेवर संबंध की आशा करते हैं। एबीपी नेटवर्क हमेशा एक सूचित और खुले समाज के दायरे को बढ़ाने की अपनी प्रतिबद्धता पर खरा उतरा है। इस समझौते में

प्रवेश करके हमारा उद्देश्य फेक न्यूजों, इसकी उत्पत्ति और प्रभाव की चुनौतियों का समाधान करने के लिए निवारक रणनीति विकसित करना और आम जनता के लिए जागरूकता मॉड्यूल विकसित करना है। हमें विश्वास है कि यह साझेदारी गतिशील मीडिया स्पेस के अनुसंधान और विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभायेगी और विचारों व रणनीतियों के आदान-प्रदान की अनुमति देगी।'

आईआईएम इंदौर के निदेशक प्रो. हिमांशु राय ने कहा 'हमें खुशी है कि आईआईएम इंदौर और एबीपी नेटवर्क एक समझौता ज्ञापन पर हस्ताक्षर कर रहे हैं। आईआईएम के मिशन स्टेटमेंट में सामाजिक चेतना सबसे आगे है। इस समझौते के माध्यम से हम एबीपी नेटवर्क की जमीनी पहुंच

और आईआईएम इंदौर की वैदिक उत्कृष्टता को मिलाकर एक जागरूक राष्ट्र के निर्माण की नींव रख सकते हैं। यह मुख्य रूप से फेक न्यूज की समस्या का हल करने की कोशिश के लिए किया जायेगा। हमारे अनुसार फेक न्यूज का असर सिर्फ व्यक्तिगत संवेदनशीलता पर ही नहीं बल्कि सामाजिक एकता और राष्ट्रीय सुरक्षा पर भी पड़ सकता है। हमारी यात्रा यहीं से शुरू होती है।' ■







## APPLE TV ON CANAL +



# CANAL+

Apple TV has come on Canal+. Its now made a launch as a Austrian version on Canal+. It is now available via an app in the Apple App Store. It's compatible with all Apple TV devices running software version tvOS14 or higher.

The streaming service with thousands of series, films and documentaries can now be found on iOS, Android, all current smart TVs and browsers.

Subscribers can create favourite lists or use the search function. 3 streams can be used on 5 devices at the same time.

Current European content on the platform includes Open Secret featuring Penélope Cruz and Javier Bardem, Planet Single, an eight-part

series based on the Polish film of the same name and including one episode set in Vienna.

## WARNER – REDGE TIE-UP EXTENDED

### WarnerMedia



RedgeTechnologies

with TVN Warner Bros. Discovery for the licensing of the Redge Media SDP platform and the provision of Redge Media VDP services.

Player.pl has been operating on the Redge Media platform as an end-to-end deployment since 2017.

Commenting on the development, Maciej Gozdowski, managing director of Player, said: "We provide services to a numerous end users, so the stability and quality of UX are the most important criteria that guide us when selecting technology partners. The Redge Media platform is the essence of technological excellence in the OTT area".

Frasunek, member of the board at Redge Technologies, added: "Our cooperation with TVN started in 2011, and the broadcaster's DNA has always been close to us.

Warner and Redge Technologies tie-up has been extended and the contract

Together, we have created the largest VOD platform in Poland. The best content deserves the best technology and UX".

## POLISH BROADCAST MARKET GROWTH

Polish broadcast market is growing and IPTV continues to grow in Poland at the expense of satellite in terms of subscriber numbers, with the cable market remaining largely constant.

The latest annual report published by the country's Office of Electronic Communications (UKE) shows that in 2021 satellite TV accounted for just under half (49.5%) of pay-TV subscribers, down from 51.5% a year earlier.

At the same time cable's share remained unchanged at 6.1%, while IPTV's increased from 12.2% to 14.2%.

Other technologies remained unchanged at 0.2%. Although Cyfrowy Polsat had the largest number of pay-TV subscribers, its share fell from 30.1% to 29.1%. Second placed Canal+ remained constant at 19%, while UPC's share grew from 12.4% to 13%.

All told, there were 10.8 million pay-TV subscribers in Poland in 2021, the same number as a year earlier but lower than the 11 million in 2019 and higher than the 9.1 million in 2018. ■



www.abis-digital.com



NÜRNBERG MESSE

# SCAT2022

SCAT INDIA TRADESHOW • MUMBAI

**13 - 15 October 2022**  
Jio World Convention Centre, Mumbai  
[www.scatindiashow.com](http://www.scatindiashow.com)

**Contact: Mob.: +91-7021850198 Tel.: +91-22-6216 5313 Email: [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com)**





## INDIAN MEDIA & ENTERTAINMENT TO REACH RS 4.3 LAKH CRORES



The Indian media and entertainment industry is expected to grow at a CAGR of 8.8 per cent and reach Rs 4.30 lakh crore by 2026, according to a report by global consultancy firm PwC.

The growth would be paced by digital media and advertising through deeper penetration of the internet and mobile devices in the domestic market, along with traditional media, which will hold their steady growth, the report said.

TV advertising is expected to reach over Rs 43,000 crore by 2026. It will make India the fifth-largest TV advertising market globally, after the US, Japan, China and the UK.

The Indian media and entertainment industry is expected to be around Rs 3.14 crore in 2022, registering an overall growth of 11.4 per cent, as per the PwC's Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026.

India's OTT Video services are expected to become a Rs 21,031 crore industry in the next four years by 2026, in which Rs 19,973 crore would come from subscription-based services and Rs 1,058 crore from Transactional VOD (video on demand).

## JAWAHAR GOEL STEPS DOWN AS MD OF DISH TV



Dish TV informed the stock exchanges that Jawahar Goel has stepped down as the managing director of direct-to-home (DTH) company after the resolution of his reappointment failed to receive a requisite majority of the shareholders at the extraordinary general meeting (EGM) held today.

Goel, however, will continue as

a Non-Executive Director, in terms of the applicable regulatory provisions, Dish TV said in a regulatory filing.

Moreover, the proposal to reappoint Anil Kumar Dua as a whole-time director of the company and appointment of its former chief executive officer Rajagopal Chakravarthi Venkatesh as a non-executive independent director have "not received requisite majority at the EGM held on June 24, 2022." Following this "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.



## DISH TV REVENUE DECLINES

Dish TV's revenue has declined to Rs 2802.5 crore from Rs 3249.4 crore in the previous fiscal.

The subscription revenue was 2531.1 crore compared to Rs 2987.4 crore a year ago, advertisement income went up 45% to Rs 49.3 crore from Rs 34 crore.

EBITDA dropped 18.5% to Rs 1644.2 crore from Rs 2017 crore. Expenditure fell 6% to Rs 1158.2 crore from Rs 1232.4 crore. The company's net loss expanded to Rs 1867.2 crore from Rs 1189.9 crore. ■

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



You Know What You are doing  
But Nobody Else Does

## ADVERTISE NOW!

Contact: Mob.: +91-7021850198 Tel.: +91-22-6216 5313 Email: [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com)



**BOOKINGS OPEN**

# CONTX2022

CONTENT INDIA SHOW • MUMBAI

13 - 15 October 2022

Jio World Convention Centre, Mumbai

Premium International Venue for Best-In-Class Exhibitions

[www.contentindiashow.com](http://www.contentindiashow.com)

DRAMA • FICTION • KIDS / LIVE ACTION • GAMING • DOCS & FACTUAL • FORMATS • UNSCRIPTED / REALITY • PUBLISHING



**NuernbergMesse India Pvt. Ltd.**

312/313, A Wing, 3rd Floor, Dynasty Business Park,  
Andheri Kurla Road, Andheri East, Mumbai 400059,  
Maharashtra, India

**Registered Office:** German House, 2, Nyaya Marg,  
Chanakyapuri, New Delhi 110 021, India

**Varun Gaba**

**Portfolio Director**

T: +91 22 6216 5303

M: +91 99458 26427

E: [varun.gaba@nm-india.com](mailto:varun.gaba@nm-india.com)

**Pranali Raut**

**Asst. Director - Projects**

T: +91 22 6216 5313

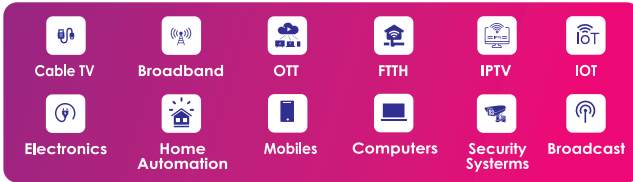
M: +91 99458 26440

E: [pranali.raut@nm-india.com](mailto:pranali.raut@nm-india.com)



Hyderabad

# 10<sup>th</sup> CNC EXPO-2022



26 27 28 August 2022

@ HITEX HYDERABAD

## DIAMOND SPONSOR



T FIBER  
TELANGANA FIBER GRID

## GOLD SPONSOR



POLY INFOCOM  
CABLES PVT LTD

## SILVER SPONSORS

Pioneer  
Digital TV  
Entertainment Unlimited

syRotech  
A GoIP Brand

## ASSOCIATE SPONSORS



CLARON FIBEROPTICS PVT. LTD.

OPTRONIX

Mithril Telecom

Lapis  
technologies

## POWERED BY

Telangana  
Tourism

## PARTICIPANTS

CtrlS

Pioneer Online  
Online. Everyday

Netcore

NET Link

BCN

GTPL  
Digital Cable TV | Broadband

Keith Electronics Pvt. Ltd.

Channel Master PVT.LTD.

SSC

DE CIX

infynect  
Infinite connectivity

EXTREME

PLAYBOX TV  
One Stop Entertainment

LALIT ELECTRONICS

SHARP  
VISION

OptiLink  
Fiber Optic Solutions

SPEC  
CATV

FiberSol  
Leader's Choice

(O) NETLIFE

tp-link

INNO  
INSTRUMENT

Cloud Infotech  
IP Telecom Consulting, Integration & Services

phando

genius  
Gateway of Entertainment

m2mit  
DIGITAL PVT. CO.

M-CORE  
Optical Fibre Cable

OPL  
Optical Fibre Cable

INVAS  
An ISO 9001:2008 Certified Company

StrataGem

JRS Global Networks

Excitel  
The world is home

GX

DEEPAK OVERSEAS

EURO DIGITAL  
Connecting the World.....

FIBERGATE

RectusIndia

AISHWARYA TECHNOLOGIES  
AND TELECOM LIMITED

JAZE  
NETWORKS

SCOPE

UNIWAY  
Integrate Your Technology

ALLIANCE  
BROADBAND

STAR  
The Fiber Experts

FIBERSHOT  
OPTO TESTING RECIPIENT

LG  
Life's Good

Fujikura

HoduSoft  
Redefine Communication

NETRO  
NETWORKS

SOLID

BOSCH

poly

NETGEAR

DIGISOL

Ravei

Scientific  
The Science of Fiber

TRICOM  
UPGRADE YOUR LIFE

UCLSWIFT

optinueva

NAYASEVA

Denki Power Solutions  
Versatility Via Partnership

AMIGO

SPACE

TECH

StayPET  
WIRE OF THE PROS

DRON EDGE

CYBER FTTH WART  
Delivering Quality

TSAT

brightway

CNC  
s MAATS

+ 91 9505050007, 8074111543, 9391113863

cablenetexpovision@gmail.com | info@cncxpo.com | ramu@cncxpo.com

www.cncxpo.com | www.cablenetexpovision.com

Supported by All India CATV, MSO & Broadband Associations

SUPPORTING PUBLICATIONS:



Satellite @ Internet India  
MAGAZINE  
www.silimag.com

SATiiTV.COM



ఎ.పి.కే.టి.ఎస్. టైమ్స్  
A.P. CABLE TIMES





*Ask us any questions or problems faced by you in the course of your business. Our DISH DOCTOR will try and answer them in the best way possible, in the simplest terms, avoiding the unnecessary use of technical terms where possible. The service is available free to our readers and subscribers.*

*Send Your Queries To: Dish Doctor, 312/313, A Wing, 3<sup>rd</sup> Floor, Dynasty Business Park, Andheri Kurla Road, Andheri (E), Mumbai – 400059. or*

*Email: [manoj.madhavan@nm-india.com](mailto:manoj.madhavan@nm-india.com). Now you can WhatsApp Your Dish Doctor Queries To: +91-91082 32956*

## NEW REGULATORY FRAMEWORK

**Q:** Explain the benefits of the New Regulatory Framework and the need for it?

*Srikandan Nair, Trivandrum, Kerala*

**Ans.:** The Digitization of Cable TV distribution makes it possible for each consumer to select TV Channels as per their individual choice. Pursuant to completion of Digitization in March 2017, overhaul of the regulatory framework became essential.

- ❖ Transparent display of Channel Price or category as 'Free' on the Electronic Program Guide (EPG) and also on the TV Screen for each channel.
- ❖ Freedom to choose what she/he wishes to watch and pay only for that.
- ❖ Option of subscribing TV Channels either on a-la-carte basis or as bouquets.

## CONSUMER GUIDE

- ❖ Transparent MRP based regime where consumer has full flexibility and control.
- ❖ Mandatory for service providers to issue of proper bills and receipt.
- ❖ Mandatory provisioning of call centre for consumers and provision of consumer corner on website.
- ❖ Time bound redressal of faults. Provision for refund (no charging) if fault exceeds 72 hours.
- ❖ Capping of installation and activation charge @ Rs. 350 and Rs. 100 respectively. ■



## नये नियामक ढांचा

**प्रश्न:** नये नियामक ढांचे के लाभ और इसकी आवश्यकता के बारे में बतायें?

*श्रीकंद नायर, त्रिवेंद्रम, केरल*

**उत्तर:** केवल टीवी वितरण का डिजिटलीकरण प्रत्येक उपभोक्ता के लिए अपनी व्यक्तिगत पसंद के अनुसार टीवी चैनलों का चयन संभव बनाता है। मार्च 2017 में डिजिटलीकरण पूरा होने के बाद, नियामक ढांचे का ओवरहाल आवश्यक हो गया था।

- ❖ इलेक्ट्रॉनिक प्रोग्राम गाइड (ईपीजी) पर और प्रत्येक चैनल के लिए टीवी स्क्रीन पर चैनल मूल्य या श्रेणी का निःशुल्क के रूप में पारदर्शी प्रदर्शन।
- ❖ वह जो देखना चाहता/चाहती है उसे चुनने की स्वतंत्रता और केवल उसके लिए भुगतान करना।
- ❖ टीवी चैनलों को ए-लॉ-कार्टे आधार पर या बुके के रूप में सब्सक्राइव करने का विकल्प।

## उपभोक्ता गाइड

- ❖ पारदर्शी एमआरपी व्यवस्था जहां उपभोक्ता के पास पूर्ण लचीलापन और नियंत्रण हो।
- ❖ सेवा प्रदाताओं के लिए उचित बिल और रसीद जारी करना अनिवार्य है।
- ❖ उपभोक्ताओं के लिए कॉल सेंटर का अनिवार्य प्रावधान और वेबसाइट पर उपभोक्ता कॉर्नर का प्रावधान।
- ❖ खराबी का समयबद्ध निवारण। यदि खराबी 72 घंटे से अधिक समय तक रहती है तो धन वापसी का प्रावधान (कोई शुल्क नहीं)।
- ❖ इंस्टॉलेशन और एक्टिवेशन शुल्क की कैपिंग क्रमशः 350 रुपये और 100 रुपये। ■



# CHANNEL CHANGES

*Here are the major changes that have taken place on the various satellites over India in the past month.*

## **IS 17 AT 66 DEG E**

On 25th Jeevan TV has started on 4006 H, FTA.

## **IS 20/36 AT 68.5 DEG E**

On 3rd E Movies has left 10970 V; Lifetime Africa has left 10970 H; E Toonz has left 11170 H; E Movies Extra has left 11474 H; E Extra has left 11594 H; The Home Channel + has started on 11170 V, Videoguard. E Extra, E Movies and E Movies Extra have left 11848 V. Zimpapers TV has started on 11928 V, Irdeto.

## **THAICOM 5/6A/8 AT 78.5 DEG E**

On 4th Love Nature, Zee Anmol, Star Chinese Movies South East Asia and Star Chinese Channel have started on 12467 V, Conax.

