

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।

AWAKEN, ARISE AND GRAB THE UNIVERSE

The CATV industry needs to awaken to the new reality and move on to providing a host of multimedia services based on high speed internet delivery platform

A. MEDIA UNIVERSE

As the **Global Media Universe** enters a new year, it is helpful to plot the past year internationally and nationally to determine how this vibrant Industry will fare in **2023**.

KANTAR 2023 MEDIA TRENDS FORECAST

A recently released global media trends report by **Kantar Group**, a data analytics and brand consulting company based in the UK, makes for fascinating reading.

- ◆ 'Media and entertainment are now a **multi-trillion-dollar industry**, reaping the benefits of investment in internet connectivity, improved technology, and an insatiable desire for on-screen content.'
- ◆ 'Content-delivery strategies are also diversifying. **2022** witnessed broadcasters and native **video-on-demand (VOD)** platforms striking a new balance between VOD and - linear, long-form and short-form, Internet-delivered and broadcast – all helped, no doubt, by the growth in **Smart TV ownership and Internet delivery of content.**'
- ◆ 'Indeed, what was once just a **'TV market'** has –



जागो, उठो और ब्रह्मांड को पकड़ो

सीएटीवी उद्योग को नयी वास्तविकता के लिए जागृत होने और उच्च गति इंटरनेट वितरण प्लेटफॉर्म पर आधारित मल्टीमीडिया सेवाओं की मेजबानी प्रदान करने के लिए आगे बढ़ने की आवश्यकता है।

ए. मीडिया यूनिवर्स

चूंकि **ग्लोबल मीडिया यूनिवर्स** एक नये साल में प्रवेश कर रहा है, इसलिए **2023** में यह जीवांत उद्योग कैसा प्रदर्शन करेगा, यह निर्धारित करने के लिए अंतरराष्ट्रीय और राष्ट्रीयस्तर पर पिछले वर्ष की रुझानों को रचने में मददगार है।

कंटार 2023 मीडिया रुझान पूर्वानुमान

यूके स्थित एनालिटिक्स और ब्रांड कंसल्टिंग कंपनी **कंटार ग्रुप** द्वारा हालही में जारी की गयी वैश्विक मीडिया ट्रेंड रिपोर्ट, इसको पढ़ने के लिए आकर्षक बनाती है।

- ◆ 'मीडिया और मनोरंजन उद्योग एक **बहु-खरब डॉलर का उद्योग** है, जो इंटरनेट कनेक्टिविटी में निवेश, बेहतर तकनीकी और ऑन स्क्रीन सामग्री के लिए एक अतृप्त इच्छा का लाभ उठा रहा है।'
- ◆ 'सामग्री वितरण नीतियां भी विविधतापूर्ण है। **2022** में प्रसारक और नेटिव **वीडियो ऑन डिमांड (वीओडी)** प्लेटफॉर्म देखे गये, जिन्होंने **वीओडी और लीनियर लॉन्ग फॉर्म और शॉर्ट फॉर्म, इंटरनेट डिलीवरी और ब्रॉडकास्ट** के बीच एक नया संतुलन बनाया-इसमें कोई शक नहीं, **स्मार्ट टीवी** के स्वामित्व और **सामग्री के इंटरनेट वितरण** में वृद्धि से निःसंदेह सभी को मदद मिली।
- ◆ दरअसल जो कभी सिर्फ एक **टीवी बाजार** था, समस्त श्रेय

thanks to **Internet delivery (IP), device and platform proliferation, and new viewing forms- diversified into an intricate 'AV ecosystem'.**

- ◆ *'The economic crisis (post the geopolitical tensions arising out of the **Russian** invasion of **Ukraine**) is also helping set the conditions for **ad-funded business models**. Consumers are increasingly warming to the idea if it saves them money.'*
- ◆ *'Broadcasters are adopting the aspects of **VOD** strategy that best fit their positioning whilst preserving their points of difference. **VOD** platforms are adopting traditional concepts like appointment TV and curated content discovery via linear channels.'*
- ◆ *'During the pandemic, many homes explored the full functionality of connected screens. Consequently, we are reaching the tipping point in **Smart TV** penetration and usage, with consumers increasingly using their TV to stream content directly, connecting via apps and inbuilt IP services.'*
- ◆ *'As video delivery moves towards an all-IP future, Smart TVs will play a critical role as the home's main entertainment gateway.'*
- ◆ *'With **linear-broadcast** audiences migrating towards **on-demand** viewing in such numbers, **Connected TV** looks increasingly attractive, particularly because there's a sense of continuity – it's much the same as the status quo, yet enhanced.'*

INDIAN MEDIA SCENARIO

The latest data released by **TRAI** is for **Q1 of 2022-23** and, unfortunately, completely ignores the **MSO/LMO Cable Data Base** in its **Executive Summary**.

