



RAMKRISHNA FORGINGS LIMITED

Date: 9 June, 2022

To The Listing Department BSE Limited PJ Towers Dalal Street Mumbai - 400 001 BSE SCRIP CODE: 532527	To The Listing Department National Stock Exchange of India Limited "Exchange Plaza" C-1, Block G Bandra- Kurla Complex, Bandra (E) Mumbai- 400051 NSE SYMBOL: RKFORGE
---	---

Dear Sir/Madam,

Sub: Newspaper Advertisement – Disclosure under Regulation 30 and Regulation 47 of the SEBI (Listing Obligations and Disclosure Requirements Regulations, 2015

Pursuant to Regulation 30 read with Schedule III Part A Para A and Regulation 47 of the SEBI (Listing Obligations and Disclosure Requirements) Regulations, 2015, please find enclosed herewith copies of the newspaper publications made on 9 June, 2022 in Business Standard, (English) and Aajkal (Bengali) regarding Notice to Members of the Company for registration of email ids for the forthcoming Postal Ballot Meeting through remote e-voting means only.

Same is being also made available on the website of the Company at www.ramkrishnaforgings.com.

We request you to kindly take the abovementioned information on record and oblige.

Thanking you.

Yours truly,
For Ramkrishna Forgings Limited



Rajesh Mundhra
Company Secretary & Compliance Officer
ACS 12991

Encl.: As above



REGISTERED & CORPORATE OFFICE

23 CIRCUS AVENUE, KOLKATA 700017, WEST BENGAL, INDIA

PHONE : (+91 33)4082 0900 / 7122 0900, FAX : (+91 33)4082 0998 / 7122 0998, EMAIL : info@ramkrishnaforgings.com, WEB : www.ramkrishnaforgings.com

CIN NO. :L74210WB1981PLC034281



AMBI PARAMESWARAN

Branding lessons from IPL teams

The fifteenth edition of Indian Premier League (IPL) threw up a new winner with the debutant team Gujarat Titans hitting it out of the park, or should we say the huge spanning new stadium. In my branding workshops, I often spend time explaining that everything can be branded, products, services, not-for-profit bodies, countries, people and even events/sports. IPL gets a proud place as a brand that has been created and grown in stature in just 15 years. The title sponsor for IPL may have changed every few years but the brand IPL is beyond compare as far as the Indian sports arena is concerned. What about the "brands" of the various teams? Are they all well "branded"? And are there any benefits in applying better branding practices to sports teams? Here is a quick dive into the arena.

If you disregard all the defunct teams, we are left with 10 IPL teams now. They have very predictable names: Mumbai Indians, Rajasthan Royals, Delhi Capitals, Lucknow Super Giants, Chennai Super Kings, Sunrisers Hyderabad, Punjab Kings, Royal Challengers Bangalore, Kolkata Knight Riders (somewhat different) and Gujarat Titans. Interestingly most of them are "city-based" except for three, Rajasthan, Punjab and Gujarat; there seems to be no fixed guideline for including a geo-tag to the name. Yet another interesting trend is that the term "king" or "royal" has been spotted in not less than four team names: Royal Challengers Bangalore, Rajasthan Royals, Chennai Super Kings (CSK) and Punjab Kings (PBKS). One other observation is, but for RCB and SRH none of the other team brands have any linkage with their owners. RCB is a very clever brand extension of Royal Challenge Whiskey by Diageo (or should we give the credit where it is due, Vijay Mallya); SRH has the owner's brand (Sun TV "Sun" embedded in it. I submit these two brands are indeed somewhat different from all the other eight brands for this very reason. They are strongly linked to their parent brand.

Moving from the brand name to the monograms, we see a preponderance of lions: RCB, PBKS, CSK all of them use a lion as their symbol; some even have a lion motif on the uniform. There is a tiger in Delhi Capitals (DC) and an eagle in SRH. KKR uses the helmet of a knight as its symbol. Other brands do not have any distinct symbols. A little surprised that animals like the elephant, cheetah, panther and bear are not to be seen. In the American NBA teams, we can spot bulls, hornets, wolves, bears, bucks, raptors, spurs, hawks, pelicans and more. A similar menagerie can be seen in the names of American football teams. Interestingly, in the English Premier League (football) team

If they get all the brand identity triggers well lined up, they could give an extra nudge to fan involvement and participation

names, we do not spot animals; however, I should add that many of the team symbols and monograms sport animals of all hues.