## **EXPRESS AM2 AT 80 DEG E**

On 1st Match! Futbol 1-3, STS, Red Lips, Russkaya Noch, Moskva 24, Russkaya Komediya, Classic Music, STS, Mult i muzyka, Telekanal 2x2, Rossiya 1, Telekanal 360°, Istoriya Telekanal, Khabar 24, RBK TV, TNT, Perviy kanal, Zhivaya Planeta, Ani, Avto 24, Mir Belogorya TV, Nostalgia, RENTV, NTV, Domashniy, Telekanal Zvezda, Match!, SOVA, Yurgan and Strana FM TV have started on 11044 V. On 2nd Match Premier, .Red and .Sci-fi on 10981 V are now encrypted; Kinopremyera on 11481 H is now encrypted; Perviy kanal, Rossiya 1, Match!, NTV, Karusel, REN TV, STS, Telekanal Zvezda, TNT, TV 1000 Russkoe Kino, TV 1000 Action, TV 1000 East, Viasat Explore Russia, Viasat History and Viasat Sport East on 11544 V are now encrypted.

## **INSAT 4A/4B/ GSAT-10 /GSAT- 30 AT 83 DEG E**

On 2nd News Bartaman 24x7 has started on 4054 H, FTA. On 4th Atrangii has replaced Box Cinema on 4054 H, FTA. On 10th Jay Jagannath and Jia News have started on 3756 H, FTA; News State BH & JH and News State MH & GA have started on 3925 H, FTA; Dum TV Kannada and Goldmines Bollywood have left; Jano Duniya has left 3949 H. On 22nd Puthiya Thalaimurai Express has started on 3805 H, FTA. On 26th Tarang TV has started on 4073 V, Irdeto. On 27th Kasthuri TV, Kasthuri News 24 and Kasthuri Gold have left 3858 H; Kasthuri TV and Kasthuri News 24 have started on 3863 H, FTA.

## **MEASAT 3/3A AT 91.5 DEG E**

On 8th Zee TV Middle East has left 3960 H; SpoTV Indonesia has started on 4162 H, BISS. SpoTV has left.

## **INSAT 4B/3A / GSAT 15 / GSAT 17 AT 93.5 DEG E**

On 1st News Hour has started on 4174 H, FTA. On 23rd Yo TV and Lokshahi have left 4076 V; News Bartaman 24x7 has left 4160 H; Lokshahi has replaced Maharashtra 1 on 4174 H, FTA. On 24th Music India has started on 11480 H, encrypted; Dr Shuddhi has left 11510 H. On 25th Udaya TV, Zeeplex Screen 2 and Mantavya 24x7 News have left 11590 H; Raftaar Media has left 11630 V.

## **SES 8 / 12/ NSS 6 AT 95 DEG E**

On 7th Sirasa TV, Shakthi TV, TV 1, Siyatha TV, Star Tamil TV, Charana

TV, ABC Australia Asia, Arirang World, DD Sports, TV5Monde Asie, TRT World and CGTN have started on 12224 H, encrypted; Rupavahini, Channel Eye, ITN, Vasantham TV, TNL TV, Swarnavahini, TV Derana, Ada Derana 24x7, Hiru TV, Supreme TV, The Buddhist TV, Rangiri Sri Lanka TV, NHK World Japan, Aljazeera English and DW English are now encrypted.

## **ASIASAT 9 AT 122 DEG E**

On 1st Ukraina 24 has left 3894 H again.; Kanal Ukraina has started on 4134 H, FTA; 4KUniverse on 4140 V is now encrypted. . On 2nd Health & Wellness, Sportyfy, Cinemachi Xtra, Planet Fun, Pet & Pal and Lolly Kids have started on 4140 V, Irdeto. On 2nd RT News, CNA and Thainess TV have started on 12415 V, FTA; DW English is now encrypted.

## **LAOSAT 1 AT 128.5 DEG E**

On 17th City News HD, ARY Zindagi and ARY News Pakistan have started on 3651 V, FTA; Jobs TV has started on 3660 V, FTA. On 21st Jobs TV and Falguni TV have moved from 3660 V to 3677 V, FTA.

## **INTELSAT 19 AT 166.0E**

On 1st KBS World has left 3724 V; Nickelodeon South East Asia and Nickelodeon Philippines on 3780 H are now encrypted; Arirang World has left 3815 V; Food Network Asia and Cartoon Network Asia have started on 3920, encrypted; NHK World Japan and Boomerang Asia have left; TV5Monde Pacifique has left 4060 H; YTN World has replaced YTN on 4133 V, FTA.



# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

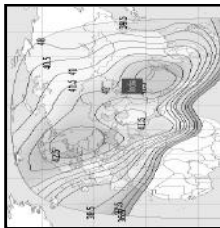
FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
INTELSAT-38/AzerSpace2 at 45.1 deg East: Bom Az 238 El 51, Blr Az 250 El 49, Del 232 El 41, Chennai Az 252 El 46, Bhopal Az 238 El 44 Cal Az 248 El 35					
11475 V	Dialog DTH: Star Sports 1, Sony Ten 2, Star Sports Select HD1, Star Sports Select HD2, RugbyPass TV, Sony Six, Discovery HD World India, Star Movies Select, Animal Planet India, AXN East Asia	32000	2/3	DVB-S2/8PSK	India Beam
11515 V	Dialog DTH: Nickelodeon South East Asia, Baby TV Asia, Disney Junior India, Nick Jr India, Sony BBC Earth, NG Wild Asia, Animal Planet India, Discovery Channel India, Discovery Science India, Tech Storm, TLC India, National Geographic India, History TV 18, Travelxp HD, Travel Channel Asia, Sony Ten 1, Ten Cricket, Sony Ten 2, Eurosport Asia, 1 Sports, Star Sports 1, Star Sports 2	23700	5/6	DVB-S	India Beam
11555 V	Dialog DTH: Star Gold India, Colors, Star Plus India, Zee TV India, Colors Tamil, Sun TV, KTV, Star Vijay India, Kalaigarn TV, Zee Cinema Asia, UTV Movies, B4U Movies India, Zee Tamil, Srippoli, Zing Asia, D'Tamil, NHK World Japan, WakuWaku Japan SSeast Asia, Guru TV, Nenasa TV Sinhala Junior, Nenasa TV Tamil Junior, Nenasa TV Sinhala OL, Nenasa TV Tamil O/L, Nenasa TV Sinhala A/L, Nenasa TV Tamil A/L	27690	3/5	DVB-S	India Beam
11595 V	Dialog DTH: Channel One, Rupavahini, Channel Eye, ITN, Vasantham TV, TV Derana, Swarnavahini, Sirasa TV, Shakti TV, TV 1, Hiru TV, TNL TV, Art, Ada Derana 24x7, Siyatha TV, Haritha TV, TV Didula, Rdee TV, Citi Hitz, Supreme TV, Rangiri Sri Lanka TV, UTV HD, Hi TV, Jayamaga TV, The Buddhist TV	27690	5/6	DVB-S	India Beam
11635 V	Dialog DTH: Star Sports Select HD1, Sony Six, FashionTV Asia, Celestial Classic Movies, Star Movies India, HBO Asia, HBO Signature Asia, HBO Hits, HBO Family Asia, Cinemax Asia, & fix, Hits Movies, CinemaWorld, Sony Pix, Hits, Zee Café, Star World India, Warner TV Asia, AXN East Asia, Colors Infinity, Rock Entertainment, Food Network Asia, Fox Life India, Comedy Central India, HGTV Asia, Makeful, SET India, Sony Max India	27690	5/6	Indeto 2	India Beam
11675 V	Dialog TV: Shraddha TV, Damsathara TV, Pragna TV, Swarga TV, Verbum TV, Aljazeera English, ABC Australia India, BBC World News South Asia, CGTN, CNN International South Asia, NDTV 24x7, France 24 English, DW English, Bloomberg TV Asia, CNBC Asia-Pacific, Trace Urban, B4U Music India, VH1 India, Channel C, Sun Music, Zoom, Da Vinci Learning India, CBeebies Asia, Pogo, Cartoon Network HD+, A Plus Kids TV	27690	5/6	DVB-S	India Beam
AMOS 4 at 65 deg East					
10735 V	DishHome DTH Nepal: Avenues Khabar, News 24, ABC News, Janata TV, Nice TV, Colors, Star Plus India, Zee TV India, SET India, MTV India, Zoom, Zing Asia, Discovery Channel India, Animal Planet India, National Geographic India, TLC India, Sony Pix, Star Movies India, Star Sports Select HD1, Sony Six, Sony Ten 1 HD	45000	1/2	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
10789 V	DishHome DTH Nepal: Star Gold India, Sony Max India, Zee Cinema Asia, Star Sports 1, Star Sports 1 Hindi, Star Sports Select HD1, Sony Six, Sony Ten 1, Sony Ten 2, Sony Ten 3, CNN International South Asia, BBC World News South Asia, Aljazeera English, CNA, RT News, Zee News, Hungama TV, DishHome Cinema Ghar 888, Star Sports 1, Star Sports 2, Star Sports 1 Hindi, Star Sports Select HD2	45000	1/2	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
10860 V	DishHome DTH Nepal: DishHome Showcase, Plus Movie, Kantipur TV, Image Channel, NTV National, Sagarmatha TV, Colors, Zee TV India, Star Plus HD India, Zee Cinema Asia, Star Gold HD India, ACORAB, Radio Nepal, Nepal FM, Thaha Sanchar Network, Ujjayalo 90 Network, Janata Media Radio, BFBS Gurkha Network, Radio Nepal	45000	1/2	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
10914 V	DishHome DTH Nepal: DishHome Ramallo, D Movies, NTV Plus, NTV News, Mountain TV, Himalaya TV, AP1 TV, TV Today, TV Filmy, Bhakti Darshan TV, Star Bharat India, Sony SAB TV India, Hi Dosti, KBS World 24, Zee Anmol, Gyandharan, Colors Cineplex, Star Gold 2, & pictures, B4U Movies India, Dinchhaak, Zee Action, Star Utsav Movies, Sony Max 2, MTV Beats, Investigation Discovery India, History TV 18, Discovery Science India, Discovery Turbo India, National Geographic Wild Asia, Luxe TV, Sony BBC Earth, VoA TV Asia, Star Movies India, TRT World, Times Now, News 18, Zee Business, NDTV India, Aaj Tak, Nickelodeon India, BabyFirst TV, Discovery Kids India, Nick Jr India, Disney Channel India, Marvel HQ, Sonic Nickelodeon, Disney Junior India	45000	2/3	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
11235 V	DishHome DTH Nepal: DishHome Action Sports, Nepa Channel, DishHome Cinema Ghar 108, DishHome Gunjan, DishHome Cine Hits, DishHome Junior, Business Plus, BTV Business, Krishi TV, BM HD, Gorkha TV, & TV, Colors Infinity, Colors Risthey Asia, DD Bharati, Xing Kong Interni, Aakaash Aath, Anjan TV, Zee Bollywood, Manoranjan TV, Bhojpuri Cinema, 9XM, 9X Jalwa, Living Foodz, NHK World Japan, TV 5 Monde Asia, DW English, CGTN, Anrang World, Star Sports 3, Star Sports Select HD2, Fight Sports, DD Sports, Peace of Mind TV, Discovery HD World India, Star World HD India, Nepal Radio Network	45000	2/3	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
11289 V	DishHome DTH Nepal: Sarokar TV, NTV Kohalpur, Prime Times, Star Gold Select, DishHome Cinema Ghar 555, Sony Yay!, & TV, & pictures, HBO Signature Asia, HBO Hits, HBO Family Asia, Cinemax Asia, National Geographic India, Zee Café, AP1 TV, Kantipur TV	45000	2/3	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
11360 V	DishHome TV NEPAL: Star Bharat HD, SET India HD, Sony Max HD, Star Gold Select HD, Sony Ten 2 HD, Sony Ten 3 HD, Animal Planet HD, TLC HD, Comedy Central HD, Disney International HD, VH1 HD, MTV Beats HD, DishHome Ramallo, DishHome Action Sports	45000	2/3	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
12660 V	DishHome TV NEPAL: Baby TV Asia, Colors Infinity, Colors Cineplex, Nat Geo Wild Asia, Fox Life India, 9XM, Himalaya TV, NTV Plus, BM HD, Plus Movie, DishHome Cine Hits, DishHome Gunjan	45000	2/3	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
12714 V	DishHome TV NEPAL: Reality TV, D Movies, Hollywood Hits, K World, Rhymes, Bhojpuri Magic, Yoho TV, Mega TV, B4U Kadak, House Full Movies, Mastiii	45000	2/3	Mpeg 4 Verimatrix	India Beam
INTELSAT 17 AT 66 Deg E					
3845 V	Tata: Kalaigarn TV, Kalaigarn Seithigal, Isai Aruvi, Srippoli, Chithiram, Kalaigarn Murasu TV, Vendhar TV, News 7 Tamil,				



# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
	Ayush TV, MK Tunes, MK Six, Sai TV, Hindu Dharmam, TV 5 Kannada, Malai Murasu TV, Malar TV, Shalini TV, News J, Patrika Rajasthan, Sangamam TV	28800	5/6	Mpeg 2 / Mpeg 4 Irdeto	Landmass beam
3876 H	Indiasign: CVR English, CVR OM Spiritual, Nireekshana TV, Pasand TV, DA News Plus, Hornbill TV, Madhimugam TV, NK TV 24x7, Mangalam TV	14300	3/4	Mpeg4 FTA	Landmass beam
3885 V	SUN NW: Sun TV, KTV, Sun News, Sun Music, Gemini TV, Gemini Movies, Gemini Comedy, Udaya TV, Udaya Movies, Surya TV, Surya TV HD, Chutti TV, Kochu TV, Gemini Music, Surya Movies, Gemini Music HD, Gemini Movie HD, Udaya HD, Sun Bangla, Sun Marathi	30000	3/4	Mpeg4 Irdeto 2	Landmass beam
3894 H	Indiasign: HMTV, Aradhana TV, T News, MBC TV, Calvary TV, Prarthana Bhawan TV, 7 S Music, ABN, V6 News, CVR News, Mercy TV (India), FM News, CVR Health, Inews, 10TV, 1 Sports	13840	5/6	DVB S2 Mpeg 4	Landmass beam
3914 H	New Delhi TV: NDTV 24x7, NDTV India, NDTV Profit, NDTV Prime, NDTV Good Times	11200	3/4	Mpeg4 Irdeto 2	Landmass beam
3925 V	Sun TV NW: Kushi TV, Udaya Music, Chiruta TV, Aditya TV, Udaya Comedy, Surya Comedy, Surya Music, Sun Life, Gemini Life, Sun TV HD, KTV HD, Sun Music HD, Gemini TV HD	30000	3/4	DVB S2	Landmass beam
3932 H	Indo Teleports: Peppers TV, Maha Punjabi, Total TV Haryana, Chardikla Time TV, Enterr10 Bangla, Enterr 10	18330	2/3	Mpeg 4 Irdeto2	Landmass beam
3965 V	TV5 Monde Asia, TV5 HD, TV5 Style HD	12335	3/4	DVB S2	Landmass beam
3966 H	Thanthi TV, Janam TV, Jothi TV, Nambikkai TV, News Tamil 24x7	14400	2/3	Mpeg 4	Landmass beam
3984 H	VoA TV Global HD, VoA TV Indian Ocean HD, VoA TV China HD, VoA TV Africa HD, God TV Asia, Colors Mena HD (scr)	14400	2/3	MPEG-4/SD	Landmass beam
	Planetcast: Shalom TV India, Media One, Kaumudy TV, Powervision TV, Sathiyam TV, Dheeran TV, Harvest TV 24x7, Safari, Ashirwad, Darshana TV Middle East, Dighvijay News 24x7, Tunes 6 Music, Velicham TV, Studio One +, Samachar Plus 24x7, Reporter	14400	3/4	Mpeg 4 FTA	Landmass beam
4006 H	Tata: Angel TV India, Captain TV, Imayam TV, Madha TV, Makkal TV, Kairali Channel, We, Moon TV, Puthiya Thalaimurai, Sankara TV, Subhavaatha TV, Tamilan TV, Vasanth TV, Win TV, Polimer, Public TV, Captain News, TV5 News, Polimer News, MK TV, Public Music TV, Kairali Arabya, Public Movies, Mathrubhumi News, Kappa TV	14400	3/4	DVB-S2 Mpeg4	Landmass beam
4015 V	PlanetCast: Vijay TV, Asianet News, Asianet ME, Suvarna News, Amrita TV, Goodness TV, Jaihind TV, Jeevan TV, Manorama News Intl., 24 News, Flowers TV (scr), Sakshi TV	30000	3/4	Mpeg 4 DVB S2 FTA/Conax	Landmass beam
4024 H		14400	2/3	Mpeg 4 Videoguard	Landmass beam
<b>INTELSAT 20 / 36 at 68.50 deg E: Bom Az 193 El 67, Bir Az 215 El 71, Del 197 El 55, Chennai Az 222 El 69, Bhopal Az 202 El 61, Cal Az 223 El 55</b>					
3715 V	KBS Korea	2800	2/3	Mpeg4	C Beam
3723 V	Indiasign: TV 9 Telugu, TV 9 Kannada, TV 9 Marathi, TV 9 Gujarati, TV 9 Bharatvarsh, Mahaa News	9600	3/4	Mpeg 4 DVB S2	C Beam
3739 H	Discovery Networks India: Discovery Channel India, D1Animal, Animal Planet India, Investigation Discovery India, Discovery Science India, Discovery Turbo India, TLC India, Discovery HD World India, Discovery Kids India, TLC HD India, Animal Planet HD World India	30000	3/4	Mpeg4	C Beam
3769 V	Aastha TV, Arianth TV, Aastha Tamil, Aastha Telugu, Aastha Kannada	7200	3/4	Mpeg 4	C Beam
3774 V	Aastha TV	2944	3/4	FTA	C Beam
3777 V	Aastha Bhajan, Vedic TV	2940	3/4	FTA	C Beam
3782 V	CGN TV	2965	3/4	FTA	C Beam
3788 V	J Movies	4400	2/3	FTA Mpeg4	C Beam
3795 H	<b>Times Group:</b> Times Now, Zoom, ET Now, Movies Now, Movies Now+ HD, Romedu Now, Mirror Now, Times Now World HD, MNX HD, Movies Now HD, Romedu Now HD, MNX, ET Now, Times Now	30000	3/4	Mpeg4 Irdeto	C Beam
3795 V	Airrang World HD	5580	2/3	DVB S2 Mpeg 4	C Beam
3828 V	Indo Teleports: Jan TV, Khabar Fast, Pratidin Time, GS TV, Jan TV + (scr), Maha Movies, Fakt Marathi	7200	3/4	FTA Irdeto	C Beam
3850 V	Viacom 18: Colors Marathi HD, Colors Bangla HD, Colors Kannada HD, Colors Super HD, Comedy Central India, MTV Beats	14400	8/9	Mpeg4 Irdeto2	C Beam
3868 H	Sports Inspires Life: Sony Ten 1 to 4, Sony Marathi	14450	3/4	Mpeg 4	C Beam
3868 V	Vaa Movies, True Sports TV, Cinema TV, Naaptol Tamil, Naaptol Kannada, MTV Beats HD (scr), Colors Cineplex HD (scr)	14400	2/3	FTA / Mpeg4	C Beam
3890 V	Daystar TV	1954	5/6	FTA	C Beam
3900 H	Sony India: Sony SAB TV India, Sony Pix, Sony Aath, Sony Six, Sony Pal, Sony Max India, Sony Max 2, SET India	22222	5/6	Mpeg 4	C Beam
3913 V	KBS World HD	6510	3/4	Mpeg 4/Xcrypt	C Beam
3922 V	India TV India	7000	5/6	Mpeg 4 Irdeto	C Beam
3930 H	Sports Inspires Life: Sony Six HD, Sony Ten 2 HD, Sony Ten 3 HD, Ten Cricket HD	25000	2/3	Mpeg 4	C Beam
3934 H	Zee Turner: Pogo, CNN Intl S, Asia, Cartoon Network Pakistan, Cartoon Network India	19500	3/4	PowerVu	C Beam
3974 V	Zee NW: Zee Talkies HD, Zee Bangla HD, Zee Tamil HD, Zee Keralam HD, Zee Cinemalu HD, Zee Chitramandir	22500	5/6	Mpeg 4 Conax	C Beam
3993 H	Viacom 18: MTV India, Colors Rightey Asia, Colors Asia Pacific	4000	2/3	Mpeg4 Irdeto	C Beam
3995 V	Sun 18 Media Services: CNBC TV 18, CNBC Awaaz, News 18 Lokmat	6666	3/4	Mpeg4 Irdeto	C Beam
4000 H	& TV Middle East, Zee Zest	7500	3/4	Mpeg 4 Conax	C Beam
4003 V	Lamhas: Shubh TV, Abzy Movies, Sandesh News, Shubh Cinema, Abzy Cool, Abzy Dhakad, InSync	7200	3/4	Mpeg4 DVB S2	C Beam
4013 H	Indiasign: News Time Bangla, Rupashi Bangla, Aakash Aath, Droom Music, R Plus, NewsTime Assam, Manoranjan Movies, R+ Gold	7200	3/4	Mpeg 4 DVB S2	C Beam
4034 H	SUN 18: MTV India, Colors, Colors Rightey Asia, Colors Cineplex, Nick Jr India, Colors Kannada Cinema, Colors Tamil HD, Colors Tamil, Colors HD, Colors Cineplex, Nickelodeon India	20500	2/3	Mpeg4, Irdeto 2	PAL
4034 V	Network 18: History TV 18, CNBC TV 18 Prime HD, History TV 18, News 18 Malayalam, Sonic Nickelodeon, News 18	21600	5/6	Mpeg4	

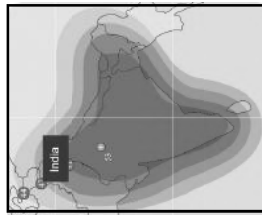
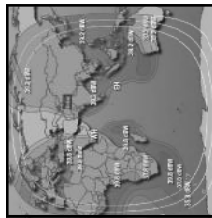
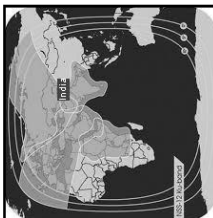




# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
4054 V	Tamil, CNBC Bajar, News 18 Assam & North-East, News 18 India, MTV HD+	4400	3/4	Irdeto 2 HD	C Beam
4059 V	Airang World	3529	3/4	FTA	C Beam
4064 H	C/S (South Korea)	19850	7/8	FTA	C Beam
	Aljazera English, CNBC Asia-Pacific, CGTN, EWTN Africa - Asia, ABC Australia Asia, BBC World News South Asia, Radio Australia English for the Pacific, Radio Australia English for Asia, EWTN Radio			Irdeto 2 / PowerVu/FTA	C Beam
4064 V	Sanskrit TV, Satsang TV	4400	3/4	FTA	C Beam
4069 V	Hope Channel International	2500	2/3	FTA	C Beam
4076 V	TRT World HD	3906	5/6	FTA HD	C Beam
4083 V	<i>China Radio International</i>	3428	3/4	FTA	C Beam
4090 H	Travel XP HD(scr), Kashish News, Taaza TV, STV Haryana News, Travel XP Tamil (scr), Sangeet Marathi, VTV News, Travel XP HD (scr), Hi Dost!, Bangla Talkies, Foodxp, Bhojpuri Cinema	14368	3/4	MPEG4 / FTA / Irdeto 2	C Beam
4092 V	YTN World	2963	3/4	FTA	C Beam
4103 H	CNN News 18, News 18 UK	5720	3/4	FTA	C Beam
4116 V	IndiaSign: PTC News, PTC Punjabi, PTC Chakde, PTC Punjabi Gold, Oscar Movies Bhojpuri, PTC Simran, PTC Music	8800	5/6	Conax, Irdeto 2	C Beam
4124 H	NHK World Network: NHK World Japan, NHK World Premium, NHK World Japan Radio	22193	3/5	DVB S2 Mpeg 4	C Beam
4130 V	Jaya TV HD, Jaya Plus, Jaya Max	12800	3/4	MPEG-4/HD	C Beam
4150 H	Urdu 1 ME (scr), Peace TV Urdu, Peace TV English, Peace TV Bangla, Peace TV Chinese, Huda TV, I Plus TV	14400	3/4	MPEG4/Irdeto2	C Beam
4155 V	Zee Cinema HD, Zee TV HD, Zee Anmol, & Pictures HD, Zee Marathi HD, Zee Telugu HD, Zee Kannada HD	22500	5/6	FTA / Irdeto 2	C Beam
4163 H	WION, EZ Mail, Zee Kalak, Zee Salaam, Zee UP / Uttarakhand	7500	5/6	DVB S2 Conax	C Beam
4182 H	Aaj Tak India Today, Good News Today, Aaj Tak International, India Today International, Aaj Tak UK, Aaj Tak	16296	3/4	Mpeg 4 Conax	C Beam
4184 V	Planetcast: 4TV, Sahana News, News 1st (India), News India 24x7, Anjan TV, Food Food, India Ahead, Anhas TV, Republic TV, Harvest TV, Keralam, Jai Maharashtra, Republic Bangla, 1st India			Irdeto-2	C Beam
4195 H	Sky News International	21600	5/6	FTA Mpeg4	C Beam
	GSAT-18 at 74 Deg East Bom Az 173 El 73, Bir Az 191 El 74, Del Az 184 El 56, Chennai Az 202 El 73, Bhopal Az 186 El 62 Cal Az 212 El 59	4000	1/2	PowerVu	C Beam
3777 H	DD News HD, DD Retro	4000	3/4	Mpeg 4 BISS	India Beam
3782 H	DD National, DD News, DD Retro, DD Sports	2000	3/4	Mpeg 4 BISS	India Beam
11578 H	Utkarsh Channel 4, Utkarsh Channel 1, Utkarsh Channel 2, Utkarsh Channel 3	5000	3/4	Mpeg 2 FTA	India Beam
11667 V	KITE VICTERS: KITE VICTERS Plus, KITE VICTERS	2000	3/4	Mpeg2 FTA	India Beam
11681 V	VTU	2966	3/4	Mpeg 2 FTA	India Beam
11686 V	Lokshiksha, Sanchar	2900	3/4	Mpeg 2 FTA	India Beam
	ABS 2 at 75 deg E: Bom Az 173 El 73, Bir Az 191 El 74, Del Az 184 El 56, Chennai Az 202 El 73, Bhopal Az 186 El 62 Cal Az 212 El 59				
3606 V	AP1 TV	2707	5/6	DVB-S2	Global Beam
12524 H	Supreme Master TV, TBN Inspire International, SBN International, TBN Asia, Daystar TV, Hwarzan Satellite TV	30000	1/2	FTA	India Beam
	APSTAR 7 at 76.5 deg E: Bom Az 168 El 67, Bir Az 184 El 74, Del 181 El 56, Chennai Az 196 El 73, Bhopal Az 183 El 63 Cal Az 209 El 60				
3634 H	Kantipur Media Group: Kantipur TV, Kantipur Cineplex	6000	3/5	DVB-S28PSK	Asia Beam
3642 H	Image Channel	3200	3/5	MPEG-4/SD	Asia Beam
3705 H	NTV Italian	4166	3/5	MPEG-4/HD	Asia Beam
3710 H	NTV Kohalpur	4166	3/5	MPEG-4/HD	Asia Beam
3720 H	Nepal TV: NTV Plus, NTV News, NTV National	12500	3/5	MPEG-4/HD	Asia Beam
3732 V	TeleNest: Star Asia News, VSH News, Capital TV (Pakistan), Kohenoer News, Metro 1 News	16000	3/4	MPEG-4/HD	Asia Beam
3749 H	Madani Channel Bangla	3070	3/4	Mpeg 4	Asia Beam
3780 V	APT:KidZone+ Pakistan, 1 Sports, Pop Pakistan, Zorins TV, Raajie TV, Macau Lotus TV, Eurosport Asia (SD), Eurosport Asia (HD), FashionTV Asia (SD), FashionTV India (HD)	30000	3/4	Mpeg4 DVB S2 Conax	Asia Beam
3788 H	Telefilm: CTN (USA), The Word Network, SBN International, The Overcomer	10700	1/2	MPEG-4/SD	Asia Beam
3844 V	Trinity Broadcasting, TBN Asia, TBN Inspire International, Telenovela Channel, 702 DZAS, The Edge Philippines	4000	3/4	DVB-S2QPSK	C Beam
3857 V	GMA Network: Pinoy TV Asia-Pacific, GMA Life TV, GMS Pinoy TV Middle East, GMA News TV, DZBB 594 Super Radyo, Barangay LS 97.1	5925	2/3	Mpeg4 PowerVu	Asia Beam
3873 V	Bol News HD, Bol Entertainment HD	8000	3/5	Mpeg 4 HD/FTA	C Beam
3920 H	SPE Networks Asia: AXN Taiwan HD, Animax Asia HD, AXN East Asia HD, AXN Philippines, Gem TV, Animax Taiwan, Animax Philippines	28340	5/6	Mpeg 4	Asia Beam
3960 H	HBO: HBO Asia, Cinemax Asia, Cinemax Asia, HBO Taiwan	30000	3/4	Mpeg 4	Asia Beam
4000 H	A1 Telekom Austria: Babyfirst TV, MyZen TV, Trace Sport Stars, Mezzo Live HD, Trace Urban Southeast Asia, Star Sports China, Star Sports 2 China	30000	3/4	MPEG-4/HD	C Beam
4006 V	PSM: TV Maldives HD, PSM News, Munnaru, YES TV HD	8800	3/5	Viaccess	C Beam
4030 V	Capital TV HD (Pakistan)	2400	3/5	DVB-S2MPEG-4	C Beam
4080 H	STAR TV:Star Movies China, Star Chinese Movies Hong Kong, Star Chinese Channel International, Star Chinese Movies			FTA	Asia Beam