Key indicators are:

- ◆ *Approximately **892 private satellite TV channels** have been permitted by the **Ministry of Information and Broadcasting (MIB)** for uplinking only/downlinking only/both uplinking & downlinking.*
- ◆ *As per the reporting done by **Broadcasters** in pursuance of the **Tariff Order** dated **March 3 2017**, as amended, out of **879** permitted satellite TV channels are available for downlinking in India, there are **347** satellite pay TV channels as on **June***



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

इंटरनेट डिलिवरी (आईपी) को, उसमें **उपकरण और प्लेटफॉर्म** का प्रसार हुआ है और देखने के नये रूप-एक जटिल **'एवी पारिस्थितिकी तंत्र'** में विविधीकृत हुए हैं।'

- ◆ **आर्थिक संकट (यूक्रेन पर रूसी आक्रमण से उत्पन्न होने वाले भू-राजनीतिक तनाव के बाद) भी विज्ञापन वित्त पोषित व्यापार मॉडल** के लिए पारिस्थितियों को निर्धारित करने में मदद कर रहा है। उपभोक्ता तेजी से इस विचार के प्रति उत्साहित हो रहे हैं यदि यह उनके लिए पैसे बचाता है।'
- ◆ **प्रसारण वीडियो रणनीति** के उन पहलुओं को अपना रहे हैं जो उनके अंतर के बिंदुओं को संरक्षित करते हुए उनकी स्थिति के लिए सबसे उपयुक्त है। वीडियो प्लेटफॉर्म पारंपरिक अवधारणाओं जैसे अपॉइंटमेंट टीवी और लीनियर चैनलों के माध्यम से क्यूरेटड कंटेंट डिस्कवरी को अपना रहे हैं।'
- ◆ **महामारी के दौरान, कई घरों ने कनेक्टेड स्क्रीन की पूर्ण कार्यक्षमता का पता लगाया। नतीजतन, हम स्मार्ट टीवी की पैठ और उपयोग में टिपिंग प्वाइंट पर पहुंच रहे हैं जहां उपभोक्ता अपने टीवी का उपयोग सीधे कंटेंट को स्ट्रीम करने, ऐप्स और इनविल्ट आईपी सेवाओं के माध्यम से कनेक्ट करने के लिए कर रहे हैं।**
- ◆ **चूंकि वीडियो डिलीवरी अखिल आईपी भविष्य की ओर बढ़ती है, स्मार्ट टीवी घर के मुख्य मनोरंजन गेटवे के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका निभायेगा।**
- ◆ **लीनियर ब्रॉडकास्ट ऑडियंस के इतनी संख्या में ऑन डिमांड देखने की ओर पलायन के साथ कनेक्टेड टीवी तेजी से आकर्षक लग रहा है, खासकर क्योंकि इसमें निरंतरता की भावना है—यह यथास्थिति के समान है, फिर भी बढ़ाया गया है।'**

भारतीय मीडिया परिदृश्य

ट्राई द्वारा जारी नवीनतम डेटा **2022-23** की **पहली तिमाही** के लिए है और दुर्भाग्य से अपने कार्यकारी सारांश में **एमएसओ/एलएमओ केबल डेटा बेस** की पूरी तरह से अनदेखी करता है। प्रमुख संकेतक हैं:

- ◆ **'सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी)** द्वारा लगभग **892 निजी सैटेलाइट टीवी चैनलों** को केवल अपलिकिंग/केवल डाउनलिकिंग/अपलिकिंग और डाउनलिकिंग दोनों के लिए अनुमति दी गयी है।
- ◆ **3 मार्च 2017** के **टैरिफ आदेश** के अनुसार **प्रसारकों** द्वारा की गयी रिपोर्टिंग के अनुसार, बाद में संशोधित, **879** अनुमत सैटेलाइट टीवी चैनल भारत में डाउनलिकिंग के लिए उपलब्ध हैं, जबकि **30 जून 2022** तक यह बढ़कर **347** सैटेलाइट पेटीवी चैनल

30 2022. Out of 347 pay channels, 249 are SD satellite pay TV channels, and 98 are HD satellite pay TV channels.

- ◆ Pay DTH has attained a total active subscriber base of around 67.04 million in QE on June 30 2022. This is in addition to the DD. Free Dish subscribers (Doordarshan's free DTH services).