Teams can use the colour of their jersey for stronger recognition and fan support. Chelsea FC is blue, Liverpool and Manchester United are red, for instance. In IPL teams we see a surfeit of blue, light, dark and in combination with other colours. Mumbai Indians have a strong blue identity, KKR has multiple colours including purple. Red is very popular with RCB, PBKS, SRH and DC having predominantly red-coloured jerseys. Two team jerseys in my mind stand out for their choice of colour: CSK with its distinctive yellow colour (Nippon Paint, one of their co-sponsors, has even launched a CSK yellow shade) and Rajasthan Royals with its distinct pink, reflecting the colour of the capital of Rajasthan, Jaipur.

All this analysis of the brand identities may have to be seen in the context of media reports on IPL team valuations. *Forbes* (26 April 2022) says that IPL teams have had their valuation soar over the last decade. From an average valuation of around \$67 million in 2009, now the average valuation is \$1.04 billion, an astronomical rise unparalleled in any other sport in any country. The most valuable team according to the report is Mumbai Indians (MI) at \$1.3 billion; Chennai Super Kings come in second at \$1.15 billion. It is to be noted that MI have won the trophy a record five times and CSK are almost there with four wins. The lowest valuation has been ascribed to Gujarat Titans at \$0.85 billion. But it is likely these numbers will change after the great show by the Gujarat Titans team this year. The most valuable teams did not have a great IPL 2022 and may see some valuation erosion. But given their phenomenal track record, they are likely to bounce back in 2023.

All this leads us to wonder what role does a brand name, brand identity, brand colour play in the fan base and valuation of a sports team. Obviously, the performance of the team is of ultimate importance. Then comes star power and publicity. But if they get all the brand identity triggers well lined up, they could give an extra nudge to fan involvement and participation. A brand is a story that is being told, so just as in other domains, sports brands too can go in for brand refresh with new identities and new brand colours (for instance, Kings XI Punjab became Punjab Kings in February 2021). IPL is still in its early days unlike EPL or NBA, so we should be ready to see some interesting rejigs and refresh moves. Maybe someone will have an epiphany post reading this article.

The writer is a best-selling author, independent brand strategist and founder, Brand-Building.com, a brand advisory. He can be reached at ambimgp@brand-building.com

Powerplay in IPL auction

The upcoming bids for broadcasting and digital rights promise to be more intriguing because of the structure of the auction and new cash-rich entrants

SURAJEES DAS GUPTA
New Delhi, 8 June

On June 12, the country's largest broadcaster Disney Star faces a tough defence of its crown jewel — the broadcasting and digital rights for India's most coveted sports property, the Indian Premier League (IPL), which it has held for five years.

For Disney Star it's a tough call — the base auction price at ₹32,890 crore is double the 2017 payout. Some predict that the price tag will hit ₹50,000 crore for 74 matches each season. Spends at that level are closer to the total box office revenues generated by multiplexes in the country in a good year; or enough to make more than 100 high-budget blockbuster movies.

Disney executives have already downplayed the importance of IPL. In an interview, its India president, K Madhavan, said sports accounts for 3 per cent of Disney Star's network share, so it will not indulge in a price war and buy only if the deal is viable. He also said it was incorrect to claim that Hotstar survives on cricket. Disney's Chief Executive Officer Bob Chapek reiterated that local content is being developed and will mitigate the impact for Disney if it doesn't win the IPL rights.

The fact is, however, that IPL also provides Disney Star millions of streaming customers putting it way ahead of other over-the-top (OTT) platforms. Elara Capital estimates that one-third of Star's revenue (digital and TV) comes from IPL. And the broadcaster admits that it controls 15-20 per cent share of sports advertising on TV across all channels and 65 per cent of sports viewership among TV viewers.

WHY IPL RIGHTS ARE IMPORTANT FOR BROADCASTERS IN FRAY

DISNEY STAR
Will help it retain the top slot in TV and streaming in terms of paid subscriber market share

VIACOM 18
Will help it grab market share and move up from its current number three spot behind networks Disney Star and Sony-Zee in terms of subscribers. Will strengthen its streaming platform Voot

SONY-ZEE
Will help it end Disney Star's long dominance and become the number one in linear TV as well as in streaming. Once the merger is approved, the gap between the two will shrink. Plus, Sony already has rights for many key cricket tournaments



AMAZON, GOOGLE
Will give both a big toe-hold in cricket to monetise on their digital platforms Amazon Prime and YouTube, respectively. Have a choice to buy rights for all matches or 18 key matches

IPL is important for Disney globally, too. In its latest analyst call, Disney acknowledged that Disney+ direct to consumer service (which includes Disney+ Hotstar) added eight million paying streaming customers worldwide in the April quarter, of which half came from India due to the IPL season.

Disney+ had over 138 million paid streaming customers in April globally but 36 per cent of them came from Disney+ Hotstar, the bulk from India. The question is whether the global giant, which is looking to hit 230-260 million paid users by FY24, can afford to miss having IPL in its closet.