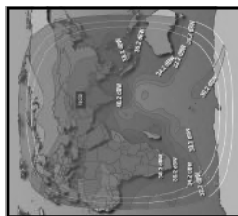




# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022      FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
4087 V	South East Asia, National Geographic Asia, National Geographic Wild Asia Zee Network, Zee Café HD, Zee Keralam, Zee Biskope 2	30000 5600	3/4 5/6	MPEG-4/HD HD Mpeg4	Asia Beam Asia Beam
GSAT 10/GSAT 30 at 83 deg E: Bom Az 151 El 64, BIR Az 157 El 73, Del Az 168 El 55, Chennai Az 168 El 74, Bhopal Az 166 El 62 Cal Az 194 El 63					
3725 H	ETV NW: News 18 Madhya Pradesh & Chattisgarh, News 18 Rajasthan, News 18 Bihar & Jharkhand, News 18 Urdu, News 18 Gujarati, News 18 Odia, Colors Bangla, Colors Marathi, Colors Kannada, Colors Infinity, VH1 India, Colors Cineplex, Colors Infinity, Colors Gujarati Cinema, Colors Bangla Cinema, Nick HD+, MTV Beats, Colors Cineplex, VH1 India, Colors Odia, Colors Gujarati	30000	3/4	Mpeg 4 Irdeto	India C Beam
3750 V	DD Uttarakhnd	2900	3/4	FTA	India C Beam
3753 V	DD Chattisgarh	2900	3/4	FTA	India C Beam
3756 H	Indiasign: Sidharth TV, Sidharth Gold, Sidharth Bhakti, A1 TV, Bada Khabar, News World, Tribe TV tests, Raftaar Media, Popular TV (India), Shubhsandesh TV, Goodnews TV (India), Channel Diviya	15000	5/6	MPEG-4/SD	ECC
3757 V	DD Jharkhand	2900	3/4	FTA	India C Beam
3768 H	SVBC, SVBC Telugu, SVBC 2 Tamil, SVBC 3 Kannada, SVBC 4 Hindi	3000	3/4	Mpeg 4	ECC
3769 V	DD Harvana	3000	3/4	FTA	India C Beam
3776 H	Ishwar Bhakti TV, Rongeen TV, Manoranjan Grand, Manoranjan TV, Nandighosha TV, News Daily 24, 6 TV Telugu, Popular TV, Sanskriti 24x7, Fateh TV, Channel Diviya, Nepal 1, Enterr 10 Movies, Dangal TV, Khushboo TV, Bangla, Kalinga TV, Nation First, Hindi Khabar, Dillagi, Naaptol Telugu, Rose TV, Pitaara, Bharat Samachar, R9 TV, Sudarshan News, Khabrain Abhi Tak, INH 24x7, Praja TV Kannada, Saam TV, Channel 36 UP/UK, Music India, Sangeet Bangla, Sangeet Bhojpuri, 9XM, 9X Jhakaas, Mastii, Naaptol, Naaptol Tamil, Naaptol Malayalam, Naaptol Kannada, Wow Cinema One, Cinema TV (India), News 11, Channel WIN, Jinvani Channel, Ind 24, Dhamaal, Maiboli, Dabangg, 9X Jalwa, B4U Kadak, Network 10, Sadhna Bhakti, Shemaroo TV, Puthuyugam TV, Argus News, Sky TV (India)	11250	5/6	FTA	ECC
3805 H	Gyandhar, Gyandharshan	28500	5/6	DVB-S2 MPEG-4/SD	India C Beam
3831 V	Indiasign: AMV Network, Sambhav TV, TV 27 News	7200	3/4	FTA	India C Beam
3839 H	Prameya News 7	3750	3/4	MPEG-4/SD	India C Beam
3847 H	1 Yes News, Q Marathi, Swadesh News, Bharat Today, Janta TV Uttar Pradesh Ultrakha	1500	3/4	DVB-S2/MPEG-4	India C Beam
3852 H	Kashuri TV, Kashuri News 24, Kashuri Gold	3600	5/6	MPEG-4/SD	India C Beam
3858 H	Kanak News, Manjari, Anadi TV	6920	3/4	FTA	India C Beam
3861 V	Mega TV Network, Mega TV (India), Mega 24, Mega Musiq	3974	3/5	FTA	India C Beam
3870 H	Prag News, Rengoni	5000	5/6	MPEG-4/SD/Irdeto	India C Beam
3874 H	Sakshi TV	2400	3/4	FTA	India C Beam
3883 H	Doordarshan, DD National, DD News, DD Bharati, DD Kisan, DD Urdu, DD Sports, Rajya Sabha TV, DD National HD, DD News, DD India	4440	3/4	FTA	India C Beam
3887 H	CTVN AKD Plus, AKD Calcutta News, CN Rashtriya	30000	3/4	FTA	India C Beam
3892 H	Vaniha TV	3663	5/6	Mpeg 4 FTA	ECC
3898 H	Planetcast: NTV India, Bhakti TV	3300	3/4	FTA	India C Beam
3925 H	Planetcast: Kerala Vision, The Q India, Shemaroo Marathi Bana, Sarv Dharam Sangam, Prime News, MKN Marathi, B4U Bhojpuri, K News India, Epic TV, Shree Navgrah Channel, Hope Channel India, Aaseervatham TV, SriKannada, Vaanavi TV, Dhinchak 2, Republic Bharat, Non Stop Samachar India tests, LoveWorld India, Disha TV, ANB News, Dhinchak, Thendral TV, Subharti TV, ShowBox, News 1 India, Filamchi, Ishara TV, Gubbare, Dum TV Kannada, Enterr 10 Rangeela, Studio Yuva, TV 9 Bangla, TV 9 Tamil, IBC 24, 9X Tashan, Azaad TV, News Nation, Jantantra TV, News State MP & CHG, News State UP & UK	28500	5/6	FTA Mpeg4	India C Beam
3949 H	Brahmaputra Tele Productions, DY 365, Nagaland TV, Jonack, Jano Duniya	3673	3/4	MPEG4 FTA	India C Beam
3954 V	Subhavaartha TV, Nambikkai TV	11572	2/3	MPEG4 FTA	India C Beam
3958 H	Total TV Haryana, BTV News, Lotus News, TV 100, India Voice, Studio One Plus, Care World TV, Sadhana Plus, 99 TV, Sheknaah TV, Swaraj Express SMBC, Jehovah TV, TV 100 National, Paras Gold, APN	9500	7/8	(MPEG 4) FTA	India C Beam
3976 H	Zee Punjabi, Zee Vajwa	3300	7/8	Mpeg 4 Conax	India C Beam
3981 H	Bflix Movies, Hare Krsna TV, Studio N News	4216	5/6	Mpeg 4	India C Beam
4005 H	ETV: ETV Telugu, ETV Bal Bharat English, ETV Bal Bharat Hindi, ETV Bal Bharat Punjabi, ETV Bal Bharat Marathi, ETV Bal Bharat Gujarati, ETV Bal Bharat Telugu, ETV Andhra Pradesh, ETV Bala Bharat Malayalam, ETV Bal Bharat Kannada, ETV Bala Bharat Tamil, ETV Balya Bharat Bangla, ETV Telangana, ETV Cinema, ETV Plus, ETV Life, ETV Abhiruchi, ETV Cinema, ETV Plus, ETV Bal Bharat, ETV Bal Bharat, ETV Balya Bharat Odia, ETV Balya Bharat Assamese	26666	3/4	(MPEG 4) Irdeto 2	India C Beam
4030 H	MH1 Prime, MH1 Music, Shradha Mh One, Shradha Mh One, Mh 1 Dil Se	4440	3/4	MPEG 4 FTA	Wide Beam
4040H	Zee Network, Zee Picchar, Zee Thirai, Zee Sarthak	7500	3/4	MPEG 4 FTA	Wide Beam
4054 H	LAMHAS-Bansal News, Navatya News, Mantavya News, MoviePlus, Balle Balle, Sharnam TV, Peace of Mind TV, Housefull Movies, DNN, Bhakti Sagar 2, M Tunes +, iLove, Box Cinema, Tehzeeb TV, Santvani Channel	13230	3/4	FTA	India C Beam
4071 H	Sun 18 Media Services: News 18 UP & Uttarakhnd, TopperTV(Scr), News18 Gujarati, News18 Bengali, News18 Kannada, News18 Punjab Haryana & HP	7200	3/4	FTA / Irdeto	India C Beam
4073 V	Iarang TV, Iarang Music, Odisha TV, Prarthana TV, Alankar TV	9600	3/4	MPEG-4/SD	India C Beam



Subscribe to

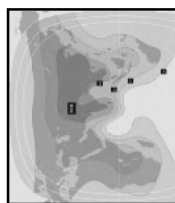
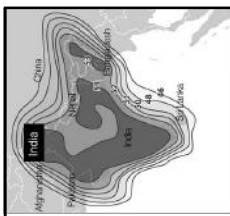




# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022      FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

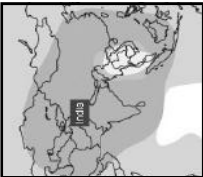

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
4079 H	Surya Cinema, Surya Samachar, Surya Bhakti, Surya Bhojpuri	4800	3/4	Mpeg 4 FTA	ECC
4080 H	Zee Hindustan, Zee 24 Ganta, Zee 24 Taas, Zee Delhi NCR Haryana, Zee Bihar Jharkhand	7500	7/8	FTA / Conax	India C Beam
4100 H	BBS TV, BBS Channel 1, KBS Radio 1, Kuzoo FM 105	4750	3/4	MPEG 4 / FTA	India C Beam
4114 H	Manorama News: Manorama News Central, Manorama News North, Mazhavil Manorama HD, Mazhavil Manorama	8000	3/4	MPEG 4 / FTA	India C Beam
4133 H	BAG Network 24: News 24, E24, Bflix Movies, Popcorn Movies, JK 24x7 News, Darshan 24, News 24 MP & Chhattisgarh, Assam Talks, Anyan TV National	11888	3/4	FTA / Irdeto 2	India C Beam
4156 H	Zee Network, &flix HD (scr), Zee Kannada (scr), Zee Telugu(scr), Zee Talkies (scr)	15000	7/8	Mpeg4	India C Beam
4170 H	Lok Sabha TV	4650	3/4	FTA	India C Beam
4175 H	ETV Telugu	3250	3/4	Irdeto	India C Beam
4181 H	Kolkata TV	3232	3/4	FTA	India C Beam
10970 H	TataSky: Discovery HD World India, National Geographic India, Star Movies HD India, Star World HD India, Star Sports 2, & flix, Zee TV India, Zee Cinema Asia, Movies Now +, Channel 100 Gold, Sony Max India, Tata Sky Karaoke	32720	2/3	Videoguard	India Ku Beam
10970 V	TataSky: DD News, NDTV India, News 18 India, Mirror Now, 9XM, Star Bharat India, Zee News, CNBC Awaaz, Movies Now, KTV, News 24 MP & Chhattisgarh, ABP News India, B4U Music India, UTV Action, Eurosport India, Power TV, 9X Jalwa, Aaj Tak, Star Gold 2, Munsif TV, Pogo, India News, CNA, Star Movies India, DY 365, India TV, Zing Asia, Sony Yay!, Jalsha Movies, Zee Keralam, Zee Bollywood, & TV, UTV Movies, Public TV, @ Tata Sky Smart Games	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11010 H	TataSky: Sony Pix, &flix, Comedy Central, Mastii, Animal Planet, Sun TV, Zee Café, Sun Bangla, Channel 100, Pogo, Cartoon Network India, Colors Gujarati, Channel 100, Pogo, Cartoon Network, Colors Gujarati, Channel 100 Platinum, DD Kashir, DD Kisan, Surya Bhakti, DD Chandana	27500	3/4	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11010 V	TataSky: Tata Sky Comedy, TV 9 Kannada, Sony Ten 4, History TV 18, Star Sports Select HD1, Star Sports Select HD1, Maha Movie, Sony BBC Earth, Star Gold Select, Sony Max 2, Music Zone, Enterr 10 & pictures, & TV, Times Now World, Star Utsav Movies, Zee Anmol Cinema, B4U Movies India, Colors Cineplex, Sony Wah, Star Gold Select	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11050 H	TataSky: Star World Premiere HD, History TV 18, Colors, Star Plus HD India, Star Sports 1, Star Bharat India, SET India, Sony Six, Star Gold HD India, Tata Sky Classroom, @ Active Smart Manager	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11050 V	TataSky: Prag News, News X, Paras TV, Ayush TV, Aaj Tak, Udaya Music, National Geographic India, Star Sports 2, Khushboo TV, DD Manipur, Sony Six, Disney Junior India, Discovery Channel India, Sony Ten 3, MTV Beats, News Nation, History TV 18, & privé HD, Discovery HD World India, Tez, Tata Sky English, Today's Special, Tata Sky English	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11090 H	TataSky: Channel 100, News18 Raj, Colors Odia, ABP News India, Sonic Nickelodeon, Aasha TV, Sanskar TV, India TV, News 24, Shraddha Mh 1, Zee Bihar Jharkhand, MTV India, Udaya Comedy, TV 9 Kannada, Nat Geo Wild Asia, Nick Jr. India, Sony Six, Star Jalsha, KTV, Star Ma TV, Zee Telugu, Zee Bangla, Udaya TV, Discovery Tamil, VH1, Star Sports 1, Udaya Music, News18 MP & Chhattisgarh	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11090 V	TataSky: Movies Now, Colors Kannada, Star World HD India, Sony Max India, Sony Ten 2, Sony Pix, Eurosport India, Star Movies HD India, Star World Premiere HD, Zee Café	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11130 H	TataSky: DD News, TataSky Cooking, NDTV India, Prag News, Discovery India, Sony Ten 2, Movies Now, 9xm, Zee Salaam, News 18, News Live, DY 365, Sony Ten 1, CNBC Awaaz, Distia TV, 9X Tashan, Star Suvarna Plus, Disney Junior, India News Haryana, Gemini Life, Sun Life, B4U Music, Dangal TV, Ramdhenu, Shop CJ, Zee Talkies, Gemini Comedy, NTV India News, AXN India, Sony ESPN, Public TV, Colors Infinity, Channel NewsAsia, Zing Asia, News18 Lokmat	32720	3/4	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11130 V	Colors Bangla, DD Assam, Travelxp HD, E 24, ABP Ananda, Aakaash Aath, ETV Cinema, Zee Action, Sony Pal, Kaumudy TV, Star Sports 2, Animal Planet India, CBeebies Asia, T-Sat Nipuna, NK TV 24x7, Movies Now, Cartoon Network India, NDTV Profit, NDTV Prime, Disney Channel India, Viay Super, Tata Sky Bollywood Premiere, Rang, Lokshahi News, Republic Bharat, Asianet, Nickelodeon India, Zoom, Sony Ten 1, Star Utsav, NewsTime Bangla, Nick Jr India, CTVN AKD Plus, TLC HD India, National Geographic Wild Asia	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11170 H	TataSky: Zee News, Zee Business, Hungama TV, Disney India, Star Sports 1 Hindi, PTC Punjabi, Star Sports 1 Tamil, Star Sports 1, PTV Punjabi, Khushi TV, Sony Ten3, Colors Bangla, Colors Kamada, ABP Majha, AajTak, VH1 HD, E24, Nickelodeon India, Epic HD, Star Sports Select HD2, Dance Studio, Colors Marathi, Jalsha Movies, Star Pravah	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
11170 V	TataSky: Zee Biskepe, Star Sports Select HD2, PTC Music, Nick HD+, Sun Bangla, DD Kashir, Sony Ten 1 HD, Star Movies Select, Colors Bangla Cinema, News Tamil 24x7, Hornbill TV, Shubb TV, Sony Pix, Mango, Khabar Fast, CNBC TV 18, Romyedy Now, & flix, Zee Café, Mazhavil Manorama, tata Sky Theatre, Mastiii, Animal Planet India, Comedy Central India, MNX, Tata Sky Fun Learn	32720	2/3	Mpeg4 Videoguard	India Ku Beam
11470 H	Adithya TV, Sakshi TV, Udaya News, Mazhavil Manorama, Polimer, Asianet News, Wow Movies & Music, Puthiya Thalaimurai, TV 5 News, Isai Aruvi, Chutti TV, Star Ma Music, Thanthi TV, Asianet Plus, Asianet Movies, Channel 100, Kochu TV, Romyedy Now HD, Star Ma Movies HD, AXN India HD, Surya TV, Romyedy Now, Zee Sathak TV, Prarthana TV, Times Now, CNN News 18, Star World, India Voice, Channel 100	32720	5/6	Mpeg4 Videoguard	India Ku Beam
11470 V	TataSky: DD Sanyadri, Star Sports Select HD1, Star Sports Select HD2, WION, ET Now, Tata Sky Aradhana, Zee Vajwa, Tata Sky Music+, Tata Sky Shorts TV, tata Sky Ibaadat, Lok Sabha TV, Rajya Sabha TV, Tata Sky Fitness, Tata Sky Classic Cinema, Zee Business, Star Ma Gold, Sony BBC Earth, Sadhna News TV, Zee Classic, Star Sports First, News 18 Assam & North-East, Colors Infinity, Star Ma Movies, Zee Cinema Asia	32720	3/4	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam
	TataSky: MTV Beats, Jaya TV, BBC World News, Zee Marathi, Sun Music, Zee Bangla Cinema, Food Food, Maa Movies, Star Suvarna, Zee Kannada, Aakash Aath, ABP Ananda, Sun News, Surya Movies, Kalanagar, Star Viay, Aath, Channel				





# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES	
11510 H	100, Suvarna News, Zee 24 Ghanta, Aljazeera, Asianet, Zee Delhi NCR Haryana, Zee Tamilz, Maa Gold, Bhakthi TV, Shraddha Mh 1, ETV Bihar, Peace of Mind TV, NDTV 24x7, India Today, Gemini TV, ETV Telugu, News Nation, Channel 100, Home Shop 18, Zee Rajasthan, Zee 24 Taas, CNN International, Gemini Music, Rang, Pratin Time, Republic TV, TataSky Marathi Cinema, Today's Special	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
11510 V	TataSky: Prime News, Zee Anmol, Zee TV India, Bharat Samachar, DD Sahyadri, Northeast Live, Bhakthi TV, Showcase 1, Star Suvarna, Channel 100, Star Plus India, Channel 100 Gold, Hungama TV, Discovery Kids India, Star Sports 1, Super Hungama, Sonic Nickelodeon, Colors, Star Sports 1 Hindi, SET India, Shraddha Mh One, Studio Yuva, Star Pravah, Harvest TV 24x7, Amrita TV, Public Music, Tata Sky Videoshala, Peppers TV, Bansal News, Sony SAB TV India, Goodness TV, Tata Sky Bangla Cinema, Jeevan TV, News 1 India, Aradana TV	32720	3/4	Mpeg 4 Videoguard	India Beam	
11550 H	TataSky: History TV18, UTV Movies, UTV Action, Zee Bollywood, Tata Sky Kids Cinema, Topper TV, NGC, Disney XD, Sony Max, Discovery Kids SEAsia, Movies OK, Zee Cinema Asia, Tata Sky Classic Cinema, & Pictures, Zee Action, Sony BBC Earth, India Ahead, Tata Sky Bollywood Premiere, TataSky Bollywood Premiere HD, Star Movies Select HD, Comedy Central India HD, Colors Infinity, DD News HD, @ Tata Sky Smart Games	32720	2/3	Videoguard	India Ku Beam	
11550 V	TataSky: Zeplex Screen 2, Prime News, Zee Anmol, Zee TV India, Channel 100 Platinum, Channel 100 Gold, Channel 100, Showcase 1, Star Suvarna, Channel 100, Star Plus India, Channel 100 Gold, Hungama TV, Discovery Kids India, Star Sports 1, Channel 100, Channel 100 Gold, Marvel HQ, Channel 100 Gold, Sonic Nickelodeon, Colors, Star Sports 1 Hindi, SET India, Channel 100 Gold, Star Pravah, Channel 100, Tata Sky Videoshala, Sony SAB TV India, Channel 400 Gold, Tata Sky Bangla Cinema	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
11590 H	TataSky: Star Plus, Star Bharat, Tarang TV, SET India, Sony SAB, Dangal TV, Colors Tamil HD, Star Utsav, Star Sports 3, Sony Pal, DD National, Bindass, Zee Kannada, Zee Anmol, &TV, DD India, Epic, Big Magic, Mazhavil Manorama, Discovery Jeet, Rishtey India, CNBC TV18, ETV AP, Udaya Movies, Zee TV, Gemini Movies, 9X Jhakaas, KTV HD, Sun Music HD, Nick HD+	32720	3/4	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
11590 V	TataSky: Aadi Nath TV, Manoranjan Grand, SVBC 3 Kannada, Kochu TV, Janam TV, Peace of Mind TV, Flowers TV, News 18 Bengali, Nepal 1, Asianet News, Kolkata TV, News 18 Bihar & Jharkhand, Gemini TV, ETV Telugu, Aastha India, Mazhavil Manorama, Oscar Movies Bhojpuri, DD Sports, B4U Kadak, Surya TV, Sanskar TV, Dangal TV, DD India, Disha TV, Cinema TV, Mathrubhumi News, Rupasi Bangla, Tata Sky Fun Learn, Zee Sarthak, Tata Sky Cooking, Rengoni	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
11630 H	TataSky: Showcase 1, Showcase 4, Animal Planet HD, TLC HD, Sony Pix HD, Tata Sky Marathi Cinema, Gemini HD, Sony Ten1 HD, Zee Cafe HD, Star Sports 1 Hindi HD, CNBC TV18 Prime HD, Star Sports select 1 HD, Movies Now HD	32720	3/4	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
11630 V	TataSky: Zee Keralam, Asianet HD, Star Bharat India, Surya TV, VH1 India, Star Plus HD India, Star Gold HD India, Colors Bangla, Star Sports 1	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
11670 H	TataSky: Channel 100, Star Movies, SET India+1, SeMax+1, Colors Gujarati, Fox Life, Bindass Play, &TV HD, Discovery Science, News18 UP, Zoom, Showcase HD1, Star Sports 2, &Pictures HD, Srippoli, Showcase HD 3, Nat Geo Wild HD, Sony ESPN HD, Asianet HD	32750	3/4	Videoguard Mpeg4/HD	India Ku Beam	
11670 V	TataSky: Bhojpuri Cinema, 1 Sports, Zee Ganga, Tata Sky Family Health, Fox Life India, AKD Calcutta News, Romye Now, Sony Aath, NDTV 24x7, Colors Marathi, Sony Ten 2, DD Chandana, Tata Sky Dance Studio, Republic TV, Tata Sky Dance Studio, KITE VICTERS, ABC Australia India, Colors Rishtey Asia, Big Magic, Food Food, Investigation Discovery India, Star Sports 3, Times Now, Indradhanu, ShowBox, Sony Six, Discovery Science Southeast Asia, Star World India, India Today, Media One, National Geographic India, Jan TV, Udaya TV, National Geographic Wild Asia	32720	2/3	Mpeg 4 Videoguard	India Ku Beam	
<b>CHINASAT 12 at 87.5°E</b>						
4140 V	Raj TV, Raj Digital Plus, Raj News 24x7, Raj Musix Tamil, Vissa, Raj Musix Kannada, Raj News Kannada, Raj Musix Telugu, Raj News Telugu, Raj News Malayalam, Raj Musix Malayalam, Raj Panwar, Raj Asia	28800	3/4	MPEG-4/ SDIrdeto	C Beam	
<b>ST2 at 88 deg E: Bom Az 140 El 61, Blr Az 140 El 70, Del Az 158 El 54, Chennai Az 149 El 72, Bhopal Az 155 El 60 Cal Az 181 El 63</b>						
3629 H	TVBS, TVBS News, TVBS Entertainment, TVBS Asia, TVBS News, Buddha Compassion HD (FTA), MTV Taiwan	24700	3/4	Mpeg4 Conax	Asia Beam	
3632 V	Videoland: Videoland Movie, VL ONTV, VL Max TV, Videoland Japan HD, VL Drama HD, VL Sports HD, SET Taiwan, SET Metro, SET News	36000	5/6	Mpeg4 HD Conax	Asia Beam	
11050 V	D2H: Colors Infinity HD, Nick HD+, Mazhavil Manorama HD, Asianet HD, Colors Bangla, Raj Musix, Aath, Zee Bangla, News 18 Guj News, News18 UP News, News Live, DY 365, E 24, Prag News, Nepal 1, MBC TV, Rose TV	30000	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2 Videoguard	India Beam	
11050 H	D2H: Colors Kannada HD, Star Vijay HD, Maa TV HD, & TV HD, Sony SAB HD, Zee Talkies HD, Zee Marathi HD, Udaya HD, Surya Comedy, Karali TV, Bhakthi TV (fta), Zee Marathi, Colors Marathi, Star Pravah, ABP Majha, 9X Jhakaas, Zee 24 Taas, Zee Talkies, News18 Lokmat	30000	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	India Beam	
11164 V	D2H: Star World Premiere HD, Star World India HD, Star Sports HD 1, Star Sports HD 2, Sony Ten HD, Sony Six, Star Sports HD 1 Hindi, AXN India HD, Nat Geo Wild HD, Star World India, Zee Cafe, Comedy Central India, FX India, Colors Infinity, Star Sports 1, Star Sports 2, Star Sports 1 Hindi, Star Sports 1 Tamil, Sony Ten 1, Sony Ten 2, Sony Ten 3, Naaptol Tamil, Sony Six, Dangal TV, Neo Sports, DD Sports, Flowers, Ramdhenu, Channel Diya	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	India Beam	
11164 H	D2H: Star Plus HD India, Zee TV India, Colors, Star Bharat India, Saam TV, EZMail, Star Plus India, Zee TV India, Colors, Star Bharat India, SET India, Sony SAB TV India, Colors Gujarati, Colors Rishtey Asia, Bindass, Star Utsav, Dangal TV, Big Magic, DD National, DD India, Shop CJ, Planet M Shopping, Home Shop, Zee Anmol, Food Food, Living Foodz, Jaya Max,	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	India Beam	



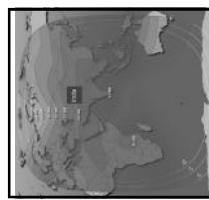
# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
11483 V	& TV. Topper TV. News X. India News. TV 9 Marathi. Gemporia. Vrinda TV. News 18 Gujarati D2H: Sun TV HD, Star Sports 4 HD, TLC HD, D2H Cinema, Movies Now+ HD, Star Movies HD, NGC HD, Discovery World HD, Star Jalsha HD, KTV HD, Sun Music HD, Jaisha Movies HD, Colora Bangla HD, Colors Marathi HD, Star Pravah HD, D2H tests	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	K2 Beam
11483 H	Zee Cinema Asia, & fix, Animal Planet HD World India, Star Gold India, History TV 18, Zee Talkies, CNBC TV 18 Prime HD, Zee Bangla, Zee Marathi, Sony Pix, & pictures, D2H Hollywood, India News, News X, Star Sports Select HD1, Star Sports Select HD2, Sentimental Hits, Gujarati Devotion, Oriya Devotion, Bengali Devotional, Latest Hitz, Rajasthani Geet, Radhe Krishna, Islamic Devotional, Bhakti, Romantic Hitz, Sai Amrit, Ganapati Devotional, Mata Ki Jai, Marathi Devotional, Gurbani, Punjabi Lounge, DJ Hitz, Shiv Bhakthi, Ghazal, Hamaar Geet, AIR Hindi, AIR Bangla, AIR Telugu, AIR Marathi, AIR Tamil, AIR Punjabi, AIR Gujarati, AIR Kannada, AIR Vividh Bharati, AIR North East, AIR FM Rainbow Delhi, AIR FM Gold Delhi, AIR Urdu, AIR Malayalam	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	K2 Beam
11546 V	D2H:Surya TV, Sun TV, Surya Movies, Asianet, Asianet Plus, KTV, Adithya TV, Asianet Movies, Sun Music, Sun News, Zee Yuva, News 18 Bihar & Jharkhand, Udaya TV, Udaya Movies, Zee Kannada, Udaya Music, Zing Asia, Colors Kannada, TV 9 Kannada, Suvarna News, Star Suvarna, Kasthuri TV, Udaya Comedy, DD Chandana, DD Bangla, Rupasi Bangla, Zee 24 Ganta, Sangeet Bangla, NewsTime Bangla, Shalom TV India, VTV News, News 18 MP & Chhattisgarh, Rajya Sabha TV, DD Malayalam, Dhoom Music, Thanthi TV, Jahind TV, Prag News, Anjan TV, Best Deal TV, D2H Kids, Media One, Sangeet Marathi, Wow Cinema One, News 18 Kannada, Janasri News, @ DD Active, @ State Active, @ Darshan Active, @ East Active	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	K2 Beam
11546 H	D2H: MhOne Music, Aasha TV, Sanskar TV, Paras TV, Arihant TV, Kochu TV, ABN, Kalainagar TV, Adhyatam TV, Lok Sabha TV, Isai Aruvi, Srippoli, Vasanth TV, Polimer, Captain TV, Maiboli, Puthiya Thalaimurai, DD kashir, Raj TV, Sony Pal, Jaya Max, Angel TV, Sankara TV, ETV UP, Epic, Ishwar TV, 9X Jawa, Zee 24 Ganta MP, Kalash TV, Zee Bangla, Kalaignar Mursu TV, Discovery India, Nick Jr, Jaisha Movies, Peace of Mind TV, News Nation, J Movie, MBC TV, Music India, Planet M Cinema, AhsasTV, Zee Zindagi, Focus Odisha, Samay Bihar / Jharkhand, Praneya News 7, Kappa TV, Mathrubhumi News, Vendarh TV, Channel Divya, DD Bihar, IBC 24, RT English, ViP News, CNBC-Bajar	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	india Beam
11609 V	D2H: D2H Home 1, ABP News India, Aaj-Tak, Darshana TV, Zee News, News 18 India, Eurosport India, Zeeplex Screen 1, & pictures, Cartoon Network India, Zee Yuva, Satsang TV, Zee Business, Balie Baile, Times Now, CNN News 18, India Today, CNN International South Asia, BBC World News South Asia, CNBC TV 18, NDTV Profit, NDTV Prime, Zee Rajasthan, ET Now, DD News, Zee Punjab Haryana Himachal, Odisha TV, PTC News, PTC Chakde, Zee 24 Kalak, DD Punjabi, Star Movies India, Sony Pix, & fix, D2H Hollywood, Movies Now, Mirror Now, D2H Sajda, Romyed Now, Prarthana TV, Alankar TV, 9X Jawa, D2H Home 2, 9X Tashan, News 18 Punjab & Haryana & Himachal Pradesh, @ Hindi News Active, @ English News Active, @ Punjabi Active, @ English Movies Active, @ Telugu Home Channel, @ D2H Sports Info	43975	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	K2 Beam
11609 H	D2H: Discovery Channel India, History TV18, NGC india, Discovery Science, Discovery Turbo India, Animal Planet, Nat Geo Wild, Fox Life India, & Pictures, B4U Movies, Nat Geo Adventure, Sun TV, KTV, Adithya TV, Sun Music, Sun News, Seethigal, Jaya Plus, Chutti TV, Star Vijay, Mega TV, Jaya TV, TLC India, Sony Max, Zee Cinema, Star Gold, UTV Movies, Filmy, UTV Action, Zee Tamizh, Movies OK, D2H Movies 1, D2H movies 2, D2H Cinema, Zee Classic, Enter 10, Cinema TV, Sun Life, NDTV Good Times, Fashion TV, Care World, Investigation, Discovery India, News 7 Tamil, E 24, DD Bharati, Makal TV, D2H: Zee Marathi, Colors Marathi, Star Pravah, ABB Majha, Mi Marathi, 9X Jhakaas, Saam TV, Zee 24 Taas, Zee Talkies, IBN Lokmat, DD Sahyadri, Raj Music Kamada, Oscar Movies Bhojpuri, Big Magic Ganga, Zee Yuva, God TV Asia, V6 News, T News, Vaa Movies, Raj News Kamada, Subhavartha TV, Udaya News, Gemini TV, Gemini Comedy, Gemini Music, Maa Music, Zee Telugu, ETV Telugu, ETV Andhra, Maa TV, Gemini Movies, TV 9 Telugu, TV 5 News, Sakshi TV, Tarang TV, Tarang Music, Gemporia, Saw Dharam Sangam, 9XM, Gemini News, Prarthana TV, DD Oriya, Maa Movies, Sarthak TV, Kolkatta TV, Surya Music, Bhakthi TV, Sony Max 2	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	K2 Beam
11672 V	D2H: AI Jazeera English, DD Podhigai, DD Assam, Gemini Life, DD Saptagiri, Jinvani Channel, DD UP, Samay Rajasthan, DD MP, Cartoon Network India, Hungama TV, Disney Channel India, Nickelodeon India, Disney XD India, Disney Junior India, Sonic Gang, Pogo, MTV India, Chintu India, B4U Music, VH1 India, M Tunes HD, Mastii, Colors Gujarati, TV9 Gujarat, DD Girnar, ETV Rajasthan, Baby TV, Nepal1, DD Rajasthan, News Live, Rang, Mahua TV, Sangeet Bhojpuri, Dabangg, 9XM, ETV Urdu, Naxtra News, Discovery Kids, Public TV, Bindass Play, Pepsi MTV, DD Urdu, Zoom, Pratinid Time, News World India, Zee Delhi NCR Haryana, Krushi TV, We, DD Kisan, Channel WIN, Sandesh News, House Full Movies	44995	2/3	Mpeg 4 Irdeto 2	K2 Beam
MEASAT 3 / 3A at 91.5 deg E:Bom Az 133 El 59, Blr Az 132 El 67, Del Az 152 El 53, Chennai Az 139 El 70, Bhopal Az 148 El 58, Cal Az 172 El 63	UNTV	4290	3/4	FTA	Global Beam
3705 H	Ang Dating Daan	2860	3/4	Viewcrypt	Global Beam
3710 H	Viva Entertainment: PBO, Viva Cinema, TMC, K Movies Pinoy	7500	2/3	PowerVu	Global Beam
3715 H	Measat: Astro Ria Hd, Astro Prima Hd	11334	3/4	Mpeg4 -S2	Global Beam
3727 H	Encompass: WakuWaku Japan Taiwan, WakuWaku Japan South East Asia, Beln Sports 1 Indonesia, Beln Sports 3 Indonesia, Zee TV India, Zee Cinema Asia, & TV, & pictures, Zee Café, Zee Action, Zing Asia, Zee Business, Zee News, Zee Anmol, Zee Bollywood, Zee Zest	29700	5/6	MPEG-4/HD/ SDIrdeto Conax	Global Beam
3760 H	Mizzima TV, Outdoor Channel International, VoA TV Global, VoA TV Asia, BBC Earth Asia, BBC Lifestyle Asia, CBeebies Asia, CBeebies Asia, Gem, One, Da Vinci Asia, DreamWorks TV, Tech Storm, VoA East Timor, Voice of America, VoA	29700	5/6	MPEG-4/HD,	