INCREASING USE OF CONNECTED TV

- ◆ As per the latest report by Media Smart, 84% of households in India have more than one person watching Connected TV (CTV) (Smart TV), and nine out of ten CTV viewers recall being exposed to ads.
- ◆ A recent report by Group M/Kantar reveals that currently, 20-22 million homes in India have internet-enabled connected televisions (CTVs). Brands will likely increase their CTV advertising spending from \$86 million in 2023 to \$395 million by 2027.
- ◆ PWC estimates that by 2025, the number of connected smart televisions will reach ~40-50 million.
- ◆ 30% of the content viewed on these screens will be gaming, social media, short video, and content items produced exclusively for this audience by television, print and radio brands.
- ◆ A cable blog in USA, 'Tech Jury', claimed that currently, China has 342 million paying Cable TV subscribers and India has 112 million Cable TV paying subscribers.



COMMENT

- ◆ As TRAI does not release much data on the MSO/LMO market size, the estimate of 112 million Cable TV customers by Tech Jury, at best, is a rough guesstimate.
- ◆ A recent article in the Mint was not very confident of the future sustained growth of Legacy TV distribution media.
- ◆ The TRAI data for the June 22 quarter shows even a fall in DTH subscribers by nearly 2 million.
- ◆ This writer estimates the Cable Subscriber base to be between 70-75 million subscribers.

हो गया। इन 347 पे चैनलों में से 249 एसडी सैटेलाइट पे टीवी चैनल है, और 98 एचडी सैटेलाइट पे टीवी चैनल हैं।

- ◆ पे डीटीएच ने 30 जून 2022 को क्यूई में लगभग 67.04 मिलियन का कुल सक्रिय ग्राहक आधार प्राप्त किया। यह डीडी के फ्री डिश सब्सक्राइबर (दूरदर्शन की मुफ्त डीटीएच सेवाओं) के अतिरिक्त है।

कनेक्टेड टीवी का बढ़ता उपयोग

- ◆ मीडिया स्मार्ट की नवीनतम रिपोर्ट के अनुसार, भारत में 84 प्रतिशत घरों में कनेक्टेड टीवी (सीटीवी) (स्मार्ट टीवी) देखने वाले एक से अधिक व्यक्ति हैं, और दस में से नौ सीटीवी दर्शकों ने विज्ञापनों के संपर्क में आने को याद किया।
- ◆ ग्रुप एम/कंटार की हालिया रिपोर्ट से पता चलता है कि वर्तमान में, भारत में 20-22 मिलियन घरों में इंटरनेट सक्षम कनेक्टेड टेलीविजन (सीटीवी) हैं। ब्रांड अपने सीटीवी विज्ञापन खर्च को 2023 में 86 मिलियन डॉलर से बढ़ाकर 2027 तक 395 मिलियन डॉलर कर देंगे।
- ◆ पीडब्लूसी का अनुमान है कि 2025 तक कनेक्टेड स्मार्ट टीवी की संख्या 40-50 मिलियन तक पहुंच जायेगी।
- ◆ इन स्क्रीनों पर देखी जाने वाली सामग्री का 30% टेलीविजन, प्रिंट और रेडियो ब्रांडों द्वारा इन दर्शकों के लिए विशेष रूप से निर्मित गेमिंग, सोशल मीडिया, छोटे वीडियो और सामग्री आइटम होंगे।
- ◆ संयुक्त राज्य अमेरिका में एक केबल ब्लॉग, 'टेक जूरी' ने दावा किया है कि वर्तमान में, चीन में 342 मिलियन पे करने वाले टेलीविजन ग्राहक हैं और भारत में 112 मिलियन केबल टीवी भुगतान करने वाले ग्राहक हैं।

टिप्पणी

- ◆ चूंकि ट्राई एलएमओ/एमएसओ बाजार के आकार पर अधिक डेटा जारी नहीं करता है, टेक जूरी द्वारा 112 मिलियन केबल टीवी ग्राहकों का अनुमान, सबसे अच्छा एक मोटा अनुमान है।
- ◆ मिनट में हालही के एक लेख में पारंपरिक टीवी वितरण मीडिया के भविष्य के निरंतर विकास के बारे में बहुत आश्वस्त नहीं था।
- ◆ जून 22 की तिमाही के लिए ट्राई डेटा डीटीएच ग्राहकों में लगभग 2 मिलियन की गिरावट दिखाता है।
- ◆ इस लेखक का अनुमान है कि केबल सब्सक्राइबर आधार 70-75 मिलियन सब्सक्राइबर के बीच होगा।