Against this, Disney has to contend with the reality that returns from streaming are abysmally low. Disney+ Hotstar's average revenue per user (ARPU) on April 2, 2022, was just \$0.76, though it represented a 55 per cent jump over last year. Compared to that, ARPU in the US and Canada combined is \$6.32, though that's just a 5 per cent growth. Disney said it will spend over

giant, which is looking to hit 230-260 million paid users by FY24, can afford to miss having IPL in its closet.

Against this, Disney has to contend with the reality that returns from streaming are abysmally low. Disney+ Hotstar's average revenue per user (ARPU) on April 2, 2022, was just \$0.76, though it represented a 55 per cent jump over last year. Compared to that, ARPU in the US and Canada combined is \$6.32, though that's just a 5 per cent growth. Disney said it will spend over

ASCI guidelines: Break gender stereotypes in ads



Union Minister Smriti Irani releasing the guidelines in New Delhi

AKSHARA SRIVASTAVA
New Delhi, 8 June

A set of guidelines framed by the Advertising Standards Council of India (ASCI) has a strong message for advertisers: break gender stereotypes.

Union Minister for Women and Child Development Smriti Irani on Wednesday released the eight new guidelines on harmful gender stereotyping in ads, a follow-up to the regulator's 2021 GenderNext study — in partnership with consulting firm Futurebrands — that looked at the depiction of women with an aim to guide brands.

The guidelines are a timely intervention, coming only days after the watchdog suspended controversial ads by body spray brand Layer's Shot that drew wide outrage and were viewed as promoting sexual violence against women.

One of the new guidelines says that while advertisements may feature people undertaking gender-stereotypical roles or displaying gender-stereotypical characteristics, they must not suggest that stereotypical roles or characteristics are always uniquely associated with a particular gender; the only options available to a particular gender; or never carried out or displayed by another gender(s). The other guidelines include:

- While advertisements may feature glamorous and attractive people, they must not suggest that an individual's happiness or emotional well-being depends on conforming to these idealised gender-stereotypical body shapes or physical features.
- Ads should not mock people for not conforming to gender stereotypes, their sexual orientation or gender identity, including in a context that is intended to be humorous, hyperbolic or exaggerated.
- They should not reinforce unrealistic and undesirable gender ideals or expectations.
- An advertisement may not suggest that a person fails to achieve a task specifically because of their gender.
- Where an ad features a person with a physique or physical characteristics that do not match an ideal stereotype associated with their gender, it should not imply that their physique or physical characteristics are a significant rea-

son for them not being successful.

- Ads should not indulge in the sexual objectification of characters of any gender or depict people in a sexualised and objectified way for the purposes of titillating viewers.
- No gender should be encouraged to exert domination or authority over the other(s) by means of overt or implied threats, actual force or through the use of demeaning language or tone. Ads cannot provoke or trivialise violence (physical or emotional), unlawful or anti-social behaviour based on gender. Additionally, they should not encourage or normalise voyeurism, eve-teasing, stalking, emotional or physical harassment or any similar offences. This does not prevent the ad from showing these depictions as a means to challenge them.

Battling for the need for such guidelines to ensure a positive portrayal of gender on screen, Irani said, "It is time not only for the men but also for the women in the advertising industry to step up. This is a very important move, and I believe there is a long journey to be undertaken to change the thinking, but it's required now. Work in this area must move with more and more speed and organisations like ASCI should lead this."

ASCI Chairman Subhash Kamath added, "The new guidelines were created after extensive consultation with partners from the industry and civil society organisations, including the Unstereotype Alliance and UNICEF. They are a big step forward in strengthening ASCI's agenda to shape a more responsible and progressive narrative."

In a session with the media, Ranjana Kumari, social activist and writer, reiterated that such guidelines are an attempt to start a discussion and debate around subtle messaging that may go unnoticed. It is also important to push for laws that will appropriately penalise offenders, she added.

Gender portrayal is a complex and nuanced issue, and with the new guidelines, ASCI aims to address subtle stereotypical messaging in ads that may go unnoticed.

A recent study by Kantar revealed that 64 per cent of consumers believe advertising reinforces rather than helps eradicate harmful gender stereotypes.

NSE

National Stock Exchange of India Ltd.