Subscribe to

**SATELLITE**  
& Cable TV  
www.scattmag.com





# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
3904 H	Mongolia, Deewa Radio, VoA Dari, VoA Indonesia	4444	2/3	PowerVu	Global Beam
3910 H	RTM Sabah	4444	2/3	FTA	Global Beam
3920 H	RTM Sarawak: RTM TV 1	12400	2/3	FTA	Global Beam
3960 H	RTM TV 1 HD, RTM TV Okey	29700	5/6	Director	Global Beam
4000 H	Encompass:History Asia, Lifetime Asia, History 2 Asia, Crime + Investigation Asia, Kix, Fox Indonesia, Fox Movies	30000	5/6	Mpeg 4	Global Beam
4040 H	Indonesia:Fox Life Indonesia, Zee TV Middle East	28800	5/6	PowerVu	Global Beam
4120 H	Encompass: Rock Entertainment, Rock Extreme, Celestial Movies Asia, Celestial Classic Movies, Motorvision TV, Thrill, Celestial Movies Indonesia, ZoonMoo Asia, Celestial Movies Pinoy, Miao Mi, My Cinema Europe, Love Nature, Colors Asia	30000	5/6	MPEG-4 / HD/Irdeto 2	Global Beam
12276 H	Pacific, Zee Bangla Cinema	34000	3/4	Mpeg4 Viaccess	Global Beam
12316 H	SES: Stingray CMusic, Baby TV Asia, Fight Sports, Sky News UK	30000	5/6	MPEG4	S. Asia Beam
12436 H	IKO MG: English Club TV, FMN, Smithsonian Channel Asia, Qazaq TV, SpoTV Asia, SpoTV 2 Asia, Hits, Hits Movies, Sun Direct: DD Bihar	32000	3/4	DVB-S2/8PSK	S. Asia Beam
12563 H	SUN Direct: DD Puducherry	30000	5/6	MPEG4 Irdeto 2	S. Asia Beam
12563 V	SUN Direct: Sathiyam TV, DD Saptagiri, MTV India, Shalom TV, Gemini Life, Media One, JaiHind TV, Discovery TN, Sun Life, Surya Music, Disney Channel, 24 News, Udaya Comedy, We TV, UTV Action, Discovery India, Sun Marathi, Pogo, Suvarna News, Star Gold India, News 18 Bihar, News18 TN, Zee Kannada, Animal Planet India, DD Malayalam, Colors Marathi, Sun Bangla, Chintu TV, Star Movies India, Amrita TV, ETV Telangana, News18 Kerala, Star Suvarna+	32000	5/6	MPEG-4 Irdeto 2	South Asia
12603 V	SUN Direct: Sathiyam TV, DD Saptagiri, MTV India, Shalom TV India, Gemini Life, Media One, JaiHind TV, D'Tamil, Sun Life, Surya Music, Disney Channel India, 24 News, Star Vijay Music, Udaya Comedy, Panini, We, Kerala Vision, UTV Action, Discovery Channel India, Sun Marathi, Pogo, Suvarna News, Star Gold India, News 18 Tamil, Zee Kannada, Animal Planet India, DD Malayalam, Colors Marathi, Sun Bangla, Chintu TV, TV 5 News, Star Movies India, Amrita TV, ETV Telangana, News 18 Malayalam, Star Suvarna Plus	32000	5/6	DVB-S, Irdeto	S. Asia Beam
12643 V	SUN DIRECT: Kannada Cinema Club, Surya Comedy, Jaya Max, ABN, Captain News, Malayalam Cinema Club, Reporter, Kochu TV, Asianet Movies, History TV 18, TV 9 Telugu, Naaptol Telugu, Movies Now, Star Bharat India, Nickelodeon India, Republic TV, Naaptol Tamil, Kairali News, SVBC 2, Prameya News 7, Puthiya Thalaimurai, Star Maa Music, Tamil Cinema Club, Telugu Cinema Club, ETV Cinema, Colors Tamil, Vasanth TV, Bhakthi TV, Colors Gujarati Cinema, News 1st, Asianet News, Thanthi TV, Star Maa Movies, Makkal TV, Kalaignar TV, News 18 Kannada, Kalaignar Murasu TV, Flowers TV	32000	5/6	MPEG-4 Irdeto 2	South Asia
	SUN DIRECT: Mega TV, Star Suvarna, PTC News, Sony SAB TV, Chutti TV, Colors Kannada, Gemini Music, MTV Beats, Star World India, Asianet Plus, ETV AP, Kushi TV, Zee Telugu, Disney XD, Cartoon Network, CNN News18, Times Now, Colors Super, Gemini Comedy, Zee Cinema Asia, Sony Pix, Jaya TV, Matrubumi News, News 7 Tamil, Kasturi TV, ETV Plus, DD Podagari, Seithigal, CNBC TV 18, Captain TV, Angel TV India, Mirror Now, Zee Cinema, ETV Ahiruchi, Mangalam TV, DD Bharati	32000	5/6	MPEG4 Irdeto 2	South Asia
GSAT 15/17 at 93.5 deg E: Bom Az 130 El 57, Bir Az 128 El 66, Del 148 El 52, Chennai Az 134 El 68, Bhopal Az 144 El 57 Cal Az 167 El 63					
3711 H	DD Meghalaya	6250	3/4	FTA	India Beam
3721 H	DD Mizoram	6250	3/4	FTA	India Beam
3728 H	DD Tripura	4250	3/4	FTA	India Beam
3734 H	DD Arun Prabha	4250	3/4	FTA	India Beam
3740 H	DD Nagaland	4250	3/4	FTA	India Beam
3830 H	DD Bihar	3330	3/4	FTA	India Beam
3840 H	DD Assam	6250	3/4	FTA	India Beam
3848 H	DD Goa	4250	3/4	FTA	India Beam
3860 H	DD Assamese	4250	3/4	FTA	India Beam
3925 H	DD National, DD News, DD India, DD Bharati, DD Bangla, DD Podhigai, DD Port Blair, DD Malayalam, DD Urdu, AIR Vividh Bharati, AIR FM Rainbow Delhi, AIR Hindi, AIR Tamil, AIR Bangla, AIR Punjabi	27500	3/4	FTA	ECC
3952 H	DD Bangla	6250	3/4	FTA	India Beam
3960 H	DD Punjabi	6250	3/4	FTA	India Beam
3970 H	DD Girmar	6250	3/4	FTA	India Beam
3976 H	DD Chandana	3330	3/4	FTA	India Beam
3992 H	DD Odia	6250	3/4	FTA	India Beam
4008 H	DD Sahyadri	8600	3/4	FTA	India Beam
4032 H	DD Malayalam	6250	3/4	FTA	India Beam
4040 H	DD Yadagiri	6250	3/4	FTA	India Beam
4051 H	DD Podhigai, DD Puducherry	8600	3/4	FTA	India Beam
4060 H	DD Saptagiri	4250	3/4	FTA	India Beam

Subscribe to





# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
4072 H	DD Himachal Pradesh	6250	3/4	FTA	India Beam
4076 V	ITV Network: India News Haryana, India News Rajasthan, India News, India News Uttar Pradesh, India News Madhya Pradesh/Chhattisgarh, News X, Power TV (India), Gulistan News, India News Punjab, India News Gujarat, AM News, NE News, Andy Haryana, Janta TV, Awakening TV, Saral Jeevan, India News Joy Bangla, Lokshahi News	16000	8/9	FTA	India Beam
4080 H	DD Rajasthan	6250	3/4	FTA	India Beam
4090H	DD MP	6250	3/4	FTA	India Beam
4098 H	DD UP	6250	3/4	FTA	India Beam
4116 H	DD Manipur	6250	3/4	FTA	India Beam
4122 H	DD Sikkim	4250	3/4	FTA	India Beam
4128 H	DD Jammu	4250	3/4	FTA	India Beam
4150 H	RTA	4000	3/4	FTA	India Beam
4161 H	Pocorn Movies, Swara Sagar, Rakshana TV, Music Zone, 6 TV Bangla	8842	3/4	MPEG-4/SD	India Beam
4174 H	TV 24 (India), Sadhna News MP/Chhattisgarh, Living India News, Vip News, Devam TV, C10 News, Sadhna National, Jia News, Sadhna Plus News, Maharashtra 1 tests, Onkar Only Truth TV, Punjabi Hits, Sohram TV, Aamar Cinema, Voice of Indian People	13600	5/6	MPEG-4/SD	India Beam
10970 V	SUN DTH: Sony Six, Sun TV, KTV, National Geographic India, Mazhavil Manorama, VH1 India, Sun Music, Star Sports 1, Comedy Central India, Zee Café, Star Plus HD India, Animal Planet India, Sony Ten 1, Jalsha Movies, Zee Cinema Asia, Zee Cinemalu, Colors Kannada, Star Maa Movies	32000	3/4	HEVC HD Irdeco	India Beam
11010 V	SUN DTH: Sony Ten 4, & TV, Discovery Channel India, Star Movies India, Fox Life India, National Geographic Wild HD Asia, Sansad TV, MNX, Movies Now +, TLC HD India, Zee TV India, & pictures, Star Sports 1, Colors Marathi, Zee Telugu, MTV Beats, Zee Marathi, Eurosport India	32000	3/4	HEVC HD Irdeco	India Beam
11050 V	Dish TV DTH: Pogo, TLC India, MTV India, Fox Life India, Disney Channel India, Marvel HQ, Star Vijay India, Zoom, Gemini TV, EZMali, Zee Tamil, Naxatra News, News 18 Madhya Pradesh & Chhattisgarh, Bindass, Tarang TV, NewsTime Bangla, Kolkata TV, Nick Jr India, Disney Junior India, MBC TV, Alankar TV, Arhant TV, Satsang TV, Pitaara, MTV News, Star Gold Select, Sony Marathi, Zee Kerala, Shubh TV, Mazhavil Manorama, PTC Simran, PTC Punjabi Gold, PTC Music, TV 9 Bangla, Sonic Nickelodeon, Discovery Kids India, @ Cooking Active, @ Kids Active, @ Aayushman Active	29500	7/8	Mpeg 4 Conax	India Beam
11090 V	DD FreeDish+: DD National, DD News, DD Retro, DD Kisan, Zee Anmol, DD Bangla, DD Chandana, DD Gimar, DD Kashir, Abzy Movies, DD Arun Prabha, B4U Movies, Tez, B4U Bhojpuri, Dhinchaak, Big Ganga, DD Meghalaya, DD Manipur, AIR News, AIR Telugu, AIR Marathi, AIR Tamil, AIR Vividh Bharati, AIR Rohitak, AIR Vijayawada, AIR Imphal	29500	3/4	FTA	India Beam
11130 V	Dish TV: [TRA] test card], Zee Action, News 18 Uttar Pradesh & Uttarakhand, Sangeet Bangla, News 18 Lokmat, News Live, Aliazeera English, News 18 Bengali, Zee Yuva, News 18 Gujarati, Gyaandarsan, Rupasi Bangla, Hare Krishna TV, Ishara TV, Gubbare, Indradhanu, Northeast Live, Zee Classic, Republic Bangla, CTVN AKD Plus, Baile Baile, Khushboo TV Bangla, Rongeen TV, Paras Gold	29500	3/4	Mpeg 4 Conax	India Beam
11170 V	DD FreeDish: Manoranjan Grand, DD Odia, DD Podhigai, DD Punjabi, DD Sahyadri, DD Yadagiri, DD Malayalam, Sansad TV, Shemaroo TV, Dargal TV, Bhojpuri Cinema, Zee Biskope, Abzy Cool, Star Utsav, The Q India, Colors Cineplex Bollywood, Azaad TV, AIR Gujarati, AIR Panjim, AIR Punjabi, AIR Pudukchery, AIR Sinagar, AIR Lucknow, AIR Patna, AIR Bhopal	29500	3/4	Mpeg4 FTA	India Beam
11460 H	Dish TV: Zee Punjab HP, Zee MO Chhattisgarh, Zee 24 Taas (scr), Zee Salaam Zee Bihar Jharkhand, Zee Delhi NCR Haryana, Zee Rajasthan, Zee 24 Kalak (scr), Zee UP Uttarakhand	12500	5/6	Mpeg 2 Conax	India Beam
11470 V	DD FreeDish+: Sony Pai, Rishyeh Cineplex, MoviePlus, DD Saptagiri, Colors Rishley Asia, B4U Kadak, Manoranjan TV, TV 9 Bharatvarsh, Aasha India, Dabang, DD Madhya Pradesh, Zee Anmol Cinema, NDTV India, Dhinchaak 2, Enterr 10 Movies, DD Assam, Sadhna TV, Sanskar TV, AIR Kamada, AIR Bangla, AIR Hindi, AIR North East, AIR Dehradun, AIR Port Blair, AIR Jaipur, AIR Gangtok	29500	3/4	FTA	India Beam
11480 H	DISH TV: Dish TV Info, Dish Buzz 2	14500	3/4	Mpeg 2 Conax	India Beam
11510 H	Dish TV: Sony Pix, CNBC TV 18, R Plus, Epic TV, Colors Infinity, Prameya News 7, NT 1, Nepal 1, Channel Divya, Jinvani Channel, News 18 Punjab & Haryana & HP, Khushi, News 18 Assam & NE, Jonack, Jyotish Duniya, A1 TV, Sandesh News, Sun Bangla, Wow Cinema One, Abzy Dhakad, 1 Sports, India News Haryana, Zee Vajwa, Dr Shuddhi, Karma Ayurveda, DD Rajasthan, Fakt Marathi, Shemaroo Marathi Bana, Ishwar Bhakti TV, Songdew TV, Comedy Central India, @ Comedy Active, @ Punjab Active	29500	3/4	FTA	India Beam
11550 H	DD FreeDish+: Big Magic, News 18 India, 9XM, Maha Movie, Zee Hindustan, DD Bharati, DD Urdu, Mastiii, B4U Music India, India TV (India), News Nation, Bfifx Movies, Republic Bharat, Aaj Tak, ABP News India, Zee News, Zee Chitramandir, Zee Punjabi, ShowBox, AIR Raagam, AIR Ranchi, AIR Urdu, AIR Oriya, AIR Malayalam, AIR Assamese, AIR Raipur, AIR Shillong VANDE Gujarat: VANDE Gujarat Channel 1 to 16, Digi Shala	29500	3/4	FTA	India Beam
11550 V	DD FreeDish+: Manoranjan Movies, Star Utsav Movies, DD Uttar Pradesh, DD Rajasthan, DD Sports, DD Bhar, DD Jharkhand, Sony Wah, DD Tripura, DD Chhattisgarh, Zing Asia, DD India, DD Uttarakhand, MTV Beats, Fakt Marathi, Shemaroo Marathi Bana, Sun Marathi, Enterr 10 Bangla, Prasar Bharati News Services, AIR Kohima, AIR Aizawl, AIR Itanagar, AIR Agartala, AIR Leh, AIR Shimla, AIR Jammu, Gyanvani	29500	3/4	FTA	India Beam
11590 H	Dish TV: Star Maa, ETV Telugu, Zee Kannada, Zee Telugu, Asianet, Asianet News, Hungama TV, Udaya TV, Surya TV, TV 9 Kannada, ET Now, Zee Zest, Star Maa Movies, National Geographic Wild Asia, Investigation Discovery India, Maboli, Sony Yay!, Mirror Now, RT News, B4U Movies India, Topper TV, Sony BBC Earth, Star Sports 3, Colors Gujarati Cinema.	29500	2/3	Mpeg 4 Conax	India Beam