- ◆ *So, where have the customers gone? Cord-cutting due to increased watching of OTT and Free Dish is happening faster than the Industry wants to accept. This cord-cutting is happening despite normal working conditions being restored post-Lockdown when people are no longer home-bound.*
- ◆ *A December 2022 report by Ormax claims a 20 per cent increase in OTT viewing, with the user base for OTT in the country now pegged at 42.38 crores (423.8 million).*
- ◆ *The report states that paid OTT users in India are now at 11.9 crores. Most of the increase is from Tier 2 towns.*
- ◆ *Another elephant in the room is the immense growth of Free Dish, run by Doordarshan. This writer estimates its size at 45 to 50 million, with great scope for urban India growth.*
- ◆ *Free Dish has 79 private TV channels, 37 Doordarshan Channels and 51 educational channels, making for a complete package even for urban and metro viewers.*
- ◆ *The Broadcast Audience Research Council (BARC) has not released viewership data since 2020. While this may suit some Broadcasters, such a denial of vital data is not in the public or advertiser industry interest.*
- ◆ *As Prasar Bharati is also a member of BARC, this writer marvels at the silence of the Ministry of Information and Broadcasting.*
- ◆ *So, what does the future hold? Perhaps the answer lies in the Kantar 2023 forecast, which speaks of new viewing forms that have diversified into an intricate 'AV ecosystem'.*
- ◆ *This writer never tires of reminding the Cable TV distribution media that they need to awaken to the new reality and swiftly diversify from single video delivery service to providing a host of multi-media services based on a solid and stable high-speed internet delivery platform.*
- ◆ *One point for the Cable Industry to keep in mind is that in 2022, the TV penetration level stands at approximately around 70%. Its penetration stands at 87% in urban and 61% in rural households. This should energise the industry to awaken, arise and grab the balance universe.*
- ◆ *तो ग्राहक कहाँ गये? ओटीटी और फ्रीडिश की बढ़ती लोकप्रियता के कारण कार्ड कटिंग तेजी से हो रही है जिसे उद्योग स्वीकार करना चाहता है। यह कॉर्ड कटिंग तब हो रही है जब सामान्य कामकाजी परिस्थितियों को लॉकडाउन के बाद बहाल किया जा रहा है, जब लोग अब घरों में बंद नहीं हैं।*
- ◆ *दिसंबर 22 की ऑरमैक्स की रिपोर्ट में दावा किया गया है कि ओटीटी देखने में 20 प्रतिशत की वृद्धि हुई है, देश में ओटीटी के लिए उपभोक्ता आधार अब 42.38 करोड़ (423.8 मिलियन) आंका गया है।*
- ◆ *रिपोर्ट में कहा गया है कि भारत में भुगतान किये गये ओटीटी उपयोगकर्ता अब 11.9 करोड़ हैं। अधिकांश वृद्धि टियर 2 शहरों में हुई है।*
- ◆ *लोगों के कमरे में प्रवेश करने वाला एक अन्य विशालकाय दूरदर्शन द्वारा संचालित फ्री डिश की विशाल वृद्धि है। इस लेखक ने इसके आकार का अनुमान 45 से 50 मिलियन के बीच लगाया है जिसमें शहरी भारत के विकास की बहुत अधिक गुंजाइश है।*
- ◆ *फ्री डिश में 79 निजी टीवी चैनल, 37 दूरदर्शन चैनल और 51 शैक्षिक चैनल हैं, जो शहरी और मेट्रो दर्शकों के लिए भी एक संपूर्ण पैकेज है।*
- ◆ *ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल (बीएआरसी) ने 2020 से दर्शकसंख्या आंकड़े जारी नहीं किया है। हालांकि यह कुछ प्रसारकों के लिए उपयुक्त हो सकता है, लेकिन महत्वपूर्ण डेटा का न आना सार्वजनिक या विज्ञापनदाताओं के हित में नहीं है।*
- ◆ *चूंकि प्रसार भारती भी बीएआरसी का सदस्य है, इसलिए यह लेखक सूचना और प्रसारण मंत्रालय की चुप्पी पर हैरान है।*
- ◆ *तो भविष्य क्या है? शायद उत्तर कंटार 2023 के पूर्वानुमान में निहित है, जो देखने के नये रूपों की बात करता है जो एक जटिल एवी परिस्थितिकी तंत्र में विविधतापूर्ण है।*
- ◆ *यह लेखक केबल टीवी वितरण मीडिया को यह याद दिलाने से कभी नहीं थकता कि उन्हें नयी वास्तविकता को जगाने और ठोस और स्थिर हाई स्पीड इंटरनेट डिलीवरी प्लेटफॉर्म पर आधारित मल्टी मीडिया सेवाओं की मेजबानी प्रदान करने के लिए एकल वीडियो वितरण सेवा से तेजी से विविधता लाने की आवश्यकता है।*
- ◆ *केबल उद्योग को ध्यान में रखने वाली बात यह है कि 2022 में टीवी प्रवेश स्तर लगभग 70% है। शहरी इलाकों में इसकी पहुंच 87% और ग्रामीण घरों में 61% है। इसे उद्योग को जगाने, उठने और संतुलित ब्रह्मांड को हड़पने के लिए सक्रिय करना चाहिए।*