'Exchange Plaza', Bandra-Kurla Complex, Bandra (E), Mumbai-400 051

NOTICE

Notice is hereby given that the following trading member of the National Stock Exchange of India Ltd. (Exchange) has requested for the surrender of their trading membership of the Exchange:

Sl. No.	Name of the Trading Member	SEBI Regn. No.	Last Date for filing complaints
1.	STOCKS & SECURITIES INZ000267236 (BANGALORE) PVT. LTD.		August 09, 2022

The constituents of the above-mentioned trading member are hereby advised to lodge immediately complaints, if any, against the above mentioned trading member on or before the last date for filing complaints as mentioned above and no such complaints filed beyond this period will be entertained by the Exchange against the above mentioned trading member and it shall be deemed that no such complaints exist against the above mentioned trading member or such complaints, if any, shall be deemed to have been waived. The complaints filed against the above mentioned trading member will be dealt with in accordance with the Rules, Bye-laws and Regulations of the Exchange / NCL. The complaints can be filed online at www.nseindia.com> Domestic Investors> Complaints> Register an E-complaint. Alternatively, the complaint forms can be downloaded from www.nseindia.com> Domestic Investors> Complaints> Register a complaint offline> Complaints against Trading Member or may be obtained from the Exchange office at Mumbai and also at the Regional Offices.

For National Stock Exchange of India Ltd.
Sd/-
Place: Mumbai Vice President
Date: June 09, 2022 Compliance

NSE

National Stock Exchange of India Ltd.

'Exchange Plaza', Bandra-Kurla Complex, Bandra (E), Mumbai-400 051

NOTICE

Notice is hereby given that the following trading member of the National Stock Exchange of India Ltd. (Exchange) has requested for the surrender of its trading membership of the Exchange:

Sl. No.	Name of the Trading Member	SEBI Regn. No.	Last Date for filing complaints
1.	ATLAS INTEGRATED INZ000166836 FINANCE LTD.		August 09, 2022

The constituents of the above-mentioned trading member are hereby advised to lodge immediately complaints, if any, against the above trading member on or before the last date for filing complaints as mentioned above and no such complaint filed beyond this period will be entertained by the Exchange against the above mentioned trading member and it shall be deemed that no such complaints exist against the above mentioned trading member or such complaint, if any, shall be deemed to have been waived. The complaints filed against the above trading member will be dealt with in accordance with the Rules, Bye-laws and Regulations of the Exchange / NSE Clearing Limited. The complaints can be filed online at <https://www.nseindia.com/invest/file-a-complaint-online>. Alternatively, the complaint forms can be downloaded from <https://www.nseindia.com/invest/download-complaint-form-for-offline-registration> or may be obtained from the Exchange office at Mumbai and also at the Regional Offices.

For National Stock Exchange of India Ltd.
Sd/-
Place: Mumbai Vice President
Date: June 09, 2022 Compliance

Cholamandam Financial Holdings Limited

Regd. Office: 'Dare House', No. 234, N.S.C. Bose Road, Chennai - 600 001.
Tel: 044-4217770-5; Fax: 044-4210404
E-mail ID: investorservices@chfml.murugappa.com; Website: www.cholamf.com
CIN:L65100TN1949PLC002905

NOTICE

Notice is hereby given pursuant to the section 124(B) of the Companies Act, 2013 (the Act) and rules read with the provisions of the Investor Education and Protection Fund Authority (Accounting, Audit, Transfer and Refund) Rules, 2016 notified by the Ministry of Corporate Affairs (MCA).

As per the above provisions, all shares in respect of which dividend has not been paid or claimed for seven consecutive years or more are required to be transferred to the demat account of the Investor Education Protection Fund (IEPF) Authority. In respect of the Final Dividend declared for the financial year 2014-15, the due date for transfer of the shares is 16th September, 2022. Individual communication is being sent to the concerned shareholders whose shares are liable to be transferred to IEPF Authority at the latest available address advising them to claim their dividends.

Details of shareholders including the name, folio number/DP ID/client id and equity shares due for transfer to IEPF Authority are being uploaded on the Company's website at <http://www.cholamf.com> for verification by the concerned shareholders. Shareholders may note that both unclaimed dividend and the shares to be transferred to the IEPF Authority after all benefits accruing on such shares, if any, can be claimed by them from the IEPF Authority after following the due procedure prescribed in the Rules.

In case the Company / KFin Technologies Limited (RTA) does not receive the requisite documents by 31st August, 2022, in compliance with the requirements of the said Rules, the Company shall proceed to transfer the shares to the IEPF as per procedure stipulated in Rules, without any further notice.

For further information / clarification, concerned shareholders may contact the Company or the RTA at the following address:

<p>Cholamandam Financial Holdings Limited Regd. Off: 'Dare House', No.234, N.S.C. Bose Road, Chennai - 600 001. Tel: 044-4217770-5; Fax: 044-4210404 Email: investorservices@chfml.murugappa.com Website: www.cholamf.com</p>	<p>KFin Technologies Limited. Kany Selenium Tower B, Plot 31 - 32, Gachibowli, Hyderabad District, Nanakranguda, Hyderabad - 500 032 Toll Free No.: 1800 309 4001 Fax No: 040-2342 0814 Email: cinward.ris@kfintech.com Website: www.kfintech.com or ris.kfintech.com</p>
---	--

Further, shareholders are requested to update their KYC details with RTA / Depository Participant.

