

PUBLIEKE VERSIE

Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit

Beslissing BMA-2016-IO-12 van 25 maart 2016 in toepassing van artikel IV.61, § 2, van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wetten van 3 april 2013

Zaak nr. MEDE-I/O-15/0030

Kinopolis Group NV/Utopolis (Utopia NV) – opvolging van de voorwaarden opgelegd in het arrest 2008/MR/22-23-24 van het Hof van Beroep te Brussel van 11 maart 2010

I. Procedure

I.1 Procedure eerste fase

1. De aanmeldende partij heeft een verzoekschrift in bovenvermelde zaak ingediend bij het Auditoraat op 12 oktober 2015.
2. Op dezelfde dag werd Charlotte Delmeire, attaché bij de BMA, door de auditeur-generaal aangewezen als auditeur belast met de dagelijkse leiding van het onderzoek. Patrick Marchand, auditeur, en Karen Vanderstraeten, attaché, werden toegevoegd aan het onderzoeksteam. Mevrouw Griet Jans, adjunct van de directeur economische studies, heeft bijstand verleend aan het onderzoek.
3. Op 9 november 2015 heeft de voorzitter het Mededingingscollege samengesteld.
4. Op 4 november 2015 werd een brief, in toepassing van artikel IV.59 WER, naar de vertegenwoordiger van de aanmeldende partij verstuurd. Als reactie op deze brief liet de aanmeldende partij via e-mail van 6 november 2015 weten dat zij in dit stadium van de procedure geen verbintenissen zal neerleggen.
5. Het onderzoek werd afgesloten op 10 november 2015, de dag waarop het gemotiveerd ontwerp van beslissing (hierna **Ontwerpbeslissing**¹) aan de aanmeldende partij alsook aan het Mededingingscollege werd overgemaakt.

¹ Verder in het document kan de term **Ontwerp** worden gebruikt.

6. Op 23 november 2015 hebben UGC en I-Magix schriftelijke opmerkingen neergelegd. Euroscop heeft geen opmerkingen neergelegd, gezien zij volledig aansluiten bij de analyse en conclusies van het Auditoraat in haar ontwerpbeslissing.
7. Op 25 november 2015 heeft de aanmeldende partij schriftelijke opmerkingen neergelegd (hierna **Schriftelijke Opmerkingen**). In het tweede fase onderzoek diende de aanmeldende partij ter aanvulling hierop een tekst in (hierna **Memorandum**).
8. De partijen werden gehoord op 26 november 2015, alsook UGC, I-Magix, Euroscop, het auditoraat en de directeur economische studies en adjunct van de directeur economische studies.
9. De vervaldatum van de termijn voor de eerste fase is op 30 november 2015.

1.2 Beslissing Mededingingscollege

10. Op 30 november 2015 (BMA-2015-I/O-69) beslist het Mededingingscollege wat volgt:
 - stelt vast dat de aangemelde concentratie valt binnen het toepassingsgebied van Boek IV van het Wetboek van Economisch recht als gevolg van de voorwaarde opgelegd door de Raad voor de Mededinging bij beslissing van 17 november 1997, zoals gewijzigd bij beslissing van 1 oktober 2008 en het arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010;
 - stelt vast dat er geen twijfel over bestaat dat deze hoger genoemde voorwaarde nog steeds van toepassing is aangezien de koper tot op heden geen verzoek tot opheffing van deze voorwaarde heeft ingediend. Hierdoor kan het mededingingscollege niet anders dan de aangemelde concentratie te beoordelen op basis van de hoger genoemde vierde voorwaarde;
 - stelt vast dat alle bepalingen van de concentratiecontrole op de aangemelde concentratie moeten toepast worden, inclusief de voorziene beoordelingstoets;
 - stelt vast dat er ernstige twijfels bestaan omtrent de toelaatbaarheid van de concentratie;
 - beslist de procedure van bijkomend onderzoek, bedoeld in artikel IV.62 van de wet, in te zetten.

1.3 Procedure tweede fase

11. De Procedure voor bijkomend onderzoek ging van start op 1 december. De samenstelling van het onderzoeksteam en de auditeur werden niet gewijzigd.
12. Op 23 december 2015 heeft de aanmeldende partij volgende verbintenis aangeboden²:

² Zie Bijlage 2 bij deze herziene ontwerp van beslissing.

“Kinopolis Group NV en elke dochteronderneming van Kinopolis ("Kinopolis") zal gedurende een periode van drie jaar die aanvangt op het ogenblik van het verwerven van de controle (in de zin van artikel 5, Boek I, Wetboek van Vennootschappen) over de vennootschappen die betreffende complexen exploiteren ("de Periode") de bioscoopcomplexen gelegen in Aarschot, en Lommel niet sluiten (hierna "Bioscoopcomplexen/Bioscoopcomplex").

Kinopolis zal evenwel een Bioscoopcomplex kunnen sluiten indien, één van de volgende feiten, zich voordoen :

1. Kinopolis verliest de nodige vergunningen om het betreffende Bioscoopcomplex uit te baten of de

zakelijke of contractuele rechten over het Bioscoopcomplex die de uitbating mogelijk maken.

2. Een "force majeure" maakt een exploitatie onmogelijk of een verdere uitbating onrendabel.

Kinopolis kan één of beide Bioscoopcomplexen sluiten zonder voorafgaande toestemming van de BMA indien één van deze feiten zich voordoet.

Kinopolis kan in elk geval één of beide Bioscoopcomplexen aan een derde partij verkopen. De verbintenis vervalt dan op de dag dat de eigendom van het complex aan de derde partij wordt overgedragen.

Kinopolis is enkel verplicht de BMA na sluiting of verkoop hiervan op de hoogte te brengen.

Kinopolis kan op elk ogenblik de BMA verzoeken om de verbintenis te wijzigen of op te heffen. De procedure met betrekking tot de controle van concentraties van ondernemingen die van toepassing is op het ogenblik van het neerleggen van het verzoek is ook van toepassing voor de behandeling van zulk verzoek, dat, in elk geval, per aangetekende brief per drager of per e-mail kan worden ingediend.”

Door het aanbieden van deze verbintenis werd de onderzoeksperiode verlengd met 20 werkdagen.

13. Op 20 januari 2016 werden de hierboven aangeboden verbintenis aangepast door ze om te zetten in volgende drie verbintenissen³:

"Op 20 januari 2016 heeft Kinopolis de verbintenis, aangeboden op 23 december 2015, gewijzigd door volgende drie verbintenissen voor te stellen :

1) Kinopolis Group NV en elke dochteronderneming van Kinopolis ("Kinopolis") verbindt zich om binnen een termijn van 1 jaar na de goedkeuring van de Transactie de bioscopen in Aarschot en Lommel aan een andere exploitant over te dragen.

³ Zie Bijlage 3 bij deze herziene ontwerp van beslissing.

2) Kinopolis verbindt zich om binnen een termijn van zes maanden na de goedkeuring van de Transactie de capaciteit van de bioscoop in Antwerpen tot [VERTROUWELIJK] zalen en [VERTROUWELIJK] zetels te verminderen in plaats van de huidige [VERTROUWELIJK] zalen en [VERTROUWELIJK] zetels.

3) Kinopolis verbindt zich om gedurende een termijn van vijf jaar na de goedkeuring van de Transactie de capaciteit van de Utopolis-bioscoop in Mechelen en Turnhout (zowel in zalen als in zetels) niet uit te breiden."

14. Op 21 januari 2016 zond het Auditoraat een Markttest uit om de laatst aangeboden verbintenissen te toetsen. De Markttest werd uitgezonden naar de voornaamste concurrerende bioscoopexploitanten en filmdistributeurs.
15. Het onderzoek werd afgesloten op 29 januari 2016, de dag waarop het herzien ontwerp van beslissing aan de aanmeldende partij alsook aan het Mededingingscollege werd overgemaakt.
16. Op 10 februari 2016 heeft de aanmeldende partij schriftelijke opmerkingen neergelegd (hierna **Memorandum**).
17. Op 16 februari 2016 heeft het Auditoraat een aanvullend ontwerp van beslissing neergelegd (hierna **Aanvullend Ontwerpbeslissing**).
18. De partijen werden gehoord op 29 februari 2016, alsook UGC, I-Magix, Euroscop, het auditoraat en de directeur economische studies en adjunct van de directeur economische studies.
19. Op 1 maart 2016 verzoekt Kinopolis op grond van artikel IV.62 §6 derde alinea WER een verlenging met twintig werkdagen om nieuwe verbintenissen voor te stellen. Het College heeft de verlenging goedgekeurd.
20. In dit kader, werden Kinopolis en het Auditoraat opnieuw gehoord op 3 maart 2016 .
21. Op 7 maart en 11 maart 2016 hebben nieuwe zittingen plaatsgevonden om nieuwe pistes te bespreken en tot een consensus te komen.
22. Op verzoek van het College, heeft het Auditoraat op 15 maart 2016 de markttest voor de verbintenissen in de versie zoals door Kinopolis neergelegd op 14 maart 2016 uitgestuurd naar marktspelers.
23. Op 18 maart 2016 werden de partijen gehoord betreffende de nieuwe verbintenissen, alsook UGC, I-Magix , Euroscop, het auditoraat en de directeur economische studies en adjunct van de directeur economische studies. Naar aanleiding van de markttest, van de zitting van 18 maart 2016 en van commentaren door het Auditoraat heeft Kinopolis een nieuwe versie van de verbintenissen neergelegd op 24 maart 2016.

24. De vervaldatum van de termijn voor de tweede fase is op 29 maart 2016.

II. Betrokken partijen

II.1 De aanmeldende partij: de koper⁴

25. De koper is Kinopolis Group NV (“**Kinopolis**”) met vennootschapszetel te Eeuwfeestlaan, nr. 20, 1020 Brussel, België, met ondernemingsnummer 415.928.179.

II.1.1 Aard van de bedrijfsactiviteiten van de onderneming

26. Kinopolis baat via haar dochterondernemingen bioscoopcomplexen uit in België, Frankrijk, Nederland, Spanje en Zwitserland (voor de lijst van de Kinopolis-bioscopen zie Bijlage 1 van het verzoekschrift) is actief in de film distributie (via haar dochter KFD), exploiteert een regie die schermreclame verkoopt via haar dochteronderneming Brightfish en is tot slot actief in de vastgoedsector.

II.2 De verkoper⁵

27. CLdN Fin. SA, CLdN Finance SA en Utopia Management SA zijn de verkopende aandeelhouders van Utopia NV (“Utopia”). De CLdN-groep is actief in de transportsector (zeevervoer en vervoer over de weg). Utopia Management SA is enkel actief in de bioscoopsector via haar participatie in Utopia SA.

28. Utopia SA heeft haar vennootschapszetel te Avenue J-F Kennedy 45, L-1855 Luxemburg, met ondernemingsnummer B29756.

II.3 De doelactiva en doelonderneming⁶

29. Utopia exploiteert onder de merknaam Utopolis, zoals hierboven reeds aangegeven, bioscopen in Nederland, Frankrijk, Luxemburg en België (voor de lijst van de Utopolis-bioscopen zie Bijlage 3 van het verzoekschrift).

II.4 Vertegenwoordigers⁷

30. Voor Kinopolis Group NV:

⁴ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 1.

⁵ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 1.

⁶ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 1.

⁷ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 45.

III. Herzien ontwerp van beslissing

31. Op 29 januari 2016 legde de auditeur het volgende voor:

IV. "Aangemelde operatie"

IV.1 Beschrijving van de operatie : positie aanmeldende partij⁸

27. Kinopolis heeft op 7 juli 2015 een principeovereenkomst gesloten met de aandeelhouders van Utopia met het oog op het verwerven van 100% van de aandelen in Utopia NV. De operatie die met het verzoekschrift werd aangemeld aan de Belgische Mededingingsautoriteit betreft de vier Utopolisvestigingen in België, namelijk Utopolis Mechelen, Utopolis Lommel, Utopolis Aarschot en Utopolis Turnhout.

IV.2 Doel van de concentratie: positie aanmeldende partij⁹

28. De Transactie kadert in de internationale expansiestrategie van Kinopolis, die reeds in 1997 bij de oprichting van Kinopolis was aangekondigd en gestaag wordt uitgevoerd.

29. Zo heeft Kinopolis in 2014 in Spanje twee bijkomende bioscopen en in Nederland de Wolff-bioscopen overgenomen en is zij gestart met de bouw van een bioscoopcomplex in Dordrecht en zal zij de komende maanden de bouw van bioscopen in Utrecht en Breda aanvatten. Recent verwierf Kinopolis tevens een bioscoopcomplex met 12 zalen in Frankrijk.

30. De aangemelde Transactie is een nieuwe stap in uitvoering van deze strategie.

- In Luxemburg wordt Kinopolis voor het eerst actief.
- In Nederland zal Kinopolis actief worden in nieuwe verzorgingsgebieden.
- In Frankrijk betekent de verwerving een aanvulling van haar bestaande bioscoopcomplexen in het noordoosten van Frankrijk.
- In België verwerft Kinopolis complexen in verzorgingsgebieden waarin zij op dit ogenblik nog niet actief is.

31. Toch blijft Kinopolis op de Europese schaal slechts een middelgrote speler. Odeon/UCI met 236 bioscopen en 2179 schermen, Vue, met 209 bioscopen en 1.859 schermen, Cineworld met 101 bioscopen en 886 schermen en Gaumont Pathé met 92 bioscopen en 969 schermen zijn de grootste groepen die in Europa actief zijn. Ter vergelijking, Kinopolis zal na de Transactie 46 bioscopen uitbaten met gezamenlijk 452 schermen.

⁸ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 2.

⁹ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 2.

IV.3 Type overeenkomst

32. De transactie betreft de overname door Kinopolis van 100% van het aandelenkapitaal van Utopia NV. De operatie die in het verzoekschrift werd aangemeld aan de Belgische Mededingingsautoriteit betreft de vier Utopolisvestigingen in België, namelijk Utopolis Mechelen, Utopolis Lommel, Utopolis Aarschot en Utopolis Turnhout.