Subscribe to

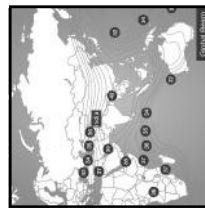




# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
11590 V	Dish TV India promo. Sun TV. Star Sports First. MTV Beats	29500	3/4		India Beam
11630 H	Swayam Prabha 1 to 17 channels (17 TV channels) Sun DTH: & Flex HD, & Prive HD, Star Sports 2 HD, Star Sports Select HD1, Sony Pix HD, Star Maa TV HD, Udaya HD, Star Bharat HD, Colors HD, Colors Infinity HD, Gemini Music HD, Travel XP HD, Star Sports Select HD2, Star Movies Select HD, Cartoon NW HD, Colors Bangla HD, Star Gold HD, Star Jalsha HD, Zee Bangla HD	32000	3/4	FTA	India Beam
11630 V	DD FreeDish: Prasar Bharati News Services, Chardikla Time TV, DD Goa, DD Hissar, DD Himachal Pradesh, Samay National, India News Uttar Pradesh, Sudarshan News, News 18, Uttar Pradesh & Uttarakhand, DD Meghalaya, DD Manipur, DD Nagaland, DD Mizoram, News State UP & UK, News India 24x7, I Love, BTV World, KBS World, DD National, News 24 (India), India News, FM News, AIR FM Rainbow Delhi, AIR FM Gold Delhi, AIR Vividh Bharati, AIR Vividh Bharati, AIR World Service, AIR World Service	30000	3/5	Mpeg 4 ICaS	India Beam
11670 H	Sun DTH: Star Pravah, Gemini Movies, SET India, Asianet HD, Star World HD India, Surya TV, Movies Now, History TV 18, BBC Earth Asia, Star Vijay India, Sony Ten 2, Sony Max India, Investigation Discovery India, Disney Channel India, Colors Cineplex, Star Suvarna, DD Kashir, DD Punjabi, DD Girmar, DD Bangla, DD Assam, DD Uttar Pradesh, DD Madhya Pradesh, DD Odia, DD Sahyadri, Lok Sabha TV, DD News, DD Kisan, DD Arun Prabha, DD Meghalaya, DD Manipur, Rajya Sabha TV	32000	3/4	Mpeg4 HD Irdeito	India Beam
11670 V	Swayam Prabha 18 to 22 (16 channels), E-Vidya 1 to E-Vidya 12	29500	3/4	FTA	India Beam
<b>SES 8 / 9 at 95 deg E: Bom Az 128 El 56, Bir Az 125 El 65, Del Az 146 El 51, Chennai Az 131 El 67, Bhopal Az 141 El 56, Cal Az 163 El 62</b>					
12464 H	Dish TV: Star Gold 2	43000	5/6	Conax	India Beam
12535 V	DISH TV: Star Maa, Star Sports 1 Tamil, Zee 24 Ghanta, Zee Telugu, Zee 24 Taas, Sahara One, Filmy, Star Plus India, Star Bharat India, Zoom, Raj TV, Zee Talkies, 10 TV, NDTV Good Times, News 18 Rajasthan, Star Pravah, ABP Ananda, Pratinidhi, Movies Now, Kalaigam TV, Jaya Plus, Seithigal, Adithya TV, Sony Max 2, News 7 Tamil	43200	3/4	FTA / Conax	India Beam
12595 H	DISH TV: Movie on Demand 1, Star Vijay India, Movie on Demand 2, NDTV Profit, NDTV Prime, Movie on Demand Non Stop, Zee News, Zee 5 News, Asianet News, Puthiya Thalaimurai, HMTV, V6 News, Karali TV, TV 9 Marathi, Maiboli, Dish TV promo, Mathrubhumi News, Samay MP/Chattisgarh, Asianet Plus, SVBC, Sangeet Marathi, Colors Marathi, Zee Hindustan, Dish TV promo, News 18 Madhya Pradesh & Chhattisgarh, Sony Ten 3, NTV, Jaya Max, Tarang TV, Sangeet Bangla, Sakshi TV, @ Dish Active, @ Dish News Active, @ Dish Sports Active, @ Dish Astro Active, @ Dish Games Active, @ Dish Recharge	43200	3/4	FTA / Conax	India Beam
12595 H	Srius, Seri, Drama Channel, Fast & FunBox HD, Outdoor Channel International, FilmBox Arthouse Worldwide, FightBox HD, Gametoon, Gem, DocuBox HD, Tech Storm	45000	4/5	MPEG-4/HD	India Beam
12647 H	DISH TV: NDTV India, Discovery Channel India, TLC India, Animal Planet India, Sony SAB TV India, Nickelodeon India, MTV India, Sony Ten 1, Sony Pix, Navarra News, Zee Salaam, Saam TV, Discovery Science Southeast Asia, Discovery Turbo India, Amrita TV, HBO Defined, HBO Hits, Zee News, Comedy Central India	30000	5/6	FTA / Conax	India Beam
12647 V	DISH TV: Zee Zest, Gemini Movies, Suvarna News, Udaya Comedy, Star Maa Music, Star Maa Gold, Star Maa Movies, NewsTime Bangla, Dhoom Music, Tarang Music, Prathana TV, A2Z News, CGTN, Captain TV, News 18 Lokmat, Nat Geo Wild Asia, News Live, Bhakthi TV, Asianet Movies, We, Jai Maharashtra, Zee Bangla Cinema, Mu Odia TV, Orange TV India, Music Fatafat, Rengoni, Thanthi TV, Star Gold 2, Z ETC Bollywood, @ Ici Active	32700	5/6	Conax MPEG4	India Beam
12688 H	DISH TV: Asianet, Aaj Tak, Chutti TV, Sun TV, KTV, Sun Music, Sun News, Udaya TV, Udaya Movies, Udaya News, Udaya Music, Kiran TV, Surya TV, Gemini TV, Gemini Comedy, Gemini Music, Star Jalsha, Srippoli, Virinda TV, WION, @ Ici Active	32000	3/4	Conax	India Beam
12688 V	DISH TV: Zee TV India, Zee Marathi, & Flex, Zee Bollywood, Dish Buzz, Sony Max India, Star Plus India, Zee Tamil, UTV Action, Zee Sarthak TV, Zee 24 Ghanta MP, Zee Zindagi, Zing Home, @ Games Active	27500	5/6	Conax	India Beam
12729 V	Dish TV: Sony Max India, PTC Punjabi, Colors, Shop CJ, Star Sports 1 Hindi, & pictures, Odisha TV, Kaalyayani TV, Planet M Shopping, Zee Tamil, Zee Rajasthan Plus Marudhara, Zee Business, NDTV 24x7, Zee Cinema Asia, Sony Ten 2, Cartoon Network India, CNBC TV 18, CNN International South Asia, D'Tamil, ET Now, TV 9 Gujarati, Playin TV Active	32700	5/6	Conax	India Beam
<b>ASIASAT 5 at 100.5 deg E: Bom Az 121 El 51, Bir Az 117 El 59, Del 138 El 47, Chennai Az 121 El 62, Bhopal Az 133 El 52, Cal Az 151 El 60</b>					
3726 V	Macau Satellite TV	6666	3/4	FTA	Asia Beam
3784 H	TDM Macau Satellite	3255	3/4	FTA	Asia Beam
3840 H	AsiaSat: Angel TV Far East, EuroNews English, TVE Internacional Asia, Radio Exterior	29720	5/6	MPEG-4/SD	Asia Beam
3860 V	EBU: Premier League TV, Rai Italia Asia, Vatican Media, RTP Internacional Asia, RDP Antena 1, RDP Internacional Timor	30000	3/4	MPEG-4/SD	Asia Beam
3960 H	SES: The World Network, Cubavisión Internacional, Reuters Live, Luxe TV, Daystar TV, (SES feeds), Yemen TV, Radio Sana'a	30000	5/6	FTA / Irdeito	Asia Beam
4020 V	Star Gold HD India, Star Plus HD, Star Bharat HD, Star World HD, Star Movies HD, Star Sports 1 HD, Star Sports 2 HD	28100	3/4	Mpeg 4	Asia Beam
4040 H	Dubai TV International, Dubai Sports, France 24 English, France 24 Français, France 24 English, France 24 Monde, Monde Asie, Star Chinese Channel, RFI Français, RFI Cambodia	29720	5/6	Mpeg 4 Irdeito 2	Asia Beam
4080 H	GlobeCast: Alarabiya, Saudi TV, Oman TV, Ekhbaniya TV, KTV 1 (Kuwait), Sunna TV (Saudi Arabia), Sudan TV, Sharijah TV, Quran TV (Saudi Arabia), Libya Al Watanya, Qatar TV, Abu Dhabi TV Europe, Perviy kanal Asia, Katyusha, Belarus 24, EuroNews English, Holy Quran Radio (Oman), Radio Oman, Rivadh Radio, Quran Radio (Saudi Arabia), Sharijah Radio, Sudan Radio, Holy Quran Radio (Sudan), Kuwait Radio One, AlQuran Alkarem, Jeddah Radio, Saudia Radio	30000	5/6	Mpeg 4 HD	Asia Beam
4114 H	APTN Global Video Wire (scr), APTN Direct (Mpeg4) HD	18400	2/3	FTA / Betacrypt	C beam
12400 V	7 News HD	2377	3/4	MPEG-4/HD	South Asia Beam



Subscribe to



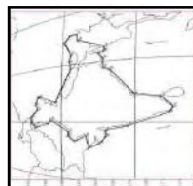


# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
12427 V	Madani Channel Urdu	2916	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
ASIASAT 7 at 105.5 deg E: Bom Az 116 El 46, Bir Az 112 El 54, Del 131 El 44, Chennai Az 115 El 57, Bhopal Az 127 El 48 Cal Az 141 El 57					
3652 H	Janata TV (Nepal)	3600	3/4	MPEG-4/HD	Asia Beam
3652 V	Sahara One, Samay, Samay Rajasthan, Samay Maharashtra / Gujarat, Samay UP, Samay Bihar, Aalami Samay, Samay MP, Filmly, Firangi	14100	3/4	FTA	Asia Beam
3656 H	Avenues Khabar	2222	3/4	FTA	Asia Beam
3668 V	Jesus Christ TV Pakistan	2593	3/4	FTA	Asia Beam
3675 V	Ritmu TV, South Asia Global TV, Falgun 24, Sristy TV (Bangladesh)	5000	3/5	FTA	Asia Beam
3715 H	Xing Kong China, Channel V China, Xing Kong HK (scr)	8167	3/4	FTA / Irdeto	Asia Beam
3725 H	ABP News India, ABP Ananda, ABP Majha, ABP Asmita, ABP Sanjha (scr)	8165	2/3	Mpeg 4 Irdeto	Asia Beam
3725 V	CNN Bangla TV, Channel S	5000	3/5	Mpeg 4	Asia Beam
3732 V	Zee Network	7250	3/4	Conax	Asia Beam
3734 H	Channel NewsAsia HD	6500	2/3	MPEG-4/HD	Asia Beam
3750 V	STAR TV	11936	1/2	Mpeg 4	Asia Beam
3760 H	MTA 6 Asia, TV 5 Monde Asia, Alhabait TV Networks, TVN Asia	26000	7/8	FTA/MPEG-4/SD	Asia Beam
3780 V	STAR TV	28100	3/4	Irdeto	Asia Beam
3800 H	STAR TV	28100	5/6	Mpeg4	Asia Beam
3820 V	Zee Network	27500	3/4	Conax / FTA	Asia Beam
3840 H	Fox Networks Group	29720	5/6	Irdeto	Asia Beam
3860 V	STAR TV	28100	3/4	Videoguard	Asia Beam
3880 H	AsiaSat: Isaac TV, Aljazeera English, Aljazeera Channel, Silver Screen, Gawahi TV, Barkat TV, PMI TV, Cine Max PK, Look TV, Puniabi, Jan TV (Pakistan), CTV, Mission Asia, Fazal TV, Eternal Life TV Network, Joshua TV (Pakistan), Shine Star TV, King TV (Pakistan), STV, HK TV, CTN (Pakistan), Joo Music (Pakistan), JK News (UK), Sky Max HD, Star Movies HD, Bolo News HD, Best TV (Pakistan), Film Box, 48 News UK, Max Movies, Movies, Zan, Filmcity, Grace Network, Film 1, Pak Plus, Silver Screen, Puniab TV	27500	3/4	MPEG 4 / FTA	Asia Beam
3890 V	Zee Network: Big Magic, Big Ganga, Zee Bioscope, Big Thrill, & Xplor HD, Big Ganga, Talkies, Big Magic Punjab	11837	3/4	Mpeg 4 Conax	Asia Beam
3902 V	Zee Network	7250	3/4	Mpeg 4 Conax	Asia Beam
3940 V	STAR TV	28100	3/4	Mpeg 4	C Beam
3960 H	Turner International Asia: Cartoon Network Asia, Boomerang South East Asia, Warner TV Southeast Asia, Warner TV Philippines, Cartoon Network India, CNN International Asia Pacific, Cartoon Network Asia, Cartoon Network Taiwan, Cartoon Network Philippines, Cartoon Network Pakistan, CNN International Asia Pacific, CNN International Asia Pacific, CNN International Asia Pacific, HLN International	30000	5/6	MPEG-4/HD Digicipher	Asia Beam
3980 V	STAR Pkg: Star Movies India, Star World India, Star Plus India, Star Sports 3, Star Gold US, Star Gold India, Star Bharat Mid East, Star Bharat India, Star Utsav, Star Plus SE Asia, Star Plus ME, Disney International HD, UTV HD, Star Sports 3, Star Gold India, Star Sports 3, Star Sports 3	28100	3/4	FTA / Videoguard	Asia Beam
4000 H	Fox Networks Group	29720	5/6	Mpeg 4 Irdeto 2	Asia Beam
4020 V	STAR TV	28100	3/4	Videoguard	Asia Beam
4060 V	ARY Digital Network: ARY Zindagi, Nickelodeon Pakistan, ARY Digital Asia, A Sports, ARY Digital UK, ARY Digital Asia, ARY World, ARY QTV, ARY Music, ARY Digital UAE, ARY News UK & Europe, ARY News Pakistan, ARY Digital USA	26666	3/4	FTA / Irdeto 2	Asia Beam
4100 V	AsiaSat: DW English, B4U Movies Asia Pacific, Bloomberg TV Asia, Aljazeera English, NHK World Japan, TRT World, DW Deutsch, DW English, VB Jade, B4U Hit, B4U Plus, B4U Music India, B4U Music India, Fox News Channel	29720	5/6	Mpeg 4 Conax / Irdeto2 / FTA	Asia Beam
4120 H	Phoenix New Media: Phoenix InfoNews Channel, Phoenix Chinese Channel, Phoenix Hong Kong, Phoenix InfoNews Channel, Phoenix Chinese Channel, Phoenix Movies Channel	27500	7/8	FTA Irdeto	Asia Beam
4140 V	Zee Network: Zing Asia (fta), Zee News (fta), Zee Punjabi Harvana HP (fta), Zee MP/Chattisgarh	27500	3/4	FTA / Conax	Asia Beam
4146 H	SS Creative Solutions: Moon TV, Take Movies, Cinema Gold, Mega Movies, TV 110, NS Choice, TV 99 News HD, Pak TV, Royal Thai Lotto, Fire TV, Film Beat, Rung TV, Bolta News HD, Goldmines, Hope TV, Abundant Life TV, Love of Jesus TV, Star Max, Praise TV (Pakistan)	5317	5/6	FTA	C Beam
4156 H	ABP Ganga, ABP News India HD, ABP Nadu, ABP Desam	8165	2/3	Mpeg4 Irdeto	C Beam
4172 H	Sony Wah, Sony Pix South Asia, Sony BBC Earth, Sony Yay!, Ten Sports Pakistan, SET India HD, Sony Pix HD, Sony Max HD, Sony SAB TV HD, Sony BBC Earth HD, Sony Ten 1 HD	2480	3/4	Mpeg 4 FTA	C Beam
4180 V	SD, Sony SAB TV HD, Sony BBC Earth HD, Sony Ten 1 HD	30000	3/4	Mpeg 4 PowerVu	Asia Beam
SES 7 / 9, Telkom 4 at 108.2 Deg East : Bom Az 114 El 44, Bir Az 110 El 52, Del 129 El 42, Chennai Az 113 El 54, Bhopal Az 124 El 46 Cal Az 137 El 55					
11483 H	Airtel DTH: Travelxp Tamil, Channel Divya, News 18 Odia, Gemini Movies, Gemini TV, 9X Tashan, Star Sports 1 Hindi, Star Maa Music, Jaya TV, Star Bharat India, Gemini Comedy, 10 TV, Kushi TV, Sakshi TV, Star Maa Movies, ABN, ETV Telangana, Subhavartha TV, Star Maa Gold, TV 5 News, V6 News, TV 9 Telugu, Jaya Max, Polimer, Star Suvarna, Rengoni, Prag News, Ramdhenu, Nepal 1, Bhakti TV, News Live, Rang, ETV Telugu, T News, SVBC, ETV Andhra Pradesh, News J, India News Uttar Pradesh, India News Harvana	28800	3/4	Mpeg 4 Videoguard	South Asia Beam
11520 V	Airtel DTH: Makkal TV, Shraddha Mh One, DD Sports, Udaya Music, Indivision, Sony Ten 2, News 18 Rajasthan, CNBC Awaaz, NDTV Profit, NDTV Prime, Akaash Aath, Tarang Music, Home Shop, Star Bharat India, Hungama TV, Comedy Central India, National Geographic India, History TV 18, Zee Café, Chardikla Time TV, Star Sports 1	30000	3/4	Mpeg 4 Videoguard	South Asia Beam

Subscribe to  
**SATELLITE**  
Cable TV  
www.scattmag.com





# CHANNEL GUIDE

UPDATED AS OF 1<sup>ST</sup> JULY 2022 FTA = Free To Air • SCR = Scrambled • Radio Channels in Italics