For Cholamandam Financial Holdings Limited
E. Krithika
Company Secretary

Chennai
June 8, 2022

Ramkrishna Forgings Limited

CIN No: L74210WB1981PLC034281
23 CIRCUS AVENUE, KOLKATA-700017
Email - secretaria@ramkrishnaforgings.com
Phone: 033-4082 0900/122 0900, Fax-033-4082 0998/122 0998
Website: www.ramkrishnaforgings.com

NOTICE FOR REGISTRATION OF EMAIL IDS FOR FORTHCOMING POSTAL BALLOT THROUGH REMOTE E-VOTING MEANS ONLY

Notice is hereby given that Ramkrishna Forgings Limited (the Company) is proposing to pass the resolutions as set out in the Postal Ballot Notice dated 3 May, 2022 through remote e-voting.

In view of the continuing COVID - 19 pandemic, the Ministry of Corporate Affairs (MCA) vide its General circular No. 20/2020 dated 5 May 2020, read with General Circular no. 14/2020 dated 8 April, 2020 and General Circular No. 17/2020 dated 13 April, 2020, General Circular No. 39/2020 dated 31 December 2020, General Circular No. 20/2021 dated 8 December, 2021 and General Circular no. 3/2022 dated 5 April, 2022 (collectively referred to as "MCA Circulars") and Circular No. SEBI/HO/CFD/CMD1/CIR/P/2020/79 dated 12 May 2020 issued by the Securities and Exchange Board of India (SEBI) has permitted to conduct Postal Ballot through remote e-voting means only.

In compliance with the above mentioned SEBI and MCA Circulars, the Company is issuing this Public Notice to encourage its Members to register their email ids to enable them to vote on the Postal Ballot Resolutions.

Electronic Dissemination of Postal Ballot Notice:

- The Notice of the Postal Ballot will be sent only by electronic mode to those members whose email ids which are registered with the Company/Depositories in compliance with SEBI and MCA Circulars.
- Members holding shares in dematerialized mode, are requested to register their email ids and mobile numbers with their relevant Depositories through their Depository Participants.
- Members holding shares in physical mode who have not registered/updated their email ids with the Company are requested to register by writing with details of folio number and attaching a self-attested copy of their PAN Card to KFin Technologies Limited (Formerly known as KFin Technologies Pvt. Ltd.), Registrar & Share Transfer Agent of the Company, through email at cinward.ris@kfintech.com or to the Company, through email at secretaria@ramkrishnaforgings.com.
- The notice of the Postal Ballot will also be available on Company's website at www.ramkrishnaforgings.com, website of the Stock Exchanges, where the shares of the Company are listed, BSE Limited at www.bseindia.com and National Stock Exchange of India Limited at www.nseindia.com and on the website of KFin Technologies Limited at www.kfintech.com.

Manner of Casting vote at the Postal Ballot

The members will have an opportunity to cast their vote electronically on the business as set out in the Postal Ballot Notice through remote e-voting only. Members whose email ids are already registered with the Company/Depositories, login details for e-voting shall be sent to the registered email ids. Members who have not registered their email ids with the Company/Depositories, the detailed procedure of voting by Members holding shares in dematerialized form, physical mode and for members who have not registered their email ids will be available in the Postal Ballot Notice.

For Ramkrishna Forgings Limited
Sd/-
Rajesh Mundhra
Company Secretary
ACS 12991

Dated : 8 June, 2022
Place : Kolkata

রানিগঞ্জে এসার গ্যাসের নয়া নজির



ভারতের অগ্রণী অঞ্চলিত হাইড্রোকার্বন (কেল বেড মিনের) সংস্থা এসার অয়েল অ্যান্ড গ্যাস এক্সপ্লোরেশন অ্যান্ড প্রোডাকশন লিমিটেড (ইওজিপিএল) আজ ঘোষণা করেছে যে, উর্জা গঙ্গা পাইপলাইনের গ্যাস উৎপাদন ০.৮ মিলিয়ন স্ট্যান্ডার্ড কিউবিক মিটারের লক্ষ্যমাত্রা অতিক্রম করেছে এবং সফলভাবে ১ মিলিয়ন স্ট্যান্ডার্ড কিউবিক মিটারের বেঞ্চমার্কের দিকে অগ্রসর হচ্ছে।