IV.4 Onderzoekstermijnen tweede fase

<i>Beslissing Mededingingscollege</i>	<i>30 november 2015</i>
<i>Aanmelding bijkomend onderzoek</i>	<i>1 december 2015</i>
<i>Verbintenissen Kinopolis</i>	<i>23 december 2015</i>
<i>Datum neerlegging herzien ontwerp van</i>	<i>29 januari 2016</i>
<i>Schriftelijke opmerkingen Kinopolis</i>	<i>10 februari 2016</i>
<i>Aanvullend ontwerp van beslissing</i>	<i>16 februari 2016</i>
<i>Hoorzitting</i>	<i>Tussen 29 februari/4 maart 2016</i>
<i>Beslissing Mededingingscollege</i>	<i>4 maart 2016</i>

V. Juridisch kader

V.1 Rechtspraak en beslissingen

V.1.1 *Beslissingspraktijk van de Raad voor de Mededinging en rechtspraak van het Hof van Beroep*

***i) Beslissing van 17 november 1997 nr. 1997-C/C-25 betreffende de concentratie tussen de groepen Bert en de groep Claeys onder de benaming "Kinopolis groep"*¹⁰**

33. Bij beslissing van 17 november 1997 keurde de Raad voor de Mededinging de concentratie die leidde tot de oprichting van Kinopolis goed onder voorwaarden.
34. Samengevat kwam de Raad voor de Mededinging tot de conclusie dat de concentratie leidt tot een versterking van de gezamenlijke machtspositie van de anmeldende partijen, met tot gevolg een merkbare belemmering op de Belgische betrokken markt van het vertonen van films. Deze conclusie steunde onder meer op volgende vaststellingen :

¹⁰ B.S. 5 februari 1998, p. 3276 e.v.

- *globaal gezien is de infrastructuur van het zalenpark sedert 1990 stabiel, wat betreft het aantal zalen en zetels;*
- *het gemiddeld aantal inwoners per scherm in België ligt hoger dan het Europees gemiddelde;*
- *België heeft de grootste schermendichtheid in Europa;*
- *België heeft een veel hoger percentage aan schermen in bioscoopcomplexen met 8 schermen of meer dan het Europees gemiddelde (in 1995 35,1% tov. 11,9%, en in 1997 gestegen tot 39,1%);*
- *de grootste multi-zalencomplexen (megaplexen) bevinden zich in de stedelijke randgebieden en bieden een grote diversiteit in programmering geconcentreerd op één enkele plaats aan;*
- *bioscopen die afgestemd zijn op een cinefiel publiek zijn in de minderheid en zijn enkel in grote steden of in universiteitssteden gevestigd;*
- *vóór zij overgingen tot de oprichting van Kinopolis (in 1987) en KFD (in 1991) vulden de aanmeldende partijen elkaar aan wat de geografische spreiding van hun zalen betreft;*
- *Kinopolis zou na de concentratie beschikken over hoge marktaandelen in functie van het aantal zalen en zetels, per provincie;*
- *de groep Kinopolis heeft veel hogere marktaandelen, uitgedrukt in functie van het aantal zalen en zetels, indien men slechts rekening houdt met de bioscoopnederzettingen gevestigd in de stedelijke agglomeratie of aan de rand ervan;*
- *de zeer zwakke positie van de andere uitbaters van bioscopen, vergeleken met deze die de groepen Bert en Claeys samen innemen;*
- *de belangrijkste concurrenten van de groep Kinopolis baten zalen uit die geografisch niet of weinig zijn verspreid;*
- *een reeks belangrijke groepen die volgens de aanmeldende partijen op korte termijn nieuwe bioscoopvestigingen in de West-Europese landen plannen, hebben geen implanteringsprojecten in België, hetgeen ook wijst op een verzadiging van het Belgisch bioscopenpark;*
- *de groepen Bert en Claeys zijn ook actief op de markt voor het verdelen van films via KFD, waarvan het marktaandeel in volle evolutie is;*
- *de aanmeldende partijen genieten betere huurprijzen bij de filmdistributeurs dan hun concurrenten;*
- *de gemiddelde toegangsprijs ligt hoger dan het Europees gemiddelde;*
- *bioscoopuitbaters bevinden zich in hun relatie tot de filmhuizen op een nationale markt, terwijl zij ten opzichte van de bioscoopbezoekers zich op een geografisch beperkter domein begeven;*
- *door het samenvoegen van de marktaandelen van de groepen Bert en Claeys met deze van de door hen opgerichte joint-venture, komt een groep tot stand met een marktaandeel van 46,74% van het aantal toeschouwers, terwijl de eerstvolgende marktdeelnemer slechts een aandeel heeft van 8,9% en de daaropvolgende deelnemers een marktaandeel hebben dat gelijk op lager is dan 5 %;*
- *de Belgische markt is verzadigd, zeker wat betreft grote complexen met acht schermen en meer,*
- *uit de stukken blijkt dat de partijen waar zij in het verleden reeds samen optraden, aan de filmdistributeurs voorwaarden konden opleggen voor al hun schermen; partijen hebben hierdoor invloed op de activiteiten van hun concurrenten; dit heeft uiteindelijk weerslag op het commercieel succes van een film en leidt tot een verschraving van het filmaanbod.*

35. *Desondanks kwam de Raad voor de Mededinging tot de conclusie dat er redenen voorhanden zijn om de concentratie toe te laten, en dit in toepassing van artikel 10 § 3 van de [toenmalige] wet, inzonderheid rekening houdend met de competitiviteit van de betrokken sector ten opzichte van de internationale mededinging.*

Concreet overwoog de Raad dat betreft dit laatste punt de concentratie ongetwijfeld ertoe kan bijdragen dat de groep zich op Europees niveau ontwikkelt ondanks de aanwezigheid van in Europa reeds gevestigde belangrijke verticaal geïntegreerde groepen, dat de groep dankzij een schaalvergroting op Europees niveau een bijdragen kan blijven leveren tot de technische audiovisuele vooruitgang in de sector die ook ten goede komt van de toeschouwers, en dat verwacht kan worden dat de groei van de groep op internationaal vlak op zijn beurt tot gevolg kan hebben dat er in België een beter evenwicht tot stand komt tussen de uitbaters van bioscopen in België en de grote internationale groepen die de filmwereld beheersen, waardoor het filmaanbod, dat in België beperkt is, ook verruimt.

36. *De Raad voor de Mededinging besliste evenwel dat voorwaarden moeten worden opgelegd die alle ertoe strekken de gevolgen op de Belgische markt te beperken, “mede gelet op het doel dat de aanmeldende partijen met de concentratie, met name dankzij een beursintroductie een investeringsprogramma uit te voeren in het buitenland.”*

37. *Bijgevolg besliste de Raad tot een goedkeuring onder voorwaarden, met name :*

Eerste voorwaarde :

“1. De groep die uit de concentratie zal ontstaan zal :

- a. geen exclusiviteit eisen of vragen aan filmdistributeurs wat betreft het toewijzen van films ten aanzien van andere exploitanten van bioscopen;*
- b. de films die de groep zelf distribueert niet voorbehouden voor eigen zalen;*
- c. geen prioriteitsrecht – d.i. het recht dat de film gedurende enige tijd in hun zalen speelt vóór de film voor anderen ter beschikking wordt gesteld – eisen van of vragen aan filmverdelers inzake het toewijzen van films aan andere exploitanten of prioriteitsrechten bekomen over films die de groep zelf verdeelt;*
- d. geen aanzienlijk betere promotie voeren voor films die de groep verdeelt, noch op onredelijke wijze meer gunstige criteria eisen voor deze producten inzake programmatie, looptijd of zaalkeuze, noch de films die de groep distribueert anderszins op onredelijke wijze bevoordelen.*

38. *De Raad kaderde deze voorwaarde als volgt :*

“Overwegende dat de onder punt 1 van het beschikkend gedeelte van deze beslissing gestelde voorwaarden – die door de aanmeldende partijen zelf als verbintenissen zijn aangeboden – ertoe strekken de gelijke behandeling van de zaalexploitanten wat betreft de distributievoorzaken voor films te waarborgen.”

Tweede voorwaarde :

“2. Binnen een termijn van één jaar vanaf heden zal een einde worden gesteld aan de bestaande overeenkomsten met onafhankelijke zaaluitbaters wat betreft de programmatie en zullen de ondernemingen die deel uitmaken van de groep geen nieuwe akkoorden sluiten met onafhankelijke zaaluitbaters wat betreft de programmatie.”

39. De Raad kaderde deze voorwaarde als volgt :

“Overwegende dat de onder punt 2 van het beschikkend gedeelte gestelde voorwaarde een toename van de concurrentiekracht

Derde voorwaarde :

“3. De aanmeldende partijen zullen van de gewestelijke investeringsmaatschappij die bij de concentratie betrokken is, niet vragen noch bekomen dat zij niet participeert in of steun geeft aan andere ondernemingen die met de groep een concurrerende activiteit uitoefenen.”

40. De Raad kaderde deze voorwaarde als volgt :

“Overwegende dat de onder punt 3 van het beschikkend gedeelte gestelde voorwaarde slaat op de verbintenis uit de samenwerkingsovereenkomst tussen de partijen betreffende het exclusiviteitsbeding van de GIMV, dat een beperking inhoudt die voor het bereiken van het doel van de concentratie niet onmisbaar is en door niets wordt verantwoord.”

Vierde voorwaarde :

“4. De groep die uit de concentratie ontstaat, zal geen nieuw één-of-meer-zalencomplex oprichten of overnemen noch een bestaand complex uitbreiden, renoveren of vervangen zonder de voorafgaande instemming van de Raad voor de Mededinging.

Deze voorwaarde van voorafgaande instemming van de Raad geldt niet bij een uitbreiding, renovatie van een bestaand complex of vervanging van ene bestaand complex door een ander complex, indien dit tot gevolg heeft dat het aantal zetels of zalen van het betrokken complex stijgt met minder dan 20 % gedurende de termijn bepaald in punt 5 van dit beschikkende gedeelte”.

De Raad zal op een verzoek tot instemming een beslissing nemen binnen de termijnen zoals deze thans gelden voor het concentratietoezicht na de partijen te hebben gehoord. Bij ontstentenis van beslissing binnen deze termijnen zal de Raad geacht worden met het verzoek in te stemmen”.

41. De Raad kaderde deze voorwaarde als volgt :

“Overwegende dat de onder punt 4 van het beschikkend gedeelte van deze beslissing gestelde voorwaarde die partijen zelf als verbintenis hebben aangeboden - evenwel in andere termen en met andere modaliteiten - onmisbaar is om een daadwerkelijke mededinging op de Belgische markt te handhaven ondanks de concentratie, door de bedreiging van verdere groei van de groep op de Belgische markt tegen te houden, voor zover zou vaststaan dat een uitbreiding van het zalenpark van de groep in België de daadwerkelijke mededinging belemmert, en hierdoor betere mededingingsvoorwaarden te creëren voor de andere zaalexploitanten”.

42. Wat betreft de duur van de verbintenissen, besliste de Raad als volgt :

“Deze voorwaarden gelden voor een periode van tien jaar, die stilzwijgend wordt verlengd voor gelijke termijnen van tien jaar tenzij de Raad, op verzoek van de partijen ingediend zes maanden voor het verstrijken van deze termijn, beslist deze voorwaarden op te heffen.

De Raad zal worden geacht de voorwaarden te hebben opgeheven bij ontstentenis van een beslissing binnen de termijnen die gelden inzake concentratietoezicht.”

ii) Beslissing nr. 2007-C/C-12 van 16 april 2007 omtrent het verzoek van Kinopolis groep tot het opheffen van de voorwaarden opgelegd in Beslissing nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997.

43. *Op 8 december 2006 heeft Kinopolis bij de Raad een verzoek ingediend tot herziening en opheffing van de voorwaarden.*
44. *Kinopolis steunde haar verzoekschrift op volgende motieven:*
 - *feitelijke ontwikkelingen in de markt,*
 - *juridische argumenten met de stelling dat de voorwaarden niet langer wettelijk waren en discriminerend en anticompetitief werkten, en*
 - *economische argumenten resulterend uit een economische studie over de Belgische bioscoopmarkt en de positie van Kinopolis op deze markt met verwijzingen naar de relevante productmarkt, de vermeende machtspositie van Kinopolis, en de economische verantwoording van de concentratievoorwaarden in het licht van de huidige marktsituatie.*
45. *De Raad oordeelde dat de relevante productmarkt de markt was voor het vertonen van films in de bioscoop en stelde dat op basis van de kenmerken, prijzen en gebruik het vertonen van films via de bioscoop significant verschilt met het vertonen van films via het DVD-kanaal, (betaal)televisie, internet, enz. Deze alternatieve kanalen kunnen wel een zijdelingse concurrentiedruk uitoefenen op deze markt. De Raad analyseerde ook economische studies en beslissingen van andere mededingingsautoriteiten inzake de relevante productenmarkt in deze sector.*
46. *Verder oordeelde de Raad dat de exacte afbakening van de relevante geografische markt kon opengelaten worden omdat de analyse m.b.t. de mogelijks gewijzigde marktomstandigheden en de analyse m.b.t. het verzoek van de opheffing van de voorwaarden niet substantieel verschilden wanneer een nationale dan wel een engere markt gedefinieerd werd.*
47. *Na de analyse van de relevante markten deed de Raad een onderzoek of de marktomstandigheden nog dezelfde waren als in 1997 en kwam tot de volgende conclusies.*
48. *De Raad kwam tot de conclusie dat Kinopolis in 2007 geen groter aandeel van de Belgische markt voor bioscoopbezoekers had dan in 1997, in tegenstelling tot wat bij de fusie van 1997 werd gevreesd. Verder werd vastgesteld dat het marktaandeel van Kinopolis de laatste vijf jaar een dalende trend vertoonde, terwijl het marktaandeel van andere bioscoopuitbaters gestegen was. Tevens bleek dat andere ondernemingen tot de markt toegetreden waren in de voorbije jaren. De Raad was derhalve van oordeel dat de concurrentiestructuur van de markt sterk geëvolueerd was.*
49. *Ook vanuit het oogpunt van de consument werd geoordeeld dat de markt in volle ontwikkeling was. Zo werd overwogen dat de bioscoopsector meer en meer concurrentie van andere media,*

zoals televisie, DVD, video, internet en dergelijke ondervindt. Verder werd ook de technologische evolutie binnen de sector in overweging genomen.