B. LIVE SPORTS -GAMECHANGER FOR 2023

- ◆ An earlier column had discussed key findings of the recent **CII-KPMG** report titled **Sports Broadcasting-A Match Made In Heaven**. Some key observations bear repetition and offer succor to both legacy TV and streaming networks in India-
- ◆ *The number of TV households in India is expected to reach approximately 250 million by 2026, up from 210 million in 2020.*
- ◆ *During the first nine months of 2022, content related to Sports was consumed by approximately 722 million viewers.*
- ◆ *The Indian Premier League continues to be the biggest impact property on Indian Television, reaching 400 million and cutting across demographics.*
- ◆ *The successes of Indian athletes on prestigious international platforms also drive the growth of India as a sporting nation.*
- ◆ *The growth trajectory in India is expected to continue with the increasing penetration of TV across NCCS AB demographics and the growing interest in sports.*
- ◆ *The reach of premium sporting properties is significantly higher than that of premium GEC properties. IPL 2022 had an overall reach of 400 million which is 80 per cent higher than the combined reach of KBC, Bigg Boss, The Kapil Sharma Show, Khatron Ke Khiladi and Shark Tank.*
- ◆ *The TV sports market was estimated at INR 7,050 crore in FY21, and the same is expected to reach INR 9,830 crore in FY 26, growing at a steady CAGR of 7 per cent.*
- ◆ *The digital revenue for sports is estimated to grow from INR 1,540 crore in FY21 to INR 4,360 crore in FY26, at a CAGR of 22 per cent.*
- ◆ *The same is likely to be driven by organic growth in the number of OTT viewers in India, as well as an*



बी. लाइव स्पोर्ट्स 2023 के लिए गेम चेंजर है।

- ◆ पहले के एक कॉलम में **स्पोर्ट्स ब्रॉडकास्टिंग-ए-मैच मेड इन हेवन** शीर्षक वाली हालकी **सीआईआई-केपीएमजी** के प्रमुख निष्कर्षों पर चर्चा की गयी थी। कुछ प्रमुख टिप्पणियों में पुनरावृत्ति होती है और भारत में पारंपरिक टीवी और स्ट्रीमिंग नेटवर्क दोनों के लिए सहायता प्रदान करते हैं-
- ◆ भारत में **टीवी परिवारों** की संख्या **2026** तक लगभग **250 मिलियन** तक पहुंचने की उम्मीद है, जो **2020** में **210 मिलियन** थी।
- ◆ **2022** के पहले नौ महीनों के दौरान, खेल से संबंधित सामग्री को लगभग **722 मिलियन** दर्शकों ने देखा।
- ◆ **इंडियन प्रीमियर लीग भारतीय टेलीविजन** पर सबसे प्रभावशाली संपत्ति बनी हुई है, जो **400 मिलियन** तक पहुंच गयी है और सभी जनसांख्यिकी में कटौती कर रही है।
- ◆ प्रतिष्ठित अंतरराष्ट्रीय प्लेटफॉर्मों पर भारतीय एथलीट की सफलतायें भी एक खेल राष्ट्र के रूप में भारत के विकास को प्रेरित करती है।
- ◆ **एनसीसीएस एबी** जनसांख्यिकी में **टीवी** की बढ़ती पैठ और खेलों में बढ़ती रुचि के साथ भारत में विकास की गति जारी रहने की उम्मीद है।
- ◆ प्रीमियम खेल संपत्तियों की पहुंच प्रीमियम **जीईसी** संपत्तियों की तुलना में काफी अधिक है। **आईपीएल 2022** की कुल पहुंच **400 मिलियन** थी, जो कि **केवीसी, विग बॉस, कपिल शर्मा शो, खतरों के खिलाड़ी** और **शार्क टैंक** की संयुक्त पहुंच से **80 प्रतिशत** अधिक है।
- ◆ **वित्तवर्ष 21** में **टीवी खेल बाजार** का अनुमान **7050 करोड़** रुपये था, और **वित्त वर्ष 26** में इसके **9830 करोड़ रुपये** तक पहुंचने की उम्मीद है, जो **7 प्रतिशत** की स्थिर **सीएजीआर** से बढ़ रहा है।
- ◆ खेलों के लिए **डिजिटल राजस्व वित्तवर्ष 2011** में **1540 करोड़ रुपये** से बढ़कर वित्तवर्ष **2026** में **22%** **सीएजीआर** पर **4360 करोड़ रुपये** होने का अनुमान है।
- ◆ यह भारत में **ओटीटी दर्शकों** की संख्या में जैविक वृद्धि के साथ-साथ कहीं भी देखने की सुविधा से ओटीटी पर खेलों की खपत में वृद्धि से प्रेरित होने की संभावना है।

increase in consumption of sports on OTT, fueled by the convenience of anywhere viewing.