ইওজিপিএল প্রথম বছর আগে রানিগঞ্জ পূর্ব প্রকল্পের প্রাথমিক সস্তাব্যতা প্রদর্শন করে গ্যাস উৎপাদনের ১.০ এমএমএসসিএমডি-র বহু প্রত্যাশিত প্রান্তিক অতিক্রম করেছিল। কোম্পানিটি তার সিবিএম গ্যাস উৎপাদন বৃদ্ধির মাধ্যমে আগামী দশকে একটি "গ্যাসভিত্তিক অর্থনীতি" হয়ে ওঠার জন্য প্রথমবারের দৃষ্টিভঙ্গিতে অবদান রাখতে প্রতিশ্রুতিবদ্ধ।

ইওজিপিএল এর এই সিই ও তথা ডিরেক্টর পঙ্কজ কালারা জানিয়েছেন, 'গ্যাসের চাহিদা, দাম এবং ক্রমবর্ধমান আদানি বিলের প্রবণতা বিবেচনা করে ভারতের মতো যে কোনও উন্নয়নশীল দেশের জন্য শক্তির স্থায়িত্ব জ্যোতিষ্মিত গ্যাসের গুরুত্ব অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। ইওজিপিএল সর্বদা এক্ষেত্রে অগ্রণী ভূমিকা পালন করেছে এবং কৌশলগতভাবে ভারতে অচলিত হাইড্রোকার্বনের বিকাশের দিকে মানোনিবেশ করেছে। গেলি উর্জা গঙ্গা ট্রাক লাইনে অনিব্যাহারিত গ্যাসের জন্য অনেক চ্যালেঞ্জের সৃষ্টি করেছে। তবে, স্থির প্রচেষ্টা এবং প্রযুক্তিগত প্রয়োজন গ্যাস উৎপাদনকে গুরুত্বপূর্ণ করা এবং ০.৮ এমএমএসসিএমডি অতিক্রম

করার জন্য রায়সাম-আপ করার জন্য আমাদের ট্রাকে ফিরিয়ে এনেছে। আমাদের পরবর্তী লক্ষ্য হল ১.০ এমএমএসসিএমডি এবং আমরা এটিকে দ্রুততম সময়ে পৌঁছানোর জন্য সমন্বিত প্রচেষ্টা চালিয়ে যাচ্ছি।' ০.৮ এমএমএসসিএমডি অতিক্রম করা ইওজিপিএলকে ১.০ এমএমএসসিএমডি-এর পরবর্তী লক্ষ্যের দিকে ক্ষেত্র কার্যক্রম এবং প্রচেষ্টাকে আরও বাড়ানোর জন্য উপলব্ধ পূর্বাভাসের সাথে উৎপাদন বক্ররেখাকে সারিবদ্ধ করেছে। ভবিষ্যতে রায়সাম-আপ করার জন্য নতুন প্রযুক্তিগত আয়িকেশনের পাশাপাশি কুপের পুনঃভাঙন এবং পুনরুদ্ধারের একত্রীকরণ হবে, যার মধ্যে অনেকগুলি প্রথমবারের মতো প্রয়োগের জন্য ভারতে সিবিএম-এর ক্ষেত্রে গর্ব অনুভব করবে এবং ইওজিপিএল-এর সিবিএম-এর অগ্রণী প্রচেষ্টার সঙ্গতিপূর্ণ হবে।

ইওজিপিএল নতুন দশকের গোড়ার দিকে সিবিএম অনুসন্ধানে অগ্রণী ভূমিকা পালন করেছিল এবং পশ্চিমবঙ্গের রানিগঞ্জ পূর্ব সিবিএম প্রকল্পে বালিগঞ্জ সাফল্যের সঙ্গে সিবিএম উন্নয়নে নেতৃত্ব দিয়েছিল। এখন পর্যন্ত ইওজিপিএল প্রকল্প প্রায় ৩৫০টি কুপ পরিচালনা করেছে এবং মে, ২০২১ সাল থেকে কুপ পুনরুদ্ধার, প্রযুক্তি প্রয়োগ এবং নির্বিঘ্ন পর্যবেক্ষণের পদ্ধতির সঙ্গে কোম্পানিটি বিখ্যাত সিবিএম বিশেষজ্ঞদের রায়সাম-আপ পূর্বাভাসের সঙ্গে সামঞ্জস্যপূর্ণ। বিভিন্ন পরিবেশ/লজিস্টিক সীমাবদ্ধতা সহ কেভিভি অফিসারের মধ্যে ক্ষেত্র ব্যবস্থাপনাও একটি চ্যালেঞ্জ ছিল যা সফলভাবে প্রশমিত হয়েছিল।

ইওজিপিএল গ্যাস উৎপাদনের ক্ষেত্রে ০.৮ মিলিয়ন স্ট্যান্ডার্ড কিউবিক মিটারের গতি অতিক্রম করেছে