50. De Raad oordeelde dat de hierboven vermelde substantiële wijziging van de betrokken markt een voldoende reden was om de in 1997 opgelegde voorwaarden op te heffen, aangezien zij niet meer noodzakelijk waren om de gevreesde gevolgen van de fusie tegen te gaan.
51. Voorts werden deze voorwaarden uit de beslissing van 1997 door de Raad eveneens individueel onderzocht om na te gaan of nog bijkomende motieven konden gelden voor het opheffen ervan. De Raad oordeelde dat, met betrekking tot bepaalde voorwaarden, de artikelen 2 en 3 WBEM, respectievelijk 81 en 82 EG, een voldoende garantie zouden bieden om in de toekomst bepaalde overeenkomsten of gedragingen (al dan niet met afsluitingseffecten) te beteugelen. Aangezien bepaalde voorwaarden konden worden opgeheven hadden andere gerelateerde voorwaarden geen bestaansredenen meer.
52. De Raad oordeelde ook dat het behoud van voorafgaande instemming van de Raad met de oprichting, overname, uitbreiding, renovatie of vervanging van een bioscoopcomplex zoals bepaald in voorwaarde 4 niet meer nodig was vanuit mededingingsrechtelijk perspectief aangezien deze activiteiten blijken te geven van interne groei, niet van externe groei. Met betrekking tot externe groei, oordeelde de Raad dat het wenselijk zou zijn dat Kinopolis onderhevig is aan dezelfde regels inzake concentratiecontrole als andere ondernemingen en het niet meer opportuun is om speciale regels te behouden voor één bepaalde onderneming.
53. Tegen deze beslissing zijn FCB (Federatie van Cinema's van België) en concurrenten UGC en Utopolis in beroep gegaan.

iii) Arrest van het Hof van Beroep van 18 maart 2008 (gevoegde zaken 2007/MR/2 tot 4)

54. Op 18 maart 2008 vernietigde het Hof van Beroep bovenvermelde beslissing van de Raad, en stuurde de zaak terug naar de Raad voor de Mededinging.
55. De vernietiging van de bestreden beslissing door het Hof steunde onder meer op volgende bevindingen :

- Voor de bepaling van de relevante geografische markt werd bij de Raadsbeslissing van 17 november 1997 onderscheid gemaakt naargelang de relatie bioscoopuitbaters-distributeurs (aanbodzijde) en de relatie bioscoopuitbaters-bezoekers (vraagzijde). De eerste werd nationaal afgebakend, de tweede 'beperkt'. Uit de toelichting die hierover werd verstrekt, blijkt dat 'beperkt' dient te worden begrepen als lokaal: er werd immers aangevoerd dat de doorsnee bioscoopbezoeker bereid is slechts een beperkte afstand te leggen.

De bestreden beslissing acht thans een standpunt over de geografische afbakening van de markt zonder belang omdat ze concurrentieel analytisch geen relevant onderscheid zou opleveren.

De feiten die in de beslissing worden aangevoerd laten nochtans niet toe uit te maken waarom dit onderscheid geen relevantie heeft in functie van de appreciatie van de evolutie van de marktmacht van Kinopolis tussen november 1997 en april 2007. (§ 85)

- De bestreden beslissing stelt vast dat het nationale marktaandeel van Kinopolis (in aantal bioscoopbezoekers) is gedaald en meent hieruit een duidelijk dalende trend te moeten afleiden. Deze vaststelling inzake daling van het marktaandeel is onterecht. (§§ 86-87)

- *De Raadsbeslissing van 17 november 1997 hecht in het algemeen veel belang aan de lokale marktmacht en merkt op dat de toenmalige positie van de concurrenten zeer zwak waren en dat de belangrijkste ervan dan nog weinig of niet geografisch verspreid waren.*

De bestreden beslissing beperkt zich ertoe te stellen dat het marktaandeel van Kinopolis op lokaal niveau nog wel aanzienlijk is, maar dat het een dalende trend vertoont, zoals op nationaal niveau. Hiervoor wordt enkel gesteund op door Kinopolis verstrekte cijfers die weerlegd zijn en er wordt in het midden gelaten op basis van welke geografische afbakening die aandelen werden vastgesteld. Boven werd reeds vastgesteld dat een dalende trend nochtans niet kon worden vastgesteld. (§§ 91-93)

- *De Raad laat na om gegevens in zijn beoordeling te betrekken aangaande de marktpositie van Kinopolis ten opzichte van zijn leveranciers (aanbodzijde).*

Het verslag doet onder meer blijken dat sedert 1997 het marktaandeel van de vijf grote distributeurs is gekrompen van 85% tot minder dan 70% in 2005. Hieruit volgt dat zij toegenomen strijd leveren om met de bioscoopuitbater te contracteren die de beste complexen heeft en de beste voorstellingstijden biedt. Die factor is nochtans van aard om vergeleken met 1997 de marktmacht van Kinopolis te laten toenemen. (§ 94)

- *Ook betreffende de impact van de verticale integratie van Kinopolis bevat het verslag beredeneerde gegevens die aantonen dat het belang van deze factor sedert 1997 alleen maar is toegenomen: het marktaandeel van Kinopolis (uitgedrukt in bioscoopbezoekers) is gestegen van 1 tot ongeveer 7%, maar belangrijker nog is dat KFD zich profileert als marktleider voor de Vlaamse films. De producenten van Vlaamse films kunnen maar moeilijk voorbij gaan aan KFD, die uitzicht geeft op het vertonen van hun films bij Kinopolis, die ongeveer 60% aantrekt van alle bioscoopbezoekers in Vlaanderen en Brussel samen en hogere percentages in de belangrijkste Vlaamse steden. (§ 94)*

iv) Beslissing nr. 2008 –C/C-52 van 1 oktober 2008

56. *Na vernietiging van de bestreden beslissing door het Hof van Beroep is het verzoek tot opheffing van de voorwaarden dat was ingediend door Kinopolis, opnieuw behandeld door (een anders samengestelde kamer van) de Raad voor de Mededinging.*
57. *In zijn beslissing van 1 oktober 2008 sluit de Raad zich voor de definitie van de relevante productmarkten aan bij het standpunt van de auditeur en gaat uit van de stroomopwaartse markt voor de verdeling van films voor vertoning in de bioscoop en de stroomafwaartse markt voor de vertoning van films in de bioscoop.*
58. *In het kader van de afbakening van een afzonderlijke markt voor het vertonen van films in de bioscoop is volgens de Raad onder meer het aparte venster dat aan bioscopen wordt voorbehouden door de distributeurs en de exclusiviteit die daarmee gepaard gaat van doorslaggevend belang. Daarnaast biedt een bioscoop ook een andere kijkervaring. Volgens de beslissing heeft Kinopolis niet kunnen aantonen dat de technologische ontwikkelingen en de consumentenvoorkeur sinds 1997 dermate veranderd zijn, dat de markt ruimer zou moeten worden afgebakend.*

59. *De marktafbakening moet volgens de Raad lokaal gebeuren. Dit betekent dat het vaststellen of er sprake is van een machtspositie ook strikt genomen voor elk van de relevante markten zou dienen te gebeuren. Gelet op de aard en de omvang van het toezicht in deze procedure, behoeft er volgens de Raad thans niet te worden beoordeeld of Kinopolis een machtspositie bekleedt in de zin van artikel 3 of artikel 8, § 3, van de WBEM.*
60. *De Raad stelt verder vast dat op basis van de cijfers zoals die voor de Raad zijn aangebracht, blijkt dat Kinopolis ongetwijfeld marktleider is op de relevante markten (voor inkoop en vertoning van films) en daarop een sterke positie bekleedt, hetgeen niet noodzakelijk hoeft te betekenen dat een machtspositie in mededingingsrechtelijke zin is vastgesteld of dat er sprake is van een belemmering van de daadwerkelijke mededinging. De marktmacht van Kinopolis is niet doorslaggevend in het oordeel van de Raad. Er zijn een reeks andere, aan Kinopolis externe factoren, die daarbij tevens een rol spelen.*
61. *Op basis van de evolutie van het nationaal marktaandeel van Kinopolis stelt de Raad vast dat dit marktaandeel de eerste jaren na de concentratie is toegenomen tot ongeveer 52%. Vanaf 2001 is het marktaandeel beginnen dalen tot in 2005, toen er zich een zeer beperkte stijging heeft voorgedaan, om vanaf 2006 verder te dalen tot ongeveer 44%.*
62. *Uit de beslissing blijkt dat de marktaandelen van een aantal van de belangrijkste concurrenten de laatste jaren niet aan dezelfde tendens als het marktaandeel van Kinopolis onderhevig zijn. Terwijl het marktaandeel van Kinopolis vanaf 2001 is beginnen afnemen en de laatste jaren stabiel is gebleven, zijn de marktaandelen van een aantal concurrenten, zoals de groep Van de Casseye, Multiscoop en Hanne, aanvankelijk ook gedaald, maar valt vanaf 2004 opnieuw een stijging van hun marktaandeel waar te nemen. Doordat een aantal concurrenten van Kinopolis, zoals de groep Van de Casseye, UGC en Utopolis hun netwerk van bioscoopcomplexen de voorbije tien jaar hebben uitgebreid naar een groter aantal steden, hebben ze zich ook ontwikkeld tot nieuwe regionale concurrenten van Kinopolis. In 2008 heeft UGC haar bioscoopcomplex te Louvain-La-Neuve evenwel gesloten.*
63. *Naast de kwantitatieve gegevens omtrent de marktaandelen van de spelers op de bioscoopmarkt, neemt de Raad in een tweede beweging ook een reeks kwalitatieve elementen mee in de overweging.*
64. *Daarna gaat de Raad over tot de bespreking van de voorwaarden.*
65. *De vierde voorwaarde had volgens de Raad in 1997 het volgende voor ogen:*
- *de voorwaarde zou ertoe moeten leiden dat de verdere groei van de groep op de Belgische markt wordt tegengehouden als ze bedreigend is;*
 - *de groei van de groep is bedreigend wanneer vaststaat dat een uitbreiding van het zalenpark van de groep in België de daadwerkelijke mededinging belemmert;*
 - *de voorwaarde zou voor de andere zaalexploitanten betere mededingingsvoorwaarden moeten creëren.*
66. *De Raad leidt hieruit af dat het instellen van de procedure van voorafgaande instemming dan als doel heeft om toe te laten aan de Raad om de eerste twee genoemde elementen te toetsen, hetgeen moet leiden tot een resultaat dat overeenstemt met het derde element.*
67. *Volgens de Raad beschouwt de Beslissing van 1997 de groei van Kinopolis als zodanig, of de uitbreiding van het zalenpark als zodanig, als niet problematisch. De bedoeling was om een*

toezicht te organiseren om te vermijden dat er een aantasting van de mededinging zou plaatsvinden. Tot die conclusie is de Raad in de afgelopen periode nooit gekomen (de beslissing verwijst ook naar de vorige toepassingsgevallen door de Raad in 2000, 2004, 2005, 2008).

68. *Het lijkt de Raad alleszins duidelijk dat het marktaandeel van Kinopolis niet wezenlijk is gegroeid en dat de afstand tussen Kinopolis en de concurrenten in marktaandeel verkleind is, zowel beschouwd in zetels als in toeschouwers, weze het niet substantieel. Vanuit die optiek lijkt de doelstelling van de Raad in 1997 in de praktijk gedeeltelijk gerealiseerd, aldus de Raad. Het is volgens de Raad nagenoeg ondoenbaar na te gaan of de kloof tussen Kinopolis en de concurrenten nog minder groot of juist groter zou geweest zijn zonder het bestaan van deze voorwaarde. Wat van belang is volgens de Raad, is dat de concurrentie zich alleszins heeft gehandhaafd, dat de markt in beweging is, en dat er belangrijke ontwikkelingen zijn geweest binnen de groep van concurrenten.*
69. *Dit gezegd zijnde, bestaat er bij de Raad ook anno 2008 nog steeds een zorg met betrekking tot de bioscoopmarkt in België. Deze zorg ligt in het verlengde van de zorgen die de Raad in 1997 had maar is genuanceerd op basis van hetgeen ondertussen kan worden vastgesteld in de markt alsook van de meer recente informatie waarover de Raad thans beschikt.*
70. *Het kan immers niet worden ontkend dat Kinopolis beschikt over een zekere marktmacht, voornamelijk door haar belangrijk marktaandeel wanneer dit op nationaal of lokaal niveau wordt bekeken. De Raad stelt vast dat, in tegenstelling tot wat de Raad wellicht meende in 1997, er nog ruimte is voor groei op de Belgische markt, zij het wellicht in beperkte mate. Met name zijn er nog enkele regio's waar er nog ruimte lijkt te zijn voor nieuwe bioscoopcomplexen.*
71. *De Beslissing had reeds vastgesteld dat de concurrentie voor de bioscooptoeschouwer zich op lokaal niveau afspeelt. De doelstellingen van de Beslissing 1997 indachtig, zou het voor de zogenaamde blinde vlekken, met name de regio's waar nog ruimte is voor uitbreiding of waar Kinopolis nog geen belangrijke speler is, van extra belang zijn dat de concurrenten daar op korte termijn kansen benutten om marktaandeel te verwerven. Om die reden is behoud van de vierde voorwaarde wat betreft de oprichting en overname van nieuwe complexen door Kinopolis een mogelijkheid voor de Raad om een beperkt toezicht uit te oefenen.*
72. *Wat betreft de vervanging van een bestaande bioscoop, volgt de Raad de stelling van de auditeur dat dit onderdeel van de voorwaarde kan vervallen. Dezelfde beslissing dringt zich op voor renovatie en uitbreiding.*
73. *Er wordt aan toegevoegd dat het loutere bestaan van deze voorwaarde op termijn concurrenten niet kan garanderen dat zij in de regio's waar nog ruimte is voor groei, effectief hun positie zullen versterken, als ze dat al willen. Er zijn ontegensprekelijk meerdere factoren die bepalen of er op een bepaalde site uiteindelijk een nieuwe bioscoop komt en wie die zal uitbaten.*
74. *Bijgevolg beslist de Raad voor de Mededinging om het verzoek van Kinopolis tot opheffing van de voorwaarden gedeeltelijk in te willigen. Afgezien van de derde voorwaarde die geen bestaansredenen meer had, kunnen de concrete gewijzigde gevolgen van de beslissing als volgt worden gedeut :*
 - (a) *de beperking op de groeimogelijkheid van Kinopolis verbonden aan het feit dat zonder voorafgaande instemming van de Raad een bestaand één- of meerzalencomplex niet mocht worden gerenoveerd of uitgebreid of één complex niet mocht worden vervangen door een ander, zo gauw het aantal*

zetels of zalen van het betrokken complex stijgt met tenminste 20%, vervalt meteen;

(b) alle voorwaarden gelden meteen voor een niet verlengbare periode van drie jaar, tegenover een voorheen vigerend stelsel van verlengbare periodes van tien jaar;

(c) de ondernemingen die gecontroleerd worden door de holdingmaatschappij van de groep worden niet meer expliciet geviseerd.