- ◆ Renowned Media Analyst **Mr Ashish Pherwani**, India leader for M/E for **E/Y**, has been quoted in **Rest of the World.org** as saying that "sports streaming is entirely a subscription play. A sports fan will pay to watch his favourite sport."
- ◆ The article further points out that regional streaming services in **Indonesia/Japan and India** have spent large sums to acquire streaming rights for international tournaments with mass appeal. These have had start-up problems like **Jio Cinema** faced in the recent **World Cup Football in Qatar**, but sports are here to stay.
- ◆ The article refers to **Viacom 18** getting the very costly **2023-2028 IPL** digital rights, which it will use to bundle along with data plans, according to **Mr Pherwani**.
- ◆ The TV broadcasters are well aware of the pull of sports, and **Disney Star** has managed to retain the **IPL TV** rights till **2028**. **Zee** has come back to sports coverage with exclusive media rights for **Emirates UAE T 20** League matches to be live telecast in Zee's linear channel in three languages and live streamed on Zee 5. Sony, too has obtained foreign TV cricket rights like English cricket till 2028, Lanka Premier League and other countries.

COMMENT

- ◆ *Looking to the importance of sports in customer retention, while Broadcasters will continue to compete for future rights, the **Cable Industry** can also create sports packages like "IPL Special Deal" to maximise customer revenue and link up with specific **Broadcasters** with the rights for marketing initiatives.*
- ◆ *The **Cable Industry** can cover local cricket tournaments, which are immensely popular in cities like **Mumbai**, as a measure of earning local advertising and as a customer retention measure.*
- ◆ *The **Cable Industry** needs to watch out for so-called **John Doe** orders issued by **High Courts** on request from Broadcasters to protect their legitimate rights and ensure no piracy happens anywhere in the network, even at the sub-operator level.*

- ◆ जाने-माने मीडिया विश्लेषक **श्री आशीष फेरवानी, ई/वाई** के लिए एम/ई के लिए भारत के नेता, को **Rest of the World.org** में उद्धृत करते हुए बताया गया है कि 'स्पोर्ट्स स्ट्रीमिंग पूरी तरह से एक सब्सक्रिप्शन प्ले है। एक खेल प्रशंसक अपने पसंदीदा खेल को देखने के लिए भुगतान करेगा।'
- ◆ लेख आगे बताता है कि **इंडोनेशिया/जापान और भारत** में क्षेत्रीय स्ट्रीमिंग सेवाओं ने बड़े पैमाने पर अपील के साथ अंतरराष्ट्रीय टूर्नामेंटों के लिए स्ट्रीमिंग अधिकार हासिल करने के लिए बड़ी रकम खर्च की है। **कतर** में हालही में **विश्व कप फुटबॉल** में **जियो सिनेमा** जैसे स्टार्ट-अप को भी कई समस्याओं का सामना करना पड़ा, लेकिन खेल यहां रहने के लिए है।
- ◆ लेख में **वायकॉम 18** को बहुत महंगा **2023-2028 आईपीएल** डिजिटल अधिकार प्राप्त करने का उल्लेख है जिसका उपयोग श्री **फेरवानी** के अनुसार डेटा योजनाओं के साथ बंडल करने के लिए किया जायेगा।
- ◆ टीवी प्रसारक खेलों के आकर्षण से अच्छी तरह वाकिफ हैं और **डिज्नीस्टार 2028** तक **आईपीएल टीवी** अधिकारों को बनाये रखने में कामयाब रहा है। **जी अमीरात यूई टी20** लीग मैचों के लिए विशेष मीडिया अधिकारों के साथ खेल कवरेज पर वापस आ गया है, इसे जी के लीनियर चैनल में तीन भाषाओं में लाइव प्रसारित किया जायेगा और जी 5 पर लाइव स्ट्रीम किया जायेगा। सोनी ने भी **2028** तक इंग्लिश क्रिकेट, लंका क्रिकेट और अन्य देश जैसे विदेशी टीवी क्रिकेट अधिकार प्राप्त किये हैं।