পিএসবি-র নতুন এমডি



পাঞ্জাব আন্ড সিন্থ ব্যাঙ্কের নতুন ম্যানেজিং ডিরেক্টর ও চিফ এগজিকিউটিভ অফিসার হিসেবে কার্যভার গ্রহণ করছেন রঞ্জিত কুমার সাহা। তিনি এর আগে পিএসবি-র এগজিকিউটিভ ডিরেক্টর ছিলেন।

আদানির নতুন চাল

বিশ্ব খাদ্য নিরাপত্তা দিবসে স্থানীয় প্যাকেটবন্দি চাল বাজারে নিয়ে এল আদানি উইলমার লিমিটেড। সংস্থার চিইও তথা এমডি অংগ মলিক জানান, 'বর্তমান থেকে সংগৃহীত মিনিফিক, বর্ষাকটি ও গোবিন্দভোগ প্যাকেটজাত অবস্থায় দেশের সমগ্র পূর্বাঞ্চলে ছড়িয়ে দেবে।' ১.৫ ও ১০ কেজির প্যাকেটে এই চাল পাওয়া যাবে।

মাহিন্দার নতুন গাড়ি



শহরের মধ্যে পণ্য পরিবহনের জন্য ১৭.২ কিমি মাহিন্দার এবং ১৪০০ কেজি পেলোড ক্ষমতাসম্পন্ন নতুন বোল্ডেরা সিট পিক-আপ নিয়ে এল মাহিন্দা। কলকাতায় এটির এর শো-রুম মূল্য শুরু হচ্ছে মাত্র ৭.৯৬ লক্ষ টাকা থেকে। উদ্যোগী অনুলীনে উপস্থিত ছিলেন মাহিন্দা অটোমোটিভসেডে ভাইস প্রেসিডেন্ট মার্কেটিং হরীশ লালসান্দানি।

ভোজ্য তেলের মূল্যবৃদ্ধি উদ্বেগজনক

সুচিক্রম দাস, কলকাতা

মুদ্র লেগেছে রাশিয়া আর ইউক্রেনে। ইউক্রেনে বিশ্ববাজারে দুটো গুরুত্বপূর্ণ কৃষি পণ্য সরবরাহ করে— গম আর সূর্যমুখী তেল। এর মধ্যে সূর্যমুখী তেল নিপুল পরিমাণে কিনতে হয় ভারতকে। আবার ইন্দোনেশিয়া থেকে কিনতে হয় পাম তেল। এবছর মুদ্র লাগায় ইউক্রেন থেকে সূর্যমুখী তেল আমদানি অনিশ্চিত। অন্যদিকে অভ্যন্তরীণ বাজারের কথা ভেবে সাময়িকভাবে ইন্দোনেশিয়া পাম তেল রপ্তানি বন্ধ করায় বিশ্ববাজারে ভোজ্য তেলের দামে আশঙ্কা লেগেছে। তবে ২৩ মে থেকে পাম তেল রপ্তানিতে নিষেধাজ্ঞা তুলে নিয়েছে ইন্দোনেশিয়া। ফলে কিছুটা তেল সরবরাহ। এতে সামান্য হলেও স্বস্তিতে ভারত।

গত ৬ বছরের হিসেবে হল, এদেশে বছরে মাথাপিছু ভোজ্য তেলের লাগে ১৯ থেকে ২০ কেজি। তবে বর্তমানে ভোজ্য তেলের দাম দেশে উৎপন্ন হয়ে না। আমদানি করতে হয় বিদেশ থেকে। ২০১৯-২০ সালে ভারত আমদানি করেছিল ১৩.৫.২৫ লক্ষ টন উজ্জ্বল তেল। ২০২০-২১ সালে উজ্জ্বল তেল আমদানির পরিমাণ ছিল ১৩.৫.৩১ লক্ষ টন। দাম পড়েছিল ১.১৭ লক্ষ কোটি টাকা। এর মানে, দেশে ভোজ্য তেলের সরবরাহ অনেকটাই নির্ভরশীল ওপর নির্ভরশীল। তাই সরবরাহে ব্যাঘাত ঘটলে দাম ক্রমশ বাড়তে থাকে।

তাদের পাম তেল রপ্তানি বন্ধ ছিল। তবে তাতেও খুব একটা সুবিধা হয়নি। উটে বিদেশ থেকে কোটি কোটি ডলার আয়ের সুযোগ হাতছাড়া হয়েছে। সেই কারণে দেশের প্রেসিডেন্টের জনপ্রিয়তা তলানিতে। জনপ্রিয়তা ফেরাতে দেশ পাম তেল রপ্তানিতে অনুমতি দিচ্ছে ইন্দোনেশিয়া।