75. *Tegen deze beslissing zijn FCB, UGC en Multiscope in beroep gegaan.*

v) Arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010 (gevoegde zaken 2008/MR/22 tot 24)

76. *Op 11 maart 2010 vernietigde het Hof van Beroep bovenvermelde beslissing van de Raad.*

77. *De vernietiging van de bestreden beslissing door het Hof steunde onder meer op volgende bevindingen :*

- *Vanuit het oogpunt van de marktstructuur is er geen fundamentele wijziging opgetreden in de positie van Kinopolis en van haar drie grootste concurrenten tussen april 2007 en oktober 2008, die de twee relevante peildata vormen (§ 54).*
- *Op het vlak van de lokale geografische markten, die kunnen bepaald worden aan de hand van “catchment-area’s”, zijn de toetredingsbelemmeringen overwegend gebleven wat ze voorheen waren (...). De zeer sterke posities die Kinopolis innam op lokaal of regionaal niveau neemt ze nog steeds in in sleutelsteden (Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Hasselt, Kortrijk, Leuven, Eigenbrakel, Luik en Oostende). (§ 54)*
- *Wegens de ruime marktverzadiging is er van ruimte voor mogelijke omkering van marktaandelen nog steeds geen sprake. (§ 54)*
- *Voor de periode tussen de peildata liggen geen pertinente gegevens van overwegend belang voor die konden verantwoorden dat algemene beschouwingen inzake de marktstructuur en het consumentenbelang het konden halen van de inzichten van de mededingingsautoriteit anno 1997, en diende de verhindering van de mededinging blijvend beoordeeld te worden vanuit de marktmacht van Kinopolis op lokaal niveau wat de vraagzijde betreft en vanuit haar marktmacht ten aanzien van de distributeurs op nationaal niveau. (§ 58)*
- *De bestreden beslissing neemt aan dat bij ontstentenis van voordeel voor de consument er geen redelijke verantwoording is om via de voorwaarden te blijven streven naar ‘een bepaalde door de concurrenten van Kinopolis gunstig geachte marktstructuur’ en laat uitschijnen dat dit voordeel er niet zou zijn – versterking van het marktleiderschap van Kinopolis zou een neerwaartse druk op de prijzen ten voordele van de consument kunnen hebben, aldus de Raad – maar ze veronachtzaamt om in de overweging te betrekken of die appreciatie – een versterking van het marktleiderschap van Kinopolis – wel met de bekommernissen van de concentratiebeslissing valt te verenigen.*

Inzonderheid betreft ze ook niet in de appreciatie of de door de concentratiebeslissing gekoesterde vrees – een door Kinopolis ingepalmde markt – die volgens de Raad ongegrond is gebleken, precies niet is afgewend dank zij de voorwaarden. (§ 58).

- *Betreffende de handhaving van de vierde voorwaarde – beperkt tot de oprichting van nieuwe complexen of de overname van bestaande complexen - geeft de Raad aan dat de mededinging zich afspeelt op lokaal niveau en dat er regionaal nog ‘blinde vlekken’ zijn die beperkte ruimte bieden voor uitbreiding en waar concurrenten kansen kunnen benutten om marktaandeel te verwerven.*

Het lijkt een plausibele hypothese dat de controle op de groeimogelijkheden die bij de Raadsbeslissing van 17 november 1997 voor Kinopolis werd ingesteld hieraan niet vreemd is en de Raad neemt zulks ook impliciet aan aangezien hij ervoor opteert om nog een beperkt toezicht uit te oefenen voor wat de oprichting en overname betreft van nieuwe complexen door Kinopolis. (§ 59)

(...)

Er kan dus worden aangenomen dat de Raad na verloop van tien jaar heeft geoordeeld dat het niet de bedoeling is geweest, noch kan zijn, om voor de concurrenten van Kinopolis een economische omgeving te creëren die bescherming oplevert die verder reikt dan hetgeen voor het verzekeren van daadwerkelijke concurrentie vereist was en is. (...) (§ 62)

De redengeving ter verantwoording van de opheffing van de vierde voorwaarde in zoverre ze de renovatie, vervanging of uitbreiding van een bestaand bioscoopcomplex betreft is dan ook niet bekritiseerbaar. (...) (§ 63)

- *Anders ligt het waar de Raad besluit dat na verloop van drie jaar alle andere voorwaarden dan diegene die hij met onmiddellijke ingang opheft, moeten ophouden uitwerking te hebben.*

De Raad gaat ervan uit dat na verloop van drie jaar de concurrenten van Kinopolis de nodige transformatie zullen hebben kunnen realiseren om te bewerkstelligen dat zonder die voorwaarden de mededinging niet significant zal worden belemmerd.

Evenwel neemt hij enerzijds aan dat per 1 oktober 2008 de bescherming van de mededinging die voorwaarden nog vereist, maar geeft hij niet aan dat die concurrenten wegens de resterende ruimte die de ruim verzadigde markt hen nog biedt ze de beoogde transactie zullen hebben kunnen realiseren.

Inzonderheid laat de beslissing in het midden welke wijziging in de marktomstandigheden aannemelijk maakt dat zij binnen drie jaar nog voldoende kunnen evolueren zodat geen significante belemmering van de markt meer valt te vrezzen, terwijl zulks tijdens een tijdsspanne van tien jaar niet dusdanig kon veranderen dat meteen tot opheffing van de voorwaarden kon worden beslist.

Dit geldt des te meer dat de Raadsbeslissing van 17 november 1997 ook beoogde om internationale expansie van Kinopolis mogelijk te maken, maar zulks voor deze groep geen prioriteit meer vormt en zij zich thans geheel heeft teruggeplooid op de Belgische markt. (§ 64)

- *Uit één en ander volgt dat de bestreden beslissing niet afdoende is gemotiveerd waar ze beslist dat na verloop van drie jaar de voorwaarden zonder meer ophouden uitwerking te hebben.*

Wegens de inhoud van de aanvankelijke concentratiebeslissing, de voorliggende marktgegevens, de vastgestelde marktmacht in hoofde van Kinopolis, de bekommernis omtrent de mogelijke significante belemmering van de mededinging tijdens een vereist geachte verlenging van de voorwaarden gedurende drie jaar, evenals de noodzakelijk geachte transformatie van de concurrenten, kon het besluit alleen maar zijn dat na verloop van die verlengde periode, de toestand opnieuw dient te worden geëvalueerd. Bijgevolg beslist het Hof als volgt over het verzoek van Kinopolis tot opheffing van de voorwaarden :

“Willigt het verzoek van NV Kinopolis Group tot opheffing van de voorwaarden die zijn bepaald in het dictum van de Raadsbeslissing nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997 in zoals hierna bepaalt en verwerpt het voor het overige :

- *de voorwaarde vermeld onder punt 3. wordt opgeheven;*
- *de voorwaarde vermeld onder punt 4. houdt enkel op uitwerking te hebben in zoverre de uitbreiding, renovatie en vervanging van een bestaand bioscoopcomplex wordt geëvalueerd ;*
- *in de voorwaarde vermeld onder punt 5. wordt de termijn van tien jaar verminderd tot drie jaar; de termijn binnen dewelke de Raad zal moeten beslissen over een ingediend verzoek is deze bepaald in artikel 58, § 2 derde lid WBEM.”*

78. *Concreet is de vierde voorwaarde als volgt ingeperkt :*

Vierde voorwaarde

In beslissing nr. 97-C/C-25

Na arrest Hof van Beroep te Brussel van 11 maart 2010

“4. De groep die uit de concentratie ontstaat zal geen nieuw één-of-meer-zalencomplex oprichten of overnemen noch een bestaand complex uitbreiden, renoveren of vervangen zonder de voorafgaande instemming van de Raad voor de Mededinging.

“. De groep die uit de concentratie ontstaat zal geen nieuw één-of-meer-zalencomplex oprichten of overnemen zonder de voorafgaande instemming van de Raad voor de Mededinging.”

Deze voorwaarde van voorafgaande instemming van de Raad geldt niet bij een uitbreiding, renovatie van een bestaand complex, of vervanging van een bestaand complex door een ander complex, indien dit tot gevolg heeft dat het aantal zetels of zalen van het betrokken complex stijgt met minder dan 20% gedurende de termijn bepaald in punt 5 van dit beschikkend gedeelte.”

Geldingsduur voorwaarden

In beslissing nr. 97-C/C-25

Na arrest Hof van Beroep te Brussel van 11 maart 2010

“Tien jaar, stilzwijgend verlengd voor gelijke termijnen van tien jaar tenzij de Raad, op verzoek van de partijen ingediend zes maanden voor het verstrijken van deze termijn, beslist deze voorwaarden op te heffen.”

Drie jaar, stilzwijgend verlengd voor gelijke termijnen van drie jaar tenzij de Raad, op verzoek van de partijen ingediend zes maanden voor het verstrijken van deze termijn, beslist deze voorwaarden op te heffen.”

V.1.2 Buitenlandse precedentes

79. *In het Verenigd Koninkrijk heeft de Britse mededingingsautoriteit herhaaldelijk concentraties met betrekking tot bioscopen beoordeeld.¹¹*
80. *In haar beslissingen komt de Britse mededingingsautoriteit tot de volgende conclusies met betrekking tot de relevante product- en geografische markten.*
81. *Wat betreft de **productmarkten** onderscheidt de Britse mededingingsautoriteit de markt voor de distributie van films van de markt voor de vertoning van films in de bioscoop.*
82. *Wat betreft de vertoning van films in de bioscoop wordt gesteld dat multiplexen – gedefinieerd als complexen van minstens 3 zalen en ongeveer 700 zetels - vooral concurrentiële druk ervaren van andere multiplexen. Een kleinere bioscoop oefent een meer beperkte concurrentiële druk uit gelet op de beperking inzake aantal films, voorstellingstijden en keuze meer in het algemeen.¹² Omgekeerd kunnen multiplexen wel concurrentiële druk uitoefenen op kleinere complexen.¹³*
83. *Wat betreft de **geografische markten**, stelt de Britse mededingingsautoriteit vast dat de mededinging zich afspeelt zowel op de nationale als op lokale markten. Dit is omdat de mededinging zich hoofdzakelijk op lokaal niveau afspeelt, wat weerspiegeld wordt in het feit dat prijs, inhoud en faciliteiten bepaald kunnen worden door managers op lokaal niveau, deels in reactie op lokale omstandigheden. Echter, bepaalde mededingingsparameters worden ook op nationaal niveau bepaald (bijvoorbeeld onderhandelingen met de film distributeurs voor toegang tot films, advertentie op bioscoopschermen en branding).¹⁴*
84. *Voor een onderzoek van de lokale markten beschouwt de Britse mededingingsautoriteit een isochroon van 20 minuten rijtijd als een goed uitgangspunt, met een sensitiviteitscheck op basis van een isochroon van 30 minuten rijtijd en gelet op de ‘closeness of competition’ tussen partijen.¹⁵*

¹¹ Zie recentelijk onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012, en Cineworld plc / City Screen Limited, OFT beslissing van 5 juni 2013.

¹² Zie onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012, punt 41: *“In previous cases, the exact definition of a multiplex cinema has pointed specifically to cinemas with at least three screens and around 700 seats. The size of the cinema has been considered as a key determinant of its effectiveness as a competitive constraint. The closest constraint on a multiplex cinema is considered to be another multiplex cinema. A smaller cinema would provide a more limited constraint on a multiplex given the limitations in number of films, show times and choice more generally.”*

¹³ Zie Cineworld plc / City Screen Limited, OFT beslissing van 5 juni 2013, punt 27-28.

¹⁴ Zie onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012, punt 56.

¹⁵ Zie onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012, punt 61.

85. *Bovenvermelde beslissingen van de Britse mededingingsautoriteit hebben in beide gevallen geleid tot het afstoten van bepaalde bioscoopcomplexen.*
86. *Binnen het korte tijdsbestek in het kader van dit eerste fase onderzoek zijn geen andere buitenlandse precedentes geanalyseerd.*

V.2 Toe te passen test in kader van de aangemelde transactie

V.2.1 Positie aanmeldende partij

87. *Uit de schriftelijke opmerkingen stelt de auditeur vast dat Kinopolis van mening is dat bij de toetsing van de voorgenomen Transactie onder de vierde voorwaarde van de Beslissing een andere toets moet worden gehanteerd dan de vraag of, zoals bij de beoordeling van een aanmeldingsplichtige concentratie, de transactie tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de Belgische markt of een wezenlijk deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd.*
88. *Het Auditoraat verwerpt deze opvatting en stelt dat zij “haaks” staat op de beslissingen en arresten die in het verleden zijn genomen of uitgesproken, in het bijzonder in de zaken waarbij de vraag om de voorwaarden op te heffen werd onderzocht.*
89. *Voor zover Kinopolis kan nagaan, heeft de Raad voor de Mededinging, de BMA of het Hof van Beroep zich nooit specifiek uitgesproken over de vraag welke toets onder de vierde voorwaarde moet worden toegepast.*
90. *Kinopolis is echter van mening dat de inhoud van de toets zoals zij in haar verzoekschrift heeft uiteengezet (met name de vraag of een verdere uitbreiding op de Belgische markt een bedreiging zou vormen waardoor de mededingingsvoorwaarden voor andere zaakexploitanten substantieel zouden verslechteren) de enig juiste (en logische) interpretatie van de vierde voorwaarde kan zijn.*
91. *In het bestek van het memorandum heeft Kinopolis de inhoud van haar verzoekschrift en argumentatie niet herhaald. Het volstaat, volgens Kinopolis, hierbij enkele kernpunten te belichten die de opvatting van het Auditoraat tegenspreken.*
92. *Vooreerst kan niet worden betwist dat de oorspronkelijke inhoud van de vierde voorwaarde niet alleen de voorafgaandelijke goedkeuring van de Autoriteit vereist van handelingen die als een concentratie kunnen worden aangemerkt, maar ook van handelingen die enkel een vorm zijn van organische groei.*
93. *Elke vorm van organische groei is in principe van de concentratiecontrole uitgesloten. Dat wekt geen verbazing. Zoals Justice Bork reeds aangaf “..internal growth arises from the creation of efficiency by the firm and is therefore always (Kinopolis onderlijnt) to be welcomed by antitrust policy, which can be used to earn monopoly profits as well as the positive effect of creating efficiencies”¹⁶.*

¹⁶ Vrije Vertaling: interne groei vloeit voort uit de creatie van schaalvoordelen door de onderneming en wordt daarom altijd verwelkomd door het Mededingingsbeleid, hetgeen gebruikt kan worden om monopolie-opbrengsten te genereren alsook het positieve effect van het creëren van schaalvoordelen.