टिप्पणी

- ◆ ग्राहकों को बनाये रखने में खेल के महत्व को देखते हुए, जबकि प्रसारक भविष्य के अधिकारों के लिए प्रतिस्पर्धा करना जारी रखेंगे, केवल उद्योग ग्राहक राजस्व को अधिकतम करने और मार्केटिंग पहलों के अधिकारों के साथ विशिष्ट प्रसारकों के साथ जुड़ने के लिए 'आईपीएल स्पेशल समझौता' जैसे स्पोर्ट्स पैकेज भी बना सकता है।
- ◆ केवल उद्योग स्थानीय क्रिकेट टूर्नामेंट को कवर कर सकता है, जो मुंबई जैसे शहरों में स्थानीय विज्ञापन कमाई के उपाय के रूप में और ग्राहकों को अपने साथ जोड़कर रखने के उपाय के रूप में वेहद लोकप्रिय है।
- ◆ केवल उद्योग को अपने वैध अधिकारों की रक्षा के लिए प्रसारकों के अनुरोध पर उच्च न्यायालयों द्वारा जारी किये गये तथाकथित जॉन डो आदेशों पर नजर रखनी होगी और यह सुनिश्चित करना होगा कि उप-संचालक स्तर पर भी नेटवर्क में कहीं भी चोरी न हो।

C. NEW PLATFORM REGULATIONS

Utilising powers under **Rule 6(6)** of the **Cable Television Networks Rules, 1994**, the **Ministry of Information and Broadcasting** issued the guidelines in respect of 'Platform Services' provided by MSOs on **30.11.2022**.

The salient features are:

- ◆ *The total number of permitted PS channels per operator is to be capped at 5% of the total channel carriage capacity.*
- ◆ *To cater to the local language and culture of the subscribers, this cap on PS channels shall be computed at the State/ Union Territory level. Also, two PS channels shall be permitted at the level of each District to cater to the need for local content at the District level.*
- ◆ *The Content of the PS is to be exclusive to the platform and is not to be shared directly or indirectly with any other Distribution Platform Operator.*
- ◆ *However, sharing of live feeds from religious places like Temples, Gurdwaras etc., shall be permitted.*
- ◆ *Only entities registered as Companies are allowed to provide local news and **current affairs**. MSOs not registered as "company" and desirous of providing local news and current affairs are mandatorily required to apply within three months with the Ministry of Corporate Affairs for conversion into "company".*
- ◆ *All PS channels to carry a caption as 'Platform Services' to distinguish them from the registered TV channels.*
- ◆ *MSOs offering PS to **retain the recording** of all PS channel programs for 90 days.*
- ◆ *Any content-related complaint shall be examined by the Authorised Officer prescribed under the CTN Act, 1995, and the State/ District Monitoring Committee.*
- ◆ *Simple online registration process for PS channels by MSOs at nominal fees of **Rs 1,000 per PS***



सी. नये प्लेटफॉर्म विनियम

केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम 1994 के नियम 6 (6) के तहत शक्तियों का उपयोग करते हुए **सूचना और प्रसारण मंत्रालय** ने **30.11.2022** को एमएसओ द्वारा प्रदान की जाने वाली 'प्लेटफॉर्म सेवाओं' के संबंध में दिशानिर्देश जारी किये।

मुख्य विशेषतायें हैं:

- ◆ *प्रति ऑपरेटर अनुमत पीएस चैनलों की कुल संख्या को कुल चैनल कैरिज क्षमता के 5% पर कैप किया जाना है।*
- ◆ *ग्राहकों को स्थानीय भाषा और संस्कृति को पूरा करने के लिए, पीएस चैनलों पर इस सीमा की गणना राज्य/संघ राज्य क्षेत्र स्तर पर की जायेगी। साथ ही, जिलास्तर पर स्थानीय सामग्री की आवश्यकता को पूरा करने के लिए प्रत्येक जिले स्तर पर दो पीएस चैनलों की अनुमति दी जायेगी।*
- ◆ *पीएस की सामग्री केवल प्लेटफॉर्म के लिए है और इसे प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से किसी अन्य वितरण प्लेटफॉर्म ऑपरेटरों के साथ साझा नहीं किया जाना है।*
- ◆ *हालांकि मंदिरों, गुरुद्वारों आदि जैसे धार्मिक स्थलों से लाइव फीड साझा करने की अनुमति होगी।*
- ◆ *केवल कंपनियों के रूप में पंजीकृत संस्थाओं को ही **स्थानीय समाचार और करेंट अफेयर्स** प्रदान करने की अनुमति होगी। एमएसओ जे 'कंपनी' के रूप में पंजीकृत नहीं हैं और स्थानीय समाचार व करेंट अफेयर्स प्रदान करने के ईच्छुक हैं, उन्हें 'कंपनी' में बदलने के लिए कॉरपोरेट मामलों के मंत्रालय के साथ तीन महीने के भीतर अनिवार्य रूप से आवेदन करना होगा।*
- ◆ *सभी पीएस चैनलों को पंजीकृत टीवी चैनलों से अलग करने के लिए '**प्लेटफॉर्म सर्विसेज**' के रूप में कैप्शन देना होगा।*
- ◆ ***90 दिनों** के लिए सभी पीएस चैनल कार्यक्रमों की **रिकॉर्डिंग को बनाये रखने** के लिए एमएसओ को पीएस की पेशकश करनी होगी।*
- ◆ *किसी भी सामग्री संबंधी शिकायत की जांच **सीटीएन अधिनियम, 1995** के तहत निर्धारित **प्राधिकृत अधिकारी** और **राज्य/जिला निगरानी समिति** द्वारा की जायेगी।*
- ◆ *एमएसओ द्वारा पीएस चैनलों के लिए **1000 रुपये** प्रति पीएस चैनल के मामूली शुल्क पर **सरल ऑनलाइन पंजीकरण***