অনুমান, ইন্দোনেশিয়া পাম তেল রপ্তানিতে ছাড় দেওয়ার কিছুটা দামবৃদ্ধির চাপ করতে পারে। তবে এবছর সূর্যমুখী তেলের দাম কমার সম্ভাবনা কম। এর পাশাপাশি ডলারের তুলনায় ক্রমশ কমছে টাকার দাম। ফলে ভোজ্য তেলের আদানিতে এখন আগের চেয়ে বেশি টাকা খরচ করতে হচ্ছে। এবং সেই বাড়তি খরচের বোঝা চাপবে বুড়োর দামের ওপর। এছাড়া কোভিড অতিমারির কারণে ক্ষতিগ্রস্ত সরবরাহ শৃঙ্খল এখনও স্বাভাবিক হয়নি। সরবরাহ নিশ্চিত হওয়ার দাম বাড়ছে ভোজ্য তেলের। একই কারণে, বিশেষ করে আর্জেন্টিনায় খরা। সেকারণে মার খেয়েছে সয়াবিন তথা সয়া তেলের উৎপাদনও। ফলে দামবৃদ্ধিতে পিছিয়ে নেই সয়া তেলও। এবছরের জানুয়ারি থেকে এপ্রিল মাসের মধ্যে সূর্যমুখী ও সয়া তেলের দাম বেড়েছে ৫০ থেকে ৫০ শতাংশ পর্যন্ত। একই তেলের দাম বাড়লে সোকে সর্ববরাহ অনেকটাই নির্ভরশীল ওপর নির্ভরশীল। তাই হঠাৎ করে বাড়ায় দাম বাড়বে ওই দুই তেলেরও। এক কথায়, পাম তেল, সূর্যমুখী তেল, সয়া তেল, সর্ষের তেল ও বাদাম তেল— আগামী কয়েক মাসে চড়াই দিকেই থাকবে এসে তেলের দাম। একইসঙ্গে দাম বেড়েছে সারাদেশ গ্যাসের দাম। বেড়েছে কেরোসিন, ডিজেল, পেট্রোলের। এসবের সম্মিলিত প্রভাবে তেলের দাম পৃথিবীর কাছে হয়ে দাঁড়াবে রীতিমতো মাথাব্যথার কারণ। তবে সম্প্রতি এক বিবৃতিতে কেন্দ্রীয় সরকার জানিয়েছে, দেশে ২০ লক্ষ ০ হাজার টন ভোজ্য তেল মজুত রয়েছে। এছাড়া এমসেই এল পৌঁছানোর কথা ১০ লক্ষ টন ভোজ্য তেল। অতএব বাজারে সরবরাহের অভাব হবেন না। যদিও তাতে দাম কমবে কিনা এমন কথা বলা হয়নি। বরং, আশঙ্কা প্রকাশ করা হয়েছে, ভোজ্য তেলের পাম তেলের তৈরি পাণের দাম বাড়তে পারে ৭ থেকে ১০ শতাংশ। তাই আগে থেকে কবি শক্ত করার কথা ভাবাই ভাল।

আগের পাতার পরে...		২০২১-২২		ই-নিলাম বিক্রয় বিজ্ঞপ্তি	
ক্রম নং	ক্রম নং	ক্রম নং	ক্রম নং	ক্রম নং	ক্রম নং
১	২	৩	৪	৫	৬
৭	৮	৯	১০	১১	১২
১৩	১৪	১৫	১৬	১৭	১৮
১৯	২০	২১	২২	২৩	২৪
২৫	২৬	২৭	২৮	২৯	৩০
৩১	৩২	৩৩	৩৪	৩৫	৩৬
৩৭	৩৮	৩৯	৪০	৪১	৪২
৪৩	৪৪	৪৫	৪৬	৪৭	৪৮
৪৯	৫০	৫১	৫২	৫৩	৫৪
৫৫	৫৬	৫৭	৫৮	৫৯	৬০
৬১	৬২	৬৩	৬৪	৬৫	৬৬
৬৭	৬৮	৬৯	৭০	৭১	৭২
৭৩	৭৪	৭৫	৭৬	৭৭	৭৮
৭৯	৮০	৮১	৮২	৮৩	৮৪
৮৫	৮৬	৮৭	৮৮	৮৯	৯০
৯১	৯২	৯৩	৯৪	৯৫	৯৬
৯৭	৯৮	৯৯	১০০	১০১	১০২

সারফার্সি অ্যান্ড, ২০২২ এর অগ্রীনে বিবিধ বিক্রয় বিজ্ঞপ্তি

আনুমানিক আর্থিক পরিমাণ: ১০.০৬.২০২২