94. *Indien de door het Auditoraat voorgestelde toets wordt toegepast, heeft dit tot gevolg dat elke vorm van organische groei zonder meer moet worden goedgekeurd. Het lijkt immers moeilijk voorstelbaar, in het licht van de basispremissie zoals door Justice Bork geformuleerd, dat een vorm van interne groei (door bijvoorbeeld de bouw van een nieuwe bioscoop of de uitbreiding van een bestaande bioscoop) als een significante belemmering van de mededinging kan worden aangemerkt.*
95. *Randnummer 8 van de Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies van de Europese Commissie (waar het Auditoraat ook naar verwijst) die begrijpelijkerwijs enkel naar concentraties verwijzen, stelt:*
- “Daadwerkelijke mededinging levert veel voordelen op voor consumenten, zoals lage prijzen, producten van een goede kwaliteit, een ruim aanbod aan goederen en diensten, en innovatie. Door haar controle op concentraties voorkomt de Commissie fusies die de afnemers die voordelen dreigen te ontzeggen doordat ze de marktmacht van ondernemingen significant vergroten. Onder grotere marktmacht wordt verstaan de mogelijkheid voor een of meer ondernemingen om op winstvergroten wijze de prijzen te verhogen, de productie te verlagen, de keuze aan producten of diensten te verkleinen, de kwaliteit van producten of diensten te verlagen, innovatie af te remmen of op andere wijze de krachtlijnen van concurrentie te beïnvloeden.”*
96. *In de veronderstelling dat moet worden onderzocht of bijvoorbeeld de uitbreiding van het aantal zalen van een bestaand bioscoopcomplex (een onder de oorspronkelijke vierde voorwaarde te melden handeling) leidt tot “een significante belemmering van de mededinging”, kan niet in redelijkheid worden verondersteld dat zulke handeling tot een grotere marktmacht leidt in de zin van randnummer 8 van de horizontale richtsnoeren.*
97. *Integendeel, zij verhoogt de productie, vergroot de keuzemogelijkheid voor consumenten, leidt niet tot een verlaging van de kwaliteit van de diensten (een uitbreiding zal vaak gepaard gaan met een innovatie in technische middelen en aankleding van een zaal) en er is geen enkele aanwijzing dat zulke handeling Kinopolis zonder meer in staat zou stellen om de prijzen op winstvergroten wijze te verhogen. Eenzelfde analyse dringt zich op voor de bouw van een nieuw bioscoopcomplex, een andere vorm van organische groei die nog steeds aan de voorafgaande goedkeuring van de BMA is onderworpen op grond van de vigerende tekst van de vierde voorwaarde.*
98. *Deze vanzelfsprekende vaststelling kan enkel tot de conclusie leiden dat een handeling van organische groei niet tot een “significante belemmering van de mededinging” aanleiding kan geven. Indien de klassieke concentratietoets op zulke handeling wordt toegepast is het logische gevolg dat zij steeds, zoals reeds gezegd, onder de vierde voorwaarde moet worden goedgekeurd.*
99. *Kinopolis vermoedt dat dit niet de doelstelling is die de Raad nastreefde wanneer hij in 1997 de goedkeuring van de creatie van Kinopolis aan de vierde voorwaarde onderwierp.*
100. *De Raad moet noodzakelijkerwijs een andere toets voor ogen hebben gehad die, zoals in het verzoekschrift gesteld, ervoor moest zorgen dat “concurrenten zich kunnen handhaven na de concentratie.”*

101. *De door Kinopolis in het verzoekschrift voorgestelde toets is de enige vorm van toezicht die garandeert dat voor geen enkele handeling die in het toepassingsgebied van de vierde voorwaarde valt, afbreuk wordt gedaan aan de door de Raad nagestreefde doelstelling.*

V.2.2 Positie Auditeur

102. *De auditeur blijft van oordeel dat de bepalingen van de concentratiecontrole van toepassing zijn bij het beoordelen van deze transactie.*

103. *De auditeur wordt hierin bijgetreden door het Mededingingscollege van de BMA via de beslissing BMA-2015-I/O-69 van 30 november 2015, die in het kader van het onderzoek in eerste fase werd genomen, waarin het volgende wordt gesteld:*

“Het mededingingscollege stelt vast dat er onenigheid bestaat tussen de aanmeldende partij, de derde partijen en het auditoraat over de toe te passen test in het kader van de aangemelde transactie. Zo meent de aanmeldende partij dat een nuttige invulling van de vierde voorwaarde vereist dat het mededingingscollege een andere dan in concentratiezaken gebruikelijke toets hanteert. Deze stelling kan echter niet worden bijgetreden. Verschillende punten in de betrokken beslissingen van de Raad bevatten verwijzingen naar concentratiecontrole (zoals de proceduretermijnen en de daadwerkelijke mededinging). Er bestaat geen enkele aanwijzing dat de Raad of het Hof van Beroep bij het vastleggen van de vierde voorwaarde voor bepaalde elementen wilde afwijken van de bepalingen van de concentratiecontrole. Het afwijken van één of meerdere bepalingen van de concentratiecontrole zonder een duidelijk kader zou trouwens aanleiding geven tot het ontstaan van een rechtsonzekerheid in hoofde van alle betrokkenen. Daarom dienen alle relevante bepalingen uit de concentratiecontrole te worden gevolgd, inclusief de beoordelingstoets.”

104. *Aangezien het Mededingingscollege het standpunt van de auditeur volgt bestaat er in het tweede fase-onderzoek geen twijfel meer over de te hanteren juridische toets. Dit is de concentratietoets.*

105. *Zowel in haar schriftelijke opmerkingen als in haar memorandum stelt Kinopolis dat de groei van een marktaandeel of de geografische expansie van de bioscopen niets zegt over het al dan niet bestaan van bestaan van een machtspositie of een mogelijke versterking van een machtspositie in het ene of andere verzorgingsgebied. Het blijft vereist aan te tonen dat zulke creatie of versterking leidt tot een significante belemmering van de mededinging.*

106. *De auditeur is van oordeel dat de concentratietest verkeerd wordt geïnterpreteerd en verwijst hiervoor naar de volgende verduidelijking van professor Richard Whish:*

"The solution adopted by the Council in the EUMR of 2004 was disarmingly simple: it retains the vocabulary of the old Regulation but rearranges it in a way that retains the existing law of dominance while at the same time closing the gap. The wording within each of articles 2(2) and 2(3) was simply reversed. The test is now whether a merger would lead to an SIEC, in particular by creating or strengthening a dominant position. The revised formulation envisages that most cases will be dealt with under the dominance standard as a result of the inclusion of the words 'in particular' : this responds to the concern that a repeal of the dominance test would lead to uncertainty and 'undo' years of know-how and decisional practice of the Commission : recital 26 of the EUMR specifically refers to the desirability of preserving the existing jurisprudence and decisional practice under the old Regulation. However the SIEC test does not make dominance the exclusive test, and enables the

- Commission to prohibit or require the modification of a merger that would not create or strengthen a dominant position but would 'significantly impede effective competition'¹⁷.*
107. *Voor het eerst sinds de oprichting van Kinopolis in 1997, en de voorwaarden die aan deze oprichting gekoppeld werden, dient Kinopolis een verzoekschrift in bij de Belgische Mededingingsautoriteit tot overname van een rechtstreekse concurrent op de Belgische markt voor vertoning van films in de bioscoop.*
108. *Utopolis is pas sinds 2002 actief op de Belgische markt, maar is ondanks het bescheiden marktaandeel uitgegroeid tot een financieel gezonde speler met een netwerk van bioscopen dat zich over meerdere provincies uitstrekt.*
109. *Daarnaast wordt opgemerkt dat Kinopolis in 2014 de mogelijkheid had om een verzoek tot opheffing van de voorwaarden opgelegd in beslissing nr. 97-C/C-25, zoals gewijzigd door het Hof bij arrest van 11 maart 2010 - te vorderen. Echter, Kinopolis heeft beslist om geen verzoek in die zin in te dienen.*
110. *Dit zou erop kunnen wijzen dat Kinopolis zelf niet overtuigd was dat de marktomstandigheden sedert 1997 zodanig zijn gewijzigd dat de verdere handhaving van de voorwaarden niet langer vereist is.*

VI. Methodologie van het onderzoek gevold door de auditeur

VI.1 Marktonderzoek

111. *Teneinde het belang en de mogelijke gevolgen van voorliggende concentratie te kunnen inschatten, werden verzoeken om inlichtingen verstuurd naar concurrent-exploitanten. Er werden een eerste maal 27 verzoeken verstuurd, waarvan het merendeel verstuurd werden in pre-notificatiefase. In totaal heeft iets meer dan de helft geantwoord, waaronder de exploitanten met de meeste zalen, namelijk **Euroscoop, UGC, Cinépointcom en I-Magix**. De exploitanten die werden aangeschreven, werden geselecteerd op basis van het aantal zalen waarover zij beschikken, (meer dan 5) en/of hun ligging (gelegen in het verzorgingsgebied). Vervolgens werden aanvullende verzoeken om inlichtingen verstuurd naar de voornaamste concurrenten om extra informatie te bekomen, noodzakelijk voor de beoordeling van onderhavige transactie.*
112. *Er werden eveneens verzoeken om inlichtingen verstuurd naar een dertigtal distributeurs van films. Ook hier werden de meeste verzoeken verstuurd in pre-notificatiefase. Ongeveer 65% van de aangeschreven distributeurs hebben op het eerste verzoek geantwoord. Vervolgens werden aanvullende verzoeken verstuurd naar de 8 voornaamste distributeurs.*

¹⁷ Vrije vertaling : "De oplossing waarvoor de Raad gekozen heeft in de EU-Concentratieverordening van 2004 was ontwapenend in haar eenvoud : het behoudt de woorden van de oude [concentratie]Verordening maar herschikt deze op een manier die het bestaande recht inzake machtspositie behoudt en terzelfder tijd het gat sluit. De bewoordingen in elk van de artikelen 2(2) en 2 (3) worden gewoon omgedraaid. De test is nu of de concentratie leidt tot een significante belemmering van de daadwerkelijke mededinging [SIEC], in het bijzonder door een machtspositie in het leven te roepen of te versterken. De herschreven formulering gaat ervan uit dat de meeste zaken behandeld zullen worden onder de machtspositie standaard als gevolg van het invoegen van de woorden 'met name' [in het Engels : 'in particular']: dit beantwoordt aan de bezorgdheid dat het afschaffen van de machtspositie-test zou leiden tot onzekerheid en jaren van ervaring en beslissingspraktijk van de Commissie ongedaan zou maken: overweging 26 van de EU-Concentratieverordening verwijst specifiek naar de wenselijkheid om de bestaande rechtspraak en beslissingspraktijk onder de oude Verordening te behouden. Echter de test van significante belemmering van de daadwerkelijke mededinging [SIEC] maakt machtspositie niet de exclusieve test, en laat de Commissie toe om het verbod of de wijziging te eisen van een concentratie die geen machtspositie in het leven zou roepen of versterken maar dat 'de daadwerkelijke mededinging significant zou belemmeren'. " Zie Richard Whish, Competition Law, 8th edition (2015), p. 909 - 910.

113. *De aanmeldende partijen, Kinopolis en Utopolis hebben meerdere verzoeken om inlichtingen verkregen opdat de auditeur en het onderzoeksteam verdere informatie konden bekomen die noodzakelijk is om de transactie te beoordelen.*
114. *Daarenboven werden verzoeken verstuurd naar de beroepsverenigingen, namelijk de **Federatie van Cinema's van België (FCB)** en **Belgian Entertainment (BEA)**, naar 2 exploitanten die in naburige landen actief zijn, namelijk **Pathé** en **Vue** en naar **Brightfish**, een dochteronderneming van Kinopolis, gespecialiseerd in reclame regie.*
115. *De auditeur merkt op dat zowel bij de aanmeldende partij als de verschillende bevraagde stakeholders grote delen van de antwoorden betrouwbaar zijn. Het betreft hierbij zowel het aangeleverd cijfermateriaal alsook belangrijke feiten (context- en bedrijfsinformatie) en meningen aangaande de mogelijke gevolgen van de transactie.*
116. *Wat de aanmeldende partij betreft, dient benadrukt te worden dat het verzoekschrift dat werd ingediend zeer summier was, en heel wat cruciale informatie ter beoordeling van onderhavige transactie niet werd aangeleverd. Teneinde deze informatie te bekomen, heeft de Auditeur kort na de neerlegging van het verzoekschrift bijkomende verzoeken om inlichtingen verstuurd. De verzoeken werden grotendeels goed beantwoord, maar het feit dat deze gegevens pas in de loop van het eerste fase onderzoek werden aangeleverd, heeft het onderzoeksproces ernstig vertraagd.*
117. *In het kader van het dossier CONC-I/O-14/0027, UGC-Kinopolis, werden verzoeken om inlichtingen verstuurd naar onder andere Kinopolis, Utopolis, Eurocoop, UGC, Cinépointcom en I-magix. De auditeur is van oordeel dat de informatie die werd overgemaakt via de antwoorden op deze verzoeken nuttig zijn bij het beoordelen van onderhavige transactie. Bijgevolg werd er op 6 november 2015 een e-mail verzonden naar bovenvermelde ondernemingen met de vraag of de antwoorden in het UGC-Kinopolis-dossier toegevoegd mogen worden aan het onderzoeks dossier betreffende deze transactie. Uitgezonderd Eurocoop, hebben alle bovenvermelde ondernemingen hierop bevestigend geantwoord. De auditeur benadrukt dat de delen van de antwoorden die als confidencieel werden aangemerkt, ook confidencieel behandeld zullen worden in het kader van dit onderzoek.*
118. *In het kader van het tweede fase-onderzoek werden opnieuw verzoeken om inlichtingen gestuurd naar de aanmeldende partij, Utopolis en de voornaamste concurrenten alsook de voornaamste film distributeurs.*

VI.2 De postcode-onderzoeken

119. *Naar aanleiding van onderhavige transactie, heeft de aanmeldende partij de resultaten aangeleverd uit 2 postcode-onderzoeken, zowel bij Kinopolis als Utopolis. Deze postcode-onderzoeken werden in het eerste fase onderzoek enkel gebruikt in kader van een UPP-analyse, uitgevoerd door Professor Verboven (zie verder). De resultaten van deze postcodeonderzoeken leken volgens het onderzoeksteam ook op zichzelf al interessante inzichten te kunnen verschaffen betreffende de spreiding van Kinopolis- en Utopolis-bezoekers. Het onderzoeksteam heeft de ruwe data dan ook verder onderzocht en hier enkele beschrijvende analyses op uitgevoerd.*
120. *Deze beschrijvende analyses bevestigden het vermoeden van de Auditeur dat de postcodeonderzoeken zoals aangeleverd door de aanmeldende partij tijdens het eerste fase onderzoek minstens interessante informatie opleverden omtrent de attractiviteit/reikwijdte van*

een individueel bioscoopcomplex. Het was bovendien een expliciete vraag van het College om in tweede fase de geografische marktafbakening verder te onderzoeken.