FREQ/POL	CHANNEL	SR	FEC	FREE / SCRAM	NOTES
11520 H	Airtel DTH: ETV Telugu, ABP News India, Zee 24 Taas, Mahuaa TV, IBC 24, Colors Kannada, NDTV 24x7, Kairali TV, Zee Classic, Filmy, Kisan TV, Star Utsav, Mazhavil Manorama, Puthiya Thalaimurai, Sun Music, RT News, Airtel Movies 1, Airtel Movies 2, Gemini Movies, Nepal 1, UTV Action, Zee Talkies, SVBC, DD 365, DD Gimir, @ Dharshan	30000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11560 V	Airtel DTH: TV 9 Telugu, Discovery Channel India, CNBC TV 18, Star World India, Times Now, Colors Bangla, Colors Marathi, Kasthuri TV, Discovery Channel India, Animal Planet India, News 18 India, Aashra India, Jaya TV, Asianet Plus, Star Jaisha, Nickelodeon India, Isai Aruvi, Sony Aath, Neo Prime, Star Sports 1, MTV India, Zoom, Bindass, Star Suvarna, Sony Ten 3, Polimer, PTC News, Zee Cinema Asia, Sanskar TV	30000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11560 H	Airtel DTH: Mh 1 News, News 18 Urdu, Saam TV, PTC Chakke, Asianet News, Zee Kannada, Jaya Plus, Fashion TV India, Tarang TV, Adithya TV, Sriipoli, Pogo, Sangeet Bangla, ETV Andhra Pradesh, Surya TV, 9XM, Rang, Sun News, Mastii, We, ET Now, ABP Ananda, Sahara One, Kalaignar TV, Zee Bangla, Sony Ten 1, Travel, Trendz TV, @ Kidsworld	30000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11600 V	Airtel DTH: Manorama News South, ABP Majha, & fix, TV 9 Kannada, Zee 24 Ghanat, Zee Punjab Haryana Himachal, Gemini Comedy, TV 9 Gujarati, News 18 Lokmat, Enterr 10, NTV, NDTV India, CNN News 18, SET India, News Live, Gemini Music, PTC Punjabi, Jaya Max, Chutti TV, India Today, Neo Sports, Odisha TV, B4U Music India, News 24, Udaya Movies, Amrita TV, Colors Odia, News 18 Bihar & Jharkhand, Raj TV, Rupasi Bangla	30000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11600 H	Airtel DTH: Captain TV, Day & Night News, E 24, India News, Live India, TV 5 News, Bhakthi TV, Paras TV, Sadhna TV, Star Suvarna, Vasanth TV, Discovery Science India, Discovery Turbo India, Udaya Comedy, Movies Now, BBC Entertainment India, CBeebies Asia, Superhit, Kolkata TV, Airtel Movies 3, Star Ma Music, Airtel Recharge Info Channel, Star Gold Hitz, Food Food, Telebrands India, News X, @ Kidsworld, @ IExam, @ Gamezone	30000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11640 V	Airtel DTH: Star Plus HD India, Star Gold HD India, Star World HD India, Star Movies HD India, UTV Action Telugu, Lok Sabha TV, Rajya Sabha TV, DD Bharati, Gvandhara, Colors, Disha TV, Movies Now, Discovery HD World India	30000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11640 H	Airtel DTH: Star Sports 2, Sonix Nickelodeon, Bindass Play, Janasri News, Zee TV India, Dangan TV, Frontier TV, Zee Salaam, Zee Tamil, Star Gold 2, Cinema TV, STV Samachar, Zee Sarthak, Asianet Movies, Nat Geo Wild Asia, Zee Action	24000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11680 V	Airtel DTH: India TV, Zoom, Public TV, News 18 Punjab & Haryana & Himachal Pradesh, Colors Ristey Asia, Disney Junior India, Sandesh News, Priarthana TV, Colors Infinity, Mirror Now, Colors Kannada, Colors Bangla, Colors Marathi, Zee 24 Taas, Colors Cineplex, TV 9 Gujarati, Udaya Movies, Udaya Music, Udaya TV, Bansal News, Colors, DD Punjabi, Lok Sabha TV, DD Bangla, Fox Life India, News 1 India, Colors Bangla Cinema, Sony Pix, Shemaroo TV, News 1st, VH1 India, B4U Movies India, Fox Life India, DD Podhigal, News 18 Madhya Pradesh & Chhattisgarh, DD Malayalam	32700	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
11680 H	Airtel DTH: Om Shakti, Sony Max India, Asianet, Star Sports 1, Star Sports 2, Star Sports Select HD2, & privé HD, & TV, Gemini TV, Sun Music, Sun TV, Comedy Central India, Colors Cineplex, NewsTime Bangla, Zee Anmol, Eurosport India, CNN International South Asia, Sony SAB TV India	32700	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
12281 V	Dishum TV, Zee 24 Kalak, Naaptol Kannada, Naaptol Tamil, Naaptol Malayalam, Wow Cinema One, Naaptol Telugu, Pitaara, DD Chandana, ABP Asmita, Epic TV, Cinema TV, DD Madhya Pradesh, Northeast Live, Sarv Dhararam Sangam, 1st India, Peace of Mind TV, Disney Stories, Fitness Studio, Hamar Canima, Zee Bihar Jharkhand, DD Manipur, FashionTV India, ABP News India, Colors Kannada Cinema, Let's Dance, Star Sports 1 Telugu, Punjabi Tadka, Telugu Takies, ABP Ganga, Public Movies, Jan TV, Nandighosha TV, Zee Thirai, Zee Punjabi, Shemaroo Marathi Bana, Manjari TV, Zee Picchar, Airtel Toons, Sadababar Hitz, Santvani Channel, Dangan Kannada, 1 Sports, Zee Tamil	43700	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
12341 H	DD Himachal Pradesh, KITE VICTERS, DD Arun Prabha, DD Sahyadri, Filamchi, Ishwar Bhakti TV, Network 10, CBeebies Asia, 1-Sat Vidiya, 1-Sat Nipuna, Star Ma Movies, UTV HD, Star Ma, Kavi TV, Zeeplex Screen 2, Vasanth TV, NK TV 24x7, Zee Telugu, Cartoon Network HD+	45000	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
12591 V	Shubhsandesh TV, ETV Abhiruchi, Ate TV, Anjan TV, Astrovaani, Comedy Galli, Goodnews TV, Zing Asia, Colors Tamil, Sony Wah, Eurosport India, Zee Uttar Pradesh Uttarakhand, DD Gimir, DD India, Gyandharsh, Star Utsav Movies, Zee Tamil, Zee Cinemalu, Sony Marathi, Balie Balie, Republic Bharat, Star Sports 1 Bangla, Spotlight, Star Gold Select, Living India News, Zee Bioskop, Good Life, Zeeplex Screen 2, Airtel Korean TV, Aakash Edu TV JEE, Aakash Edu TV NEET, TV5Monde Asie, MBC TV, Samay UP/Uttarakhand, Jat Maharashtra, Zeeplex Screen 1, Zeeplex Screen 1	43700	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
12651 V	K News India, Kalaignar Mursu TV, Safari, DD Rajasthan, DD Uttar Pradesh, DD Odia, DD Assam, Dhoon Music, Goodness TV, Kaumudy TV, Powervision TV, Colors Gujarati Cinema, Mazhavil Manorama, Movies Now, Colors Tamil, ShowBox, Tehzeeb TV, B4U Kadak, KTV, Shubh TV, Gemini Music, JK 24x7 News, News State UP & UK, INH 24x7, A1 TV, Music Zone, India Ahead, Lokshahi News, Samay National, Samay Bihar/Jharkhand, Samay MP/Chhattisgarh, Samay Rajasthan, TV 9 Bangla, Dhinchak, News Daily 24	43700	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
12711 H	Zee Marathi, Zee Talkies, Animal Planet India, Sony BBC Earth, Times Now World, Sony Ten 2, Sony Ten 3, Star Gold Select, Zee Kerala, National Geographic Wild Asia, Sony SAB TV India, Zee Bangla, Star Vijay India	45000	2/3	Mpeg 4	South Asia Beam
12711 V	Udaya TV, Surya TV, Aaj Tak, Sun Bangla, TV 9 Bharatvarsh, Jonack, News 18 Bihar & Jharkhand, News 18 Uttar Pradesh & Uttarakhand, News 18 Urdu, News 18 Assam & North-East, News 18 Rajasthan, Assam Talks, Madha TV, Disney International HD, Enterr 10 Bangla, Shradha Mh One, Movies Now +, Nick HD+, Aaseervatham TV, UTV Action, Surya Comedy, B4U Bhojpuri, Grace TV, History TV 18, PTC Music, Darshana TV, Vendhar TV, Mercy TV, ETV Bal Bharat	43700	3/4	Mpeg 4	South Asia Beam
<b>ASIASAT 9 at 122.2 deg E: Bir Az 103 EI 37, Bhopal Az 112 EI 34, Bombay Az106 EI 31, Cal Az 120 EI 44, Del Az 116 EI 31</b>					
4014 H	News Live, Rang, Ramdhenu, NE Live, Indrachanush	5037	7/8	Mpeg 4 SD FTA	Global Beam
4070 V	UCTV, CTV TV Asia, ET Mall 3, ET Mall 5, ET Mall 2, ET Mall 1, Pili TV	15000	3/4	Mpeg 4	Global Beam
4180 V	AsiaSat: 4KUniverse, Tastemate, Sun TV (Hong Kong), TVN Premium Indonesia, TVN Movies, TVN Premium, TVN Asia, TVB Xing He, Asian Action Channel	30830	5/6	Mpeg 4 HD Irdeto	Global Beam

Subscribe to  
**SATELLITE**  
*Cable TV*  
www.scattmag.com



# Reach out to over \*50,000+ visitors per month

## Put out your banner ads on: [www.scatmag.com](http://www.scatmag.com)



INDIA'S LARGEST MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



[www.scatmag.com](http://www.scatmag.com)

# SCAT2022

SCAT INDIA TRADESHOW - MUMBAI

13 - 15 October 2022  
JIO World Convention Centre (JWCC),  
Bandra Kurla Complex, Mumbai  
[www.scatindiaashow.com](http://www.scatindiaashow.com)

HOME NEWS COLUMNS SAT UPDATE EVENTS SUBSCRIPTION GOVT. POLICIES TECH ARTICLES ADVERTISE WITH US CONTACT US

### SEPTEMBER 2021 EDITION OF SCATMAG



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

### SCATMAG OCTOBER 2021 EDITION

#### EDITOR'S SCATVIEW

The Zee-Sony merger looks set for a long drawn legal battle. And with Invesco tightening the screw demanding the removal of Punit Goenka and the call for an EGM session. The Zee board outrightly rejecting the demand for a EGM, the entire saga smacks of a hidden agenda and conspiracy to scuttle the merger deal. We could see a long drawn corporate battle ahead. And the net result will be the merger not going through, thereby depriving the chance of Zee-Sony becoming a major behemoth in the broadcast industry and giving Disney-Star a run for their money. Media Beat Column by noted media expert Ashok Mansukhani sheds light on the whole episode. Please check out the article. ....

### THE LATEST EDITION OF SCATMAG



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

### SCATMAG SEPTEMBER 2021 EDITION

#### EDITOR'S SCATVIEW

The idea of a Media Council to oversee the TV, Digital and Print is an interesting proposition and will have a unified command for all the key stakeholders in the media space. The Press Council of India proposal to the Ministry of Information and Broadcasting (MIB) for establishing a Media Council that encompasses all media platforms like TV, print and digital is an interesting idea and the Govt should look at it seriously. ....

### SEPTEMBER CATV ARTICLES

MEDIA BEAT: THE FUTURE IS DIGITAL

### OCTOBER CATV ARTICLES

FOCUS: ZEE TO MERGE WITH SONY

MEDIA BEAT: CHURN IN MEDIA IS GOOD NEWS

TEC AS TEST & CERTIFICATION AGENCY FOR CAS & SMS

Subscribe Here

### UPCOMING EVENTS

# SCAT2022

SCAT INDIA TRADESHOW - MUMBAI  
13 - 15 October 2022

## Take advantage & reach new customers thru [www.scatmag.com](http://www.scatmag.com)

### India's Most Comprehensive website For CATV

- ★ Magazine's Monthly Articles
- ★ Pay Channel Rates
- ★ C & Ku Band Channel Guide
- ★ Dish Doctor
- ★ Government Policies & Rules Related & CATV
- ★ Technical Articles
- ★ Website Links & Postal Address of Channels
- ★ The Latest Channel Changes
- ★ Listing Of CATV Events Worldwide

For more details, call or email us at :

SATELLITE & CABLE TV Magazine

312/313, A Wing, 3rd Floor, Dynasty Business Park, Andheri Kurla Road,  
Andheri (E), Mumbai - 400 059

Mob. : +91-70218 50198

Email : [scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com) Website : <http://www.scatmag.com/>

\*Average visitor per month calculated over a 12 month period.

.....including Broadband & IPTV



# SUBSCRIBE TODAY !!



## KNOWLEDGE A KEY

TO SUCCESS IN BROADBAND, CABLE TV, IPTV, OTT

Only One Magazine Gives You An Indepth  
Look At The Events, News, Laws And The  
Latest Technology in India.....



Broadband  
Cable TV  
IPTV  
OTT



	Actual cost @ Rs. 100 per copy	Actual Subscription amount	% Discount
1 Year	1200	1000	16.65%
2 Years	2400	1800	25.00%
3 Years	3600	2000	44.45%

CUT OUT, ATTACH YOUR CHQ/DD & SEND TO:

Name \_\_\_\_\_ Designation \_\_\_\_\_

Company Name \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

City \_\_\_\_\_ State \_\_\_\_\_ Pin \_\_\_\_\_

Tel \_\_\_\_\_ Mobile \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

**Please send me the latest updates & news by SMS & email:**

Types of Business: Trader / Dealer / Wholesaler / Operator / Manufacturer / Other Service \_\_\_\_\_

ANNUAL SUBSCRIPTION RATES: **INDIA:** Rs.1000/- one year, Rs.1800/-2 years, Rs.2000/- 3 years.  
International Subscription @ Rs. 4500 / US\$ 75 per year.

Signature \_\_\_\_\_

Send payments in favour of **NUERNBERGMESE INDIA PRIVATE LIMITED to:**  
312/313, A Wing, 3<sup>rd</sup> Floor, Dynasty Business Park, Andheri Kurla Road, Andheri (E), Mumbai – 400059.  
Tel.: +91-022-6216 5320 Email: nishant.masurkar@nm-india.com

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



# BOOKINGS OPEN

## BI2022

BROADCAST INDIA SHOW ■ MUMBAI

13 - 15 OCTOBER 2022

Jio World Convention Centre, Mumbai

Premium International Venue for Best-In-Class Exhibitions

[www.broadcastindia-show.com](http://www.broadcastindia-show.com)

FILM • TV • RADIO • AUDIO • MOBILE • NEW MEDIA • CONTENT CREATION • MANAGEMENT • DELIVERY



**PARTNERSHIP**  
BEYOND BUSINESS

**NuernbergMesse India Pvt. Ltd.**

**Varun Gaba**  
Portfolio Director  
T: +91 22 6216 5303  
M: +91 99458 26427  
[varun.gaba@nm-india.com](mailto:varun.gaba@nm-india.com)

**Pranali Raut**  
Asst. Director - Projects  
T: +91 22 6216 5313  
M: +91 99458 26440  
[pranali.raut@nm-india.com](mailto:pranali.raut@nm-india.com)

[www.abis-expo.com](http://www.abis-expo.com)



**BOOKINGS OPEN**

# SCAT2022

**SCAT INDIA TRADESHOW ■ MUMBAI**

**13 - 15 October 2022**

**Jio World Convention Centre, Mumbai**

Premium International Venue for Best-In-Class Exhibitions

**[www.scatindiashow.com](http://www.scatindiashow.com)**

**CABLE TV • BROADBAND • IPTV • SATELLITE TV**



**PARTNERSHIP  
BEYOND BUSINESS**

**NuernbergMesse India Pvt. Ltd.**

Varun Gaba  
Portfolio Director  
M: +91 99458 26427  
[varun.gaba@nm-india.com](mailto:varun.gaba@nm-india.com)

Geeta Lalwani  
Project Manager  
M: +91 7021850198  
[scat.sales@nm-india.com](mailto:scat.sales@nm-india.com)

**OFFICIAL MEDIA PUBLICATION**



[www.scatmag.com](http://www.scatmag.com)

Manoj Kumar Madhavan  
Editor (Satellite & Cable TV Magazine)  
Mob.: +91-91082 32956  
Email: [manoj.madhavan@nm-india.com](mailto:manoj.madhavan@nm-india.com)