channel. The online registration portal for this purpose is under preparation and shall be notified shortly.

- ◆ MSOs have been granted **12 months** to comply with the guidelines issued on **November 30 2022**.

COMMENT

- ◆ These **new Rules** were widely expected, considering they were made applicable to DTH Networks in September 2022. A long 12-month period has been given to the Industry to conform to the new rules.
- ◆ The only surprising sub-rule is that platform channels offering news, and current affairs will be confined to companies registered under the Companies Act 2013.
- ◆ This directive will force all non-corporate MSOs to corporatize, which is not an unwelcome development. Only this writer feels that compliance hassles of corporatisation are quite onerous despite all efforts to achieve ease of business. The MIB could consider allowing Limited Liability Partnerships (LLP)s which have simpler corporate governance norms.
- ◆ The MSOs will have to set up internal content review panels in view of specific powers given by the new regulations to the Authorised Officer/ State/District Level Monitoring Committees.
- ◆ A regrettable feature is a ban on sharing platform content that seems unwarranted and goes beyond the rule-making powers of MIB in this writer's careful and considered view under the Cable Act. ■

प्रक्रिया। इस उद्देश्य के लिए ऑनलाइन पंजीकरण पोर्टल तैयार किया जा रहा है और शीघ्र ही अधिसूचित किया जायेगा।

- ◆ एमएसओ को **30 नवंबर 2022** को जारी दिशा निर्देशों का पालन करने के लिए **12 महीने** का समय दिया गया है।

टिप्पणी

- ◆ इस नये नियमों की व्यापक रूप से उम्मीद थी, क्योंकि उन्हें सितंबर 2022 डीटीएच नेटवर्क पर लागू किया गया था। नये नियमों के अनुरूप उद्योग को 12 महीने की लंबी अवधि दी गयी है।
- ◆ एकमात्र आश्चर्यजनक उपनियम यह है कि समाचार और समसामयिक मामलों की पेशकश करने वाले प्लेटफॉर्म चैनल कंपनी अधिनियम 2013 के तहत पंजीकृत कंपनियों तक ही सीमित रहेंगे।
- ◆ यह निर्देश सभी गैर-कॉरपोरेट एमएसओ को कॉरपोरेट बनाने के लिए बाध्य करेगा, जो एक अवांछित विकास नहीं है। केवल इस लेखक को लगता है कि व्यापार को आसान बनाने के तमाम प्रयासों के बावजूद कॉरपोरेटीकरण की अनुपालन संबंधी परेशानियां काफी कठिन हैं। एमआईवी सीमित देयता भागीदारी (एलएलपी) को अनुमति देने पर विचार कर सकता है जिसमें सरल कॉरपोरेट प्रशासन मानदंड हैं।
- ◆ नये नियमों द्वारा प्राधिकृत अधिकारी/राज्य/जिलास्तरीय निगरानी समितियों को दी गयी विशिष्ट शक्तियों के मद्देनजर एमएसओ को आंतरिक सामग्री समीक्षा पैनल स्थापित करना होगा।
- ◆ एक खेदजनक विशेषता प्लेटफॉर्म सामग्री को साझा करने पर प्रतिबंध है जो अनुचित लगता है और केवल अधिनियम के तहत इस लेखक के सावधान और सुविचारित दृष्टिकोण में एमआईवी की नियम बनाने की शक्तियों से परे है। ■

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



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