121. *Gezien echter vergelijkbare resultaten voor de andere belangrijkste concurrenten ontbraken, de periode van afname van de survey slechts bijzonder kort was en bovendien door Kinopolis en Utopolis niet gelijktijdig werden uitgevoerd, oordeelde de Auditeur dat het nuttig zou zijn een nieuw postcodeonderzoek te lanceren, waarbij dit keer alle voornaamste concurrenten zouden worden betrokken, en dit voor een identieke draaiperiode, teneinde een vergelijkbare steekproef te bekomen.*
122. *Voor de beschrijving van de methodiek en de representativiteit van deze verschillende postcodeonderzoeken wordt verwezen naar de technische bijlage¹⁸.*

VI.3 UPP-studie

123. *De aanmeldende partij heeft een studie aangeleverd, gebaseerd op de gegevens uit de hierboven beschreven postcodeonderzoeken, uitgevoerd door Professor Verboven, waarin diversion ratios werden berekend en vervolgens een UPP-analyse werd uitgevoerd.*
124. *Voor een gedetailleerde beschrijving van deze studie wordt verwezen naar de technische bijlage van dit ontwerp van beslissing¹⁹.*
125. *Naast een nota waarin de gehanteerde methodologie werd uiteengezet en de voornaamste resultaten werden besproken, werden tijdens het eerste fase onderzoek ook de achterliggende data en STATA-files overgemaakt. Het onderzoeksteam wenst te benadrukken dat deze gegevens en de ondersteunende do-files op correcte, transparante en duidelijke wijze werden overhandigd, wat toeliet om in dat eerste fase onderzoek de nodige betrouwbaarheidschecks en sensitiviteitsanalyses te doen.*
126. *Na de afronding van het eerste fase onderzoek bleven echter een aantal elementen betreffende de resultaten van dit UPP-onderzoek onvoldoende uitgeklaard, wat heeft geleid tot een bijkomend onderzoek van de uitgevoerde analyses en bekomen resultaten.*
127. *Voor de beschrijving van de UPP-analyse en een overzicht van de discussiepunten tussen Professor Verboven en het onderzoeksteam wordt verwezen naar de technische bijlage²⁰.*

VII. Marktafbakening door de auditeur

VII.1 Activiteiten van de partijen betrokken bij de concentratie²¹

128. *Kinopolis baat via haar dochterondernemingen bioscoopcomplexen uit in België, Frankrijk, Nederland, Spanje en Zwitserland, is actief in de filmdistributie (via haar dochter KFD), exploiteert een regie die schermreclame verkoopt via haar dochteronderneming Brightfish en is tot slot actief in de vastgoedsector.*

¹⁸ Bijlage 4: Technische bijlage betreffende postcodeonderzoeken en UPP-analyse.

¹⁹ Bijlage 4: Technische bijlage betreffende postcodeonderzoeken en UPP-analyse.

²⁰ Bijlage 4: Technische bijlage betreffende postcodeonderzoeken en UPP-analyse.

²¹ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 1.

129. *Utopia exploiteert onder de merknaam Utopolis bioscopen in Nederland, Frankrijk, Luxemburg en België.*

VII.2 Relevante productmarkten

VII.2.1 De markt voor de vertoning van films in de bioscoop

VII.2.1.a Rechtspraak

130. *In de beslissingen nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997, nr. 2007-C/C-12 van 16 april 2007 en nr. 2008-C/C-52 van 1 oktober 2008 van de Raad voor de Mededinging en in de arresten van het Hof van Beroep van 18 maart 2008 (gevoegde zaken 2007/MR/2 tot 4) en van 11 maart 2010 (gevoegde zaken 2008/MR/22 tot 24) betreffende Kinopolis, is de relevante productmarkt gedefinieerd als de markt voor het vertonen van films in de bioscoop.*

131. *Deze benadering wordt bevestigd door buitenlandse precedents (zie onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012).*

VII.2.1.b Positie aanmeldende partij

132. *De auditeur merkt op dat Kinopolis in haar verzoekschrift stelt dat de alternatieve vormen van filmbeleving in principe tot de relevante productmarkt behoren. Zelfs indien men van oordeel zou zijn dat deze niet tot de relevante markt behoren (zoals de Raad in het verleden), kan niet worden betwist dat deze concurrentiedruk reëel aanwezig is en in elk geval in acht moet worden genomen bij de beoordeling van deze Transactie, zoals blijkt uit de daarop volgende randnummers in het verzoekschrift op pagina 21 en volgende.*

133. *In diens memorandum stelt Kinopolis dat een relevante productmarkt alle producten en/of diensten omvat die op grond van hun kenmerken, hun prijzen en het gebruik waarvoor zij zijn bestemd, door de consument als onderling verwisselbaar of substitueerbaar worden beschouwd.*

134. *Kinopolis verwijst naar de uiteenzetting opgenomen in het verzoekschrift en meer bepaald randnummers 104 tot en met 138. Daar wordt aangetoond dat voor zover de productmarkt al niet dient te worden uitgebreid tot de markt voor vrijetijdsbesteding, en op zijn minst tot de markt voor de uiteenlopende vormen van filmconsumptie, er in elk geval sprake is van een belangrijke zijdelingse druk die bepalend is voor het gedrag van bioscoopexploitanten en dus ook van Kinopolis, onder meer op het gebied van product- en prijsbeleid, investeringsprogramma's, doelgericht programmeren en innovatiebeleid.*

135. *Kinopolis heeft aangegeven dat zij de zijdelingse concurrentiedruk van andere vormen van filmbeleving (DVD's, verkoop en verhuur van films via het internet, video-on-demand, illegale downloads via het internet) voortdurend tegemoet moet treden. Die concurrentiedruk verplicht Kinopolis om te innoveren om zo de meest kwaliteitsvolle filmbeleving te garanderen, omdat zij ervan overtuigd is dat de kwaliteit van bioscoopervaring in de Kinopolis bioscoop, meer dan de prijs van substituu-producten, determinerend is voor de keuze van de consument om een film in de bioscoop te bekijken in plaats van te kiezen voor een alternatieve filmbeleving. Kinopolis heeft in haar verzoekschrift en bijlagen de feitelijke elementen aangehaald die deze zijdelingse concurrentiedruk in kaart brengen.*

136. Ook andere marktpartijen erkennen het bestaan en de impact van deze zijdelingse druk. Zo treedt Imagix, in een antwoord dat zij geeft gegeven in het kader van een ander dossier (het onderzoek naar de aankoop van het Toison d'Or vastgoed) op een ogenblik dat de transactie nog niet was gekend in de markt, het bestaan van deze zijdelingse concurrentiedruk volkomen bij. Imagix stelt in haar antwoord "nous estimons que l'émergence de nouveaux moyens de diffusions tel que la location et/ou l'achat des films online (p.ex. netflix/l'abonnement à des chaînes de télévision optionnelles et payantes/la vidéo « on demand » / le home-cinéma, le Pay Per View, la possibilité de regarder des films sur des nouveaux supports (Smartphone, tablet,...) a effectivement entraîné une modification des habitudes de consommation. Nous essayons constamment de répondre à l'évolution des besoins du consommateur et, en tenant compte des innovations et des tendances, de favoriser de manière permanente le cinéma comme une expérience particulière ».
137. De impact van weersomstandigheden op het bioscoopbezoek duidt er eveneens op dat bioscoopbezoek slechts één van de vele vormen van ontspanning is die de consument in overweging neemt.
138. Ook al aanvaardt men in het kader van de afbakening van een relevante productmarkt ten behoeve van een concentratietoets niet dat de productmarkt dient verruimd te worden tot de markt voor de onderscheiden vormen van vrijetijdsbeleving, of de markt voor onderscheiden vormen van filmbeleving, niets belet deze factoren mee in rekening te brengen wanneer op de "enge" productmarkt de gevolgen van de transactie op de "daadwerkelijke mededinging" moeten beoordeeld worden.
139. In haar Memorandum stelt Kinopolis dat in het Ontwerp geen verder onderscheid dient te worden gemaakt naar type film en type complex (randnummer 153 van het Ontwerp).
140. Niettemin vervolgt het Auditoraat dat in het kader van de afbakening van de relevante productmarkt "binnen de markt" een "aantal belangrijke segmenten kunnen worden onderscheiden waarop de transactie mogelijks een andere concurrentiële impact zal hebben." Het Auditoraat ziet twee segmenteringen: op basis van het type infrastructuur en op basis van de grootte van de keten.
141. Kinopolis begrijpt dat deze segmentering niet tot gevolg heeft dat de relevante productmarkt enger zou worden afgebakend. In elk geval is er geen reden om de productmarkt op basis van deze parameters verder te verengen. Wij menen dat voor dergelijke visie geen onderbouwing bestaat en zij wordt ook niet ondersteund door andere marktpartijen of door (buitenlandse) precedents. Niettemin kunnen de volgende opmerkingen worden gemaakt.
142. Het Ontwerp lijkt te suggereren dat vanuit consumentenperspectief een multiplex moet worden onderscheiden van bioscopen met een kleinere taille. Het verwijst hierbij naar het feit dat multiplexen meer mogelijkheden zouden bieden om op een wijzigende consumentenvraag in te spelen, onder meer door het introduceren van nieuwe bioscoopconcepten, en dat multiplexen alternatieve content kunnen aanbieden en over een betere onderhandelingspositie zouden beschikken ten aanzien van distributeurs.
143. Een multiplex moet echter niet onderscheiden worden van een bioscoop met een andere taille. Uit feitelijke vaststellingen blijkt immers duidelijk dat er op de lokale markt plaats is voor kleinere exploitanten, die soms slechts over één bioscoopcomplex beschikken met een beperkt aantal zalen, terwijl zij toch een programmatie voeren met de grote blockbusters, innoveren en investeren in zitcomfort en over de nieuwste projectie- en geluidstechnologie beschikken.

144. *Er is geen enkele reden om kleinere bioscopen die actief zijn in een verzorgingsgebied waarin Kinopolis ook actief is, niet als een concurrent te beschouwen op de markt voor de vertoning van een film in de bioscoop. Integendeel, zij vormen een alternatief voor Kinopolis voor die bioscoopbezoekers die bijvoorbeeld genoeg nemen met een bioscoopbeleving die zich op een lager niveau situeert, of voor welke een lagere prijs doorslaggevend is bij hun beslissing tot bioscoopbezoek, of voor wie de nabijheid van de kleinere exploitant determinerend is.*
145. *Een tweede segmentering die het Auditoraat voorstelt is “de grootte van de keten”, waarbij wordt gesteld dat “onafhankelijke bioscoopuitbaters die slechts over één bioscoopcomplex beschikken, zijn commercieel minder interessante afzetmarkt voor een filmdistributeur in vergelijking met een bioscoopgroep die de film onmiddellijk in meerdere bioscoopcomplexen kan lanceren”.*
146. *Deze veronderstelling strookt niet met de belangen van een filmdistributeur (en bijgevolg de producenten waarvan zij de distributierechten houden) die er immers alle belang bij hebben om voor de regio waarvoor zij over de distributierechten beschikken (dus op landniveau) zoveel mogelijk kopieën van een film te distribueren teneinde zoveel mogelijke inkomsten te genereren, zeker nu er door digitalisatie van filmprojectie geen enkel kostbeletsel bestaat om dit niet te doen.*

VII.2.1.c Onderzoek

i) Utopolis

147. *De productmarktdefinitie, die reeds 20 jaar dezelfde is, lijkt voor Utopolis nog steeds geschikt te zijn. Omdat de markt zeer lokaal is geworden is de echte concurrent de platforms die toelaten om films van thuis uit te bekijken.*

ii) Concurrerende bioscoopexploitanten

148. *Volgens UGC is de productmarkt niet gewijzigd aangezien andere dragers van film slechts na een bepaalde periode deze films kunnen distribueren en zij niet dezelfde ervaring kunnen aanbieden dan bioscopen. De consument ervaart een cinemabezoek als een sociaal evenement. De verkoop van DVD's of abonnementen op digitale platforms sluit het bezoek aan de bioscoop niet uit²².*
149. *Ook Euroscoop²³, Cinéma Eldorado²⁴, Lumière-groep, optredend voor Cartoon's Antwerpen en Lumière Brugge²⁵, Cinéma Le Stockel²⁶ en Cinépointcom²⁷ geven aan dat deze definitie nog steeds actueel is.*

²² Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

²³ Antwoord van Euroscoop van 2 oktober op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.
Antwoord van Cinéma Eldorado van 18 september op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

²⁵ Antwoord van Lumière van 27 oktober op vraag 11.1 van verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

²⁶ Antwoord van Cinéma Le Stockel van 4 oktober op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

²⁷ Antwoord van Cinépointcom van 29 september op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

150. **I-Magix** stelt dat deze definitie nog steeds opgaat, maar dat er een onderscheid moet gemaakt worden tussen multiplex bioscopen en andere. De substitueerbaarheid tussen beide moet beoordeeld worden op niveau aan de vraagzijde. Het is namelijk zo dat kleine cinema's die "oude" films vertonen (Cinémathèque, Flagey, etc...) of "art et essai"-films of auteursfilms (Nova te Brussel, Lumière in Brugge) en die voor een groot deel gesubsidieerd worden door de overheid, niet gelijkgesteld kunnen worden met multiplex bioscopen. Deze laatste beschikken namelijk over aanzienlijk grotere bezoekersaantallen en over een verschillende programmatie.²⁸ I-Magix is tevens van oordeel dat er nog andere segmentaties nodig zijn ten gevolge van recente evoluties binnen de markt. Ten eerste is het belang van het aanbieden van Avant-premières toegenomen. Ten tweede is het meer en meer noodzakelijk geworden om een onderscheid te maken tussen residentiële en professionele klanten. Professionele klanten maken uitgebreid gebruik van vouchers. Ten slotte is de opkomst van de 3D-films ook van belang. Om deze films te vertonen moeten specifieke investeringen worden gemaakt, er worden andere tarieven gehanteerd en 3D-brillets moeten worden aangekocht²⁹.

151. De **Federatie van Cinema's van België (FCB)** is van oordeel dat de productmarkt nog steeds actueel is³⁰.

VII.2.1.d Positie auditeur

152. De marktbevraging bij concurrerende bioscoopexploitanten bevestigt dat de productmarkt zoals gedefinieerd door de Raad voor de Mededinging in haar beslissing van 1997 en zoals bevestigd door het Hof van Beroep bij arrest van 11 maart 2010, ook vandaag nog actueel is. Ondanks de succesvolle doorbraak van alternatieve vormen van filmbeleving (zoals DVD's, verkoop en verhuur van films via het internet, video-on-demand) zijn deze marktspelers van oordeel dat een bioscoopbeleving zich blijvend onderscheidt van andere vormen van filmbeleving en deze laatste zelfs de bioscoopbeleving complementeert. Derhalve dringt een verruiming van de productmarkt tot de markt voor de onderscheiden vormen van filmbeleving zich niet op.

153. De auditeur wordt hierin bijgetreden via een artikel bijgevoegd bij het verzoekschrift van Kinopolis.³¹ In dit artikel wordt naar voren gebracht dat televisie een sterke vorm van concurrentie is geworden voor bioscopen. Bijkomend zorgen ook de videospelletjes en het internet voor extra concurrentie. Consumenten hebben een ruime waaier aan keuzes. Maar toch zijn er aspecten waarvoor een consument een bioscoopbezoek zal opteren. Een bioscoopbezoek is een gemeenschapsactiviteit, namelijk met onbekenden in een donkere zaal waardoor de emotie van de mede-bezoekers meteen voelbaar is. Dit is een ervaring die je niet hebt wanneer je alleen of met enkele mensen thuis naar een film kijkt.

154. Ook UGC merkt op dat er andere vormen van concurrentie bestaan maar dat de uitbreiding van de productmarkt niet noodzakelijk is en wel om volgende redenen³²:

- Films komen eerst uit in de bioscoop. Om een film te bekijken moet je een tijd wachten eer deze uitkomt op DVD of kan bekeken worden op de televisie of via de betalende filmplatforms.

²⁸ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 2015. 17 september

²⁹ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van september 2015. 17

³⁰ Antwoord van FCB van 1 oktober op vraag 6.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 23 september 2015.

³¹ Bijlage 15

³² VOI van 16-09 en antwoord UGC van 24-09

- *Ook de infrastructuur is geheel anders. In een bioscoop beschik je over comfortabele zetels, een groot scherm, kwaliteitsvolle geluidsinstallaties en een publiek.*
 - *Een bioscoop bezoek is een sociaal evenement.*
 - *De verkoop van DVD's of een abonnement op een digitaal platform zorgt niet voor een vermindering van de verkoop van bioscooptickets en omgekeerd.*
 - *Er bestaat een prijsverschil tussen bioscooptickets en de verkoop of verhuur van DVD's.*
 - *Ook Europese rechtspraak maakt geen verdere onderscheid.*
155. *De auditeur ontkent niet het bestaan van segmenten (zoals de Vlaamse film binnen Vlaanderen, multiplex bioscopen, bioscopen binnen een netwerk) binnen deze productmarkt. Evenwel noopt deze marktsegmentering niet tot het definiëren van onderscheiden productmarkten. Op dit punt treedt de auditeur de aanmeldende partij bij dat deze marktsegmentering niet tot gevolg heeft dat de relevante productmarkt enger zou worden gedefinieerd.*
156. *De auditeur is van mening dat binnen de markt voor vertoning van films in de bioscoop wel een aantal belangrijke segmenten kunnen worden onderscheiden waarop de transactie mogelijk een andere concurrentiële impact zal hebben.*
157. *Vooreerst kan een segmentering vastgesteld worden qua type infrastructuur: grote, goed uitgeruste multiplexen met een business model dat naast een ruim filmaanbod ook sterk inspeelt op filmbeleving (rijk aanbod aan snacks en drank, veel aandacht aan filmmarketing, grootschaligheid, comfort, introductie van innovatieve extra's,..) versus de kleinere bioscopen en stadsbioscopen met een veel beperkter aanbod en minder ruimte om in te zetten op de extra filmbelevingsfactoren.*
158. *Multiplexen bieden meer mogelijkheden om beter op een wijzigende consumentenvraag in te spelen, waaronder bijvoorbeeld het introduceren van nieuwe bioscoopconcepten, het verruimen en diversifiëren van het aanbod zoals concerten en optredens, het verbreden van inkomstenbronnen via nieuw nevenaandbod,..*
159. *In dit kader kan verwezen worden naar een publicatie van Bamart over bioscoopgroepen en – ketens. In de studie wordt gesteld dat er vier trends in het oog springen binnen dit marktsegment: “meer in-theatre sales, meer alternatieve content en 3D, meer B2B en meer events. Vooral deze laatste trend zet zich door, en dit bij zowat alle soorten vertoners. Naast de specials voor onder meer vrouwen en kinderen zijn er acties rond Halloween, Valentijn en Kerstmis, voorstellingen in aanwezigheid van internationale film- en televisiesterren, en livestreamings van evenementen als de openingsceremonie van het filmfestival van Cannes. Zeker voor nationale films heeft de aanwezigheid van regisseur en/of acteurs bij de première een beduidend effect op publieksopkomst. Kinopolis tracht zijn aanbod zo intelligent en efficiënt mogelijk te laten overeenstemmen met wat de consument wil. Het programmeert dus niet vanuit inhoudelijk-culturele overwegingen maar handelt en redeneert vanuit zijn winstzoekende opdracht als commercieel bedrijf. Hoewel film nog steeds de corebusiness uitmaakt, is het aandeel inkomsten uit filmvertoningen niet langer stabiel – vandaar de diversifiëring.”*
160. *Ook wat type vertoningen betreft, kan vastgesteld worden dat kleine stadsbioscopen in de buurt van een groot multiplex - minstens gedeeltelijk - een ander aanbod hebben (zoals Lumière in Brugge, Cartoons in Antwerpen, Sfinx in Gent,..) om zich te diversifiëren ten aanzien van het nabijgelegen multiplex.*
161. *Daarnaast is niet elke film is even geschikt voor elke zaal of elk complex. Dat hoeft niet noodzakelijk te betekenen dat deze film niet in elk type zaal kan worden gespeeld, wel dat dit*

een onderscheid zal maken in de onderhandelingspositie van een bioscoopcomplex of –groep om bepaalde film al dan niet en aan goede voorwaarden te kunnen binnenhalen (bijvoorbeeld bepaalde technologische standaarden, speciale beeld- en geluidsvoorzieningen, ...).

162. *Een tweede segmentering vindt plaats op het niveau van aantal complexen waarover een bioscoopgroep beschikt, ofwel de grootte van de keten. Onafhankelijke bioscoopuitbaters die slechts over één bioscoopcomplex beschikken, zijn een commercieel minder interessante afzetmarkt voor een filmdistributeur in vergelijking met een bioscoopgroep die de film onmiddellijk in meerdere bioscoopcomplexen kan lanceren.*
163. *Het commercieel bioscoopsucces van een film hangt af van het verkochte aantal tickets, wat betekent dat in hoe meer lokale verzorgingsgebieden een film gedraaid wordt, en in hoe meer verschillende zalen, op hoe meer verschillende interessante filmslots, hoe hoger de kans op sterke box office sales. Bijgevolg kan gesteld worden dat hoe groter het netwerk van filmcomplexen, des te beter de onderhandelingspositie ten aanzien van een filmdistributeur. Een box office succes is bovendien in grote mate bepalend voor het verdere succes van de film. Niet gedraaid worden in voldoende filmzalen kan ernstige financiële gevolgen met zich meebrengen voor een film, indien nadien ook de verkoop via andere kanalen flopt ten gevolge van te weinig visibiliteit in de bioscoop.*
164. *Er zijn daarnaast nog enkele andere parameters in handen van bioscoopuitbaters die een grote impact kunnen hebben op de box office sales van een film : trailers, marketing , de release datum, filmslots (week versus weekend, ...), type zaal waarin de film gespeeld wordt (hoofdzaal versus kleine zaal),... Indien bioscopen via deze parameters de box office sales van de door hen gedraaide films kunnen versterken, beïnvloedt dit evenzeer hun eigen inkomsten. Uiteraard hebben grote multiplexen meer mogelijkheden om deze verschillende parameters te beïnvloeden dan kleine bioscopen met slechts een beperkt aantal zalen.*
165. *In België kan bovendien vastgesteld worden, dat beide segmenteringen een gelijkaardige opdeling maken tussen de aanwezige spelers: bioscoopketens actief in België exploiteren over het algemeen middelgrote tot grote multiplexen, en omgekeerd behoren quasi alle multiplexen in België tot een netwerk van bioscopen.*

VII.2.2 De markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop

VII.2.2.a Rechtspraak

166. *In de beslissingen nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997, nr. 2007-C/C-12 van 16 april 2007 en nr. 2008-C/C-52 van 1 oktober 2008 van de Raad voor de Mededinging en in de arresten van het Hof van Beroep van 18 maart 2008 (gevoegde zaken 2007/MR/2 tot 4) en van 11 maart 2010 (gevoegde zaken 2008/MR/22 tot 24) betreffende Kinopolis , is de relevante productmarkt gedefinieerd als de markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop.*
167. *Deze markt is ook behouden door buitenlandse precedentes (zie onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012).*

VII.2.2.b Positie aanmeldende partij³³

³³ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 1. Verzoekschrift, p. 31.

168. *Voor de analyse van de voorgenomen transactie neemt de aanmeldende partij, zonder enige nadelige erkenning als uitgangspunt: de stroomopwaartse markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop als een relevante markt.*

169. *Kinepolis geeft aan in haar Memorandum dat, aangevuld met feitelijke gegevens die werden verschaft in het kader van de verzoeken tot inlichtingen, er geen noodzaak is tot verdere segmentering van die markt. De vaststellingen zijn dezelfde ongeacht het "type" film of het nationale of internationale karakter van de productie.*

VII.2.2.c Onderzoek

i) Utopolis

170. *Wat betreft de productmarkt neemt Utopolis geen standpunt in.*

ii) Concurrerende bioscoopexploitanten

171. *Volgens Euroscop³⁴ is een verder onderscheid naar bijvoorbeeld filmgenre niet aangewezen.*

172. *UGC Belgium gaat akkoord met de productmarkt, maar vraagt aan de BMA om rekening te houden met het specifiek Belgisch linguïstiek, cultureel en regionaal karakter, meer bepaald wat betreft Vlaamse films. Het aanbod van Vlaamse films is vooral gesitueerd in Vlaanderen, in ondergeschikte orde in Brussel maar zeer zelden in Wallonië³⁵.*

173. *Ook voor Cinéma Eldorado³⁶ en Lumière, optredend voor Cartoon's Antwerpen en Lumière Brugge³⁷, Variétés Lier³⁸ en Cinépointcom³⁹ is het niet nodig om te sleutelen aan de manier van distributie in België.*

174. *Volgens I-Magix is deze productmarktdefinitie nog actueel, maar er moet wel een verdere onderverdeling gemaakt worden voor "Vlaamse films" in Vlaanderen. Dit zijn "must have" films en worden zo goed als allemaal door KFD gedistribueerd⁴⁰.*

175. *Volgens de FCB is er aan de productmarkt niets gewijzigd⁴¹.*

iii) Filmdistributeurs

176. *Volgens KFD moet de productmarkt niet verder opgesplitst worden daar elke film een unicum is, concurreert met alle andere films en dit ongeacht de oorsprong of het genre van de film⁴².*

177. *Ook 20th Century Fox Film België is van oordeel dat de productmarkt nog steeds actueel is, maar wil wel benadrukken dat lokale filmproducties (films gemaakt in België) aan belang*

³⁴ Antwoord van Euroscop van 2 oktober op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

³⁵ Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

³⁶ Antwoord van Cinéma Eldorado van 18 september op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

³⁷ Antwoord van Lumière van 27 oktober op vraag 11.1 van verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

³⁸ Antwoord van Variétés Lier van 31 oktober op vraag 10.1 van verzoek om inlichtingen van 22 oktober 2015.

³⁹ Antwoord van Cinépointcom van 29 september op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁴⁰ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁴¹ Antwoord van FCB van 1 oktober op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 23 september 2015.

⁴² Antwoord van KFD van 31 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 11 september 2015.

gewonnen hebben in de voorbije jaren. KFD is marktleider voor de distributie van Vlaamse films en het effect van de concentratie voor dit genre film zou problematisch kunnen worden⁴³.

178. **The Walt Disney Company** is van oordeel dat de marktdefinitie nog steeds actueel is aangezien elke bioscoop de gelegenheid moet hebben elke film in elk genre te kunnen vertonen. Dit komt de markt ten goede⁴⁴.

179. Volgens **Cinematek**, gaat het om een zeer ruime sector. Aan de ene kant van de keten heb je films die een heel commercieel karakter hebben. Deze films hebben enkel tot doel om winst te genereren, inhoud is minder van belang. Aan de andere kant heb je veel films die heel specifiek zijn, het gaat om echte kunstwerken met een innovatief kenmerk. Kinopolis geeft voorrang aan de eerste categorie en voorziet zelfs meerdere zalen voor deze films, met als gevolg dat het aanbod gelimiteerd en niet gedifferentieerd zal zijn⁴⁵.

180. Volgens de distributeurs **Cineart**⁴⁶, **Belga Films**⁴⁷, **Entertainment One Belgium**⁴⁸, **Sony Pictures**⁴⁹, **U Media**⁵⁰, **Jekino**⁵¹ en **Lumière, optredend als distributeur**⁵², is de productmarkt nog steeds actueel.

VII.2.2.d Positie auditeur

181. De marktbevraging bij concurrerende bioscoopexploitanten en film distributeurs bevestigt dat de productmarkt zoals gedefinieerd door de Raad voor de Mededinging in haar beslissing van 1997 en zoals bevestigd door het Hof van Beroep bij arrest van 11 maart 2010, ook vandaag nog actueel is. Ook de aanmeldende partij sluit zich hierbij aan.

182. Wat een eventuele marktsegmentering betreft, is de aanmeldende partij van oordeel dat er geen noodzaak is tot verdere segmentering van die markt. De vaststellingen zijn dezelfde ongeacht het "type" film of het nationale of internationale karakter van de productie.

183. Meerdere marktspelers wijzen evenwel op de bijzondere rol die KFD speelt in de verdeling van de Vlaamse film desgevallend gevolgd door een stellingname voor verdere marktsegmentering.

184. Gelet hierop alsook de verbreding post-transactie van de landelijke dekking van Kinopolis binnen Vlaanderen is de auditeur van oordeel dat een marktsegmentering van de verdeling van de Vlaamse film binnen deze productmarkt zich opdringt. Ook hier noopt deze marktsegmentering niet tot het definiëren van onderscheiden productmarkten. In het kader van deze transactie zal er bij de concurrentiële analyse rekening gehouden worden met het aspect van de Vlaamse film.

⁴³ Antwoord van The Walt Disney Company van 28 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁴⁴ Antwoord van The Walt Disney Company van 28 oktober op vraag 1.2 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁴⁵ Antwoord van Cinematek van 27 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁴⁶ Antwoord van Cinéart van 25 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁴⁷ Antwoord van Belga Films van 5 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 22 september 2015.

⁴⁸ Antwoord van Entertainment One Belgium van 23 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁴⁹ Antwoord van Sony pictures van 21 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 11 september 2015.

⁵⁰ Antwoord van Cinematek van 29 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁵¹ Antwoord van Jekino van 16 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁵² Antwoord van Lumière Groep van 1 oktober op vraag 11.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 15 september 2015.

VII.3 Relevante geografische markten

VII.3.1 De markt voor de vertoning van films in de bioscoop

VII.3.1.a Rechtspraak

185. In de beslissingen nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997, nr. 2007-C/C-12 van 16 april 2007 en nr. 2008-C/C-52 van 1 oktober 2008 van de Raad voor de Mededinging en in de arresten van het Hof van Beroep van 18 maart 2008 (gevoegde zaken 2007/MR/2 tot 4) en van 11 maart 2010 (gevoegde zaken 2008/MR/22 tot 24) betreffende Kinopolis, is de relevante geografische markt voor het vertonen van films in de bioscoop lokaal, vanuit het oogpunt van de bioscoopbezoeker (vraagzijde). Daarnaast wordt er ook aandacht besteed aan de aanbodzijde (nationaal).
186. Deze benadering wordt bevestigd door buitenlandse precedents: zie onder meer *Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited*, OFT beslissing van 24 augustus 2012, waarin in de laatste zin van randnummer 56 gesteld wordt dat met parameters op nationaal niveau rekening dient gehouden te worden.

VII.3.1.b Positie aanmeldende partij⁵³

i) Niet-nationaal karakter van de markt voor de vertoning van films in de bioscoop

187. Kinopolis haalt in haar Memorandum de ontwerpbeslissing aan dat stelt: "Echter, bepaalde mededingingsparameters worden ook op nationaal niveau bepaald (bijvoorbeeld onderhandelingen met de filmdistributeurs voor toegang tot films, advertentie op bioscoopschermen en branding)" en daarbij wordt verwezen naar randnummer 56 van de beslissing van 24 augustus 2012 van het OFT in het dossier *Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited*. In dat randnummer 56 verwijst het OFT verder door naar het dossier *Odeon / Reel* en naar het dossier *Terra Firma / UCI*. Bij een onderzoek van die dossiers stelt men vast dat het OFT tot de vaststelling kwam dat de markt lokaal is en dat nationale factoren geen belangrijke invloed uitoefenen op de lokale markt.
188. Enige nationale gevolgen van de transactie kunnen zich inderdaad slechts afspelen in de productmarkt voor de aankoop van films voor de vertoning in de bioscoop en vormen geen mededingingsparameter in de markt voor de vertoning van films in de bioscoop.
189. De rechtspraak van de Raad voor de Mededinging en het Hof van Beroep geven tevens aan dat de relevante geografische markt voor de markt van vertoning van films in de bioscoop lokaal is.
190. Het arrest van het Hof van Beroep te Brussel van 11 maart 2010 tot slot bevestigt nogmaals dat de geografische relevante markt voor de vertoning van films in de bioscoop lokaal is. In randnummer 51 van het arrest stelt het Hof "binnen het kader van de reeds vermelde rechtspleging (noot: het Hof verwijst hiermee naar het arrest van 18 maart 2008) heeft het hof beslist dat uit de dossiergegevens die ten grondslag lagen aan de Raadbeslissing van 16 april 2007 blijkt dat sedert november 1997 de relevante productmarkt niet was gewijzigd en dat evenmin bleek dat de afbakening van de relevante geografische markt die anno 1997 werd gemaakt niet langer relevant was".

⁵³

Voor een gedetailleerde uitleg en de rechtspraak die Kinopolis citeert verwijzen we naar het Memorandum.

191. *De beslissingspraktijk van andere mededingingsautoriteiten bevestigen deze opvatting.*

ii) Afbakening van de verzorgingsgebieden

192. *Voor de geografische afbakening van de productmarkt van vertoning van films in de bioscoop wordt een - ook door de Raad en marktdeelnemers in 2008 - algemeen aanvaard criterium gehanteerd van een rijtijd van 20 minuten rond elk van de bioscopen die het voorwerp zijn van de transactie. Dit omwille van de vaststelling dat een consument niet bereid is tot een langere rijtijd voor een bioscoopbezoek, wat ook wordt ondersteund door de vaststellingen bij deze transactie dat de overgrote meerderheid van de bezoekers afkomstig is uit deze zone van 20 minuten (en in casu zelfs uit een zone van 15 minuten) en dat daarbij zelfs veel belangrijkere percentages worden opgetekend dan in buitenlandse precedentes het geval is.*
193. *Kinopolis ziet geen argumenten om in het kader van het onderzoek van deze transactie af te wijken van dit algemeen aanvaard criterium. Een wijziging in de wijze waarop de geografische markt wordt afgebakend is enkel te verantwoorden wanneer uit de resultaten van bijkomende analyses zou blijken dat een significant deel van de bezoekers van de betrokken bioscoop hetzij langer rijdt dan 20 minuten, hetzij minder lang, zodat het criterium van een rijtijd van 20 minuten niet het meest geschikte criterium lijkt om de “catchment area” van een bioscoop af te bakenen.*
194. *In het kader van deze transactie werd vastgesteld dat de overgrote meerderheid van de bezoekers van de bioscopen die het voorwerp uitmaken van de transactie zich op minder dan [10-20] minuten rijtijd van de betrokken bioscoop bevinden. De overgrote meerderheid van de bezoekers bevindt zich zelfs in een zone van [5-15] minuten rijtijd, zodat een afbakening van de lokale verzorgingsgebieden op basis van een rijtijd van [5-15] minuten geschikter blijkt.*
195. *Om een relevant beeld te krijgen op de “daadwerkelijke mededinging” op de betrokken lokale markten is het dan ook onnodig om een bijkomend onderzoek te voeren op basis van een rijtijd van 30 minuten, zoals in randnummer 233 van het Ontwerp wordt gesteld.*
196. *Het is in het Ontwerp ook onduidelijk hoe dat bijkomend onderzoek werd gevoerd. De in randnummers 247, 251, 255 en 259 van het Ontwerp toegevoegde kaarten lijken erop te wijzen dat telkens eerst een isochroon van 30 minuten rijtijd rond de onderzochte Utopolis bioscoop wordt ingetekend, waarna vervolgens rond bepaalde bioscopen die zich in de zone van 30 minuten rijtijd rond de onderzochte Utopolis bioscoop bevinden (namelijk die bioscopen die door het Auditoraat als relevant werden beschouwd, inclusief Kinopolis bioscopen) telkens een nieuwe isochroon op basis van 30 minuten rijtijd wordt ingetekend. Aldus krijgt men voor bijvoorbeeld Utopolis Mechelen één groot verzorgingsgebied dat zich uitstrekt tot voorbij Gent in westelijke richting, tot Hasselt in oostelijke richting, tot voorbij het noorden van Antwerpen in noordelijke richting en tot voorbij Namen en Charlerloi in zuidelijke richting. Vervolgens worden in dit enorm uitgestrekte gebied marktaandeel pre- en post-transactie berekend.*
197. *Kinopolis is het niet alleen oneens met de afbakening van het verzorgingsgebied op basis van een rijtijd van 30 minuten, maar eveneens met de optelsom van verzorgingsgebieden die in het Ontwerp wordt toegepast. De consequentie daarvan zou zijn dat een inwoner van bijvoorbeeld Gent, Hasselt of zelfs Charlerloi in het “catchment area” ligt van Utopolis Mechelen, hetgeen in tegenstrijd is met alles wat boven reeds werd geschreven en met de vaststellingen die volgen uit de hierna in herinnering gebrachte postcode-onderzoeken, diversion ratio- en UPP-analyses.*

198. Een relevant onderzoek van de lokale markten neemt een rijtijd van 15 minuten en, maximaal, 20 minuten in aanmerking. Terecht wordt in het Ontwerp in het kader van het onderzoek van die lokale markten gesteld:

- *Wat Utopolis Lommel betreft):” Het dichtstbijzijnde Kinepolis complex ligt in Hasselt, maar is op ruim 35 minuten reistijd”.*
- *Voor wat betreft Utopolis Turnhout “In het verzorgingsgebied van 15 en 20 minuten reistijd verandert er post transactie niets aan het marktaandeel van het Utopolis-complex in Turnhout. Er is enkel een verandering van eigenaar, Utopolis Turnhout wordt Kinepolis Turnhout.”*
- *Voor wat betreft Utopolis Mechelen: In het verzorgingsgebied van 15 en 20 minuten reistijd verandert er post transactie niets aan het marktaandeel van het Utopolis-complex in Mechelen. Er is enkel een verandering van eigenaar, Utopolis Mechelen wordt Kinepolis Mechelen.”*
- *Voor wat betreft Kinepolis Brussel: In het verzorgingsgebied van 15 en 20 minuten reistijd verandert er post transactie niets aan het marktaandeel van het Kinepolis-complex in Brussel.”*
- *Voor wat betreft Kinepolis Antwerpen: In het verzorgingsgebied van 15 en 20 minuten reistijd verandert er post transactie niets aan het marktaandeel van Kinepolis Antwerpen.”*

199. De conclusie die uit deze vaststellingen volgt is dat voor deze markten er geen sprake is van daadwerkelijke mededinging tussen Kinepolis en Utopolis en dat de transactie niet resulteert in een negatieve impact op de daadwerkelijke mededinging op de lokale markten van Utopolis Lommel, Utopolis Turnhout en Utopolis Mechelen niet impacteert.

VII.3.1.c Onderzoek

i) Utopolis

200. **Utopolis** is van oordeel dat het lokale karakter van deze markt nog meer toepasselijk is dan 20 jaar geleden. De markt is heel lokaal geworden gezien de concurrentie van platforms die films aanbieden om van thuis uit te bekijken. De bezoeker is bereid een traject van ongeveer 20 minuten af te leggen.⁵⁴

ii) Concurrerende bioscoopexploitanten

201. **Euroscop** meent dat deze geografische marktdefinitie nog actueel is, maar wenst een bijkomende nuancering aan te brengen: “Bioscoopbezoek vindt inderdaad plaats op regionaal/lokaal niveau, maar de distributie, advertising en prijszetting gebeuren wel op (supra)nationaal niveau. Bijgevolg heeft de positie van een bioscoopgroep op deze nationale markten een rechtstreeks gevolg voor de positie van de groep op de lokale markt.”⁵⁵

⁵⁴ Antwoord van Utopolis van 2 oktober op vraag 5 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 22 september 2015.

⁵⁵ Antwoord van Euroscop van 2 oktober op vraag 6.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

202. Wat de maximale reistijd betreft, meent Euroscop dat bioscoopbezoekers bereid zijn om 20 à 30 minuten te rijden tot aan een bioscoopcomplex. Bezoekers zouden bereid zijn om een langere reistijd af te leggen voor grote bioscoopcomplexen⁵⁶.

203. Volgens **UGC** is de markt nog steeds lokaal en is de bioscoopbezoeker bereid om een traject van ongeveer 20 min met de auto af te leggen om naar de bioscoop te gaan. De bezoeker houdt hierbij rekening met de drukte op het traject, de toegankelijkheid tot parkings, de aanwezigheid van openbaar vervoer en de toegang tot de bioscoop. UGC merkt echter op dat het criterium van 20 minuten slechts indicatief is en dat de lokale markt per verzorgingsgebied moet bekeken worden. De criteria die hierbij belangrijk zijn, zijn bijvoorbeeld het ruraal of stedelijk karakter, het ontbreken van een bioscoop in de buurt waardoor de markt uitgebreid moet worden. Tevens is het noodzakelijk om in een bepaald verzorgingsgebied rekening te houden met de concurrentiele druk die speelt tussen complexen die buiten de straal van 20 km liggen en diegene die in zich in het verzorgingsgebied bevinden⁵⁷.

204. UGC staft dit met een voorbeeld. De opening van Utopolis Turnhout in 2002 en Siniscoop Sint-Niklaas in 2003, beiden meer dan 20 minuten verwijderd van Antwerpen heeft toch een impact gehad op het bezoekersaantal in UGC Antwerpen en Metropolis Antwerpen (onderdeel van Kinopolis)⁵⁸.

Impact van de opening van bioscopen Siniscoop Sint-Niklaas en Utopolis Turnhout op de bioscopen gelegen in Antwerpen, 2000-2008

Complex	Schermen	Zetels	2001	2002	2003	2004	2005
UGC Antwerpen	17	3.649	1.056.323	981.576	946.396	907.229	766.872
Metropolis Kinopolis	24	8.092	2.909.716	2.957.648	2.676.515	2.380.237	2.167.125
Cartoon's	3	232	65.116	69.878	83.872	89.050	60.762
Utopolis Turnhout	8	1.804	-	17.088	356.509	440.138	420.740
Siniscoop Sint-Niklaas	8	1.200	-	-	53.810	370.795	348.303

Bron: Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015

205. Volgens **Cinépointcom** is de markt lokaal en zijn bezoekers bereid om een traject van maximum 20 kilometer af te leggen met een reistijd van 30 minuten.⁵⁹

206. Volgens **I-Magix** is het geografisch karakter lokaal maar haalt aan dat het aan de hand van de beslissing van de Raad voor de Mededinging moeilijk is om de lokale gebieden te omlijnen. Een traject van 20 à 30 minuten wordt meestal gehanteerd, maar Imagix is van mening dat het noodzakelijk is om ook rekening te houden met de substitutieketens, het overlappen van

⁵⁶ Antwoord van Euroscop van 2 oktober op vraag 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁵⁷ Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁵⁸ Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁵⁹ Antwoord van Cinépointcom van 29 september op vraag 6 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

geografische zones, het aanbod van vouchers, de substitueerbaarheid aan aanbodzijde etc...Verzorgingsgebieden moeten worden omlind op basis van hun ligging. Een bioscoop, grenzend aan een autosnelweg, zal over een groter verzorgingsgebied beschikken, dan een bioscoop gelegen in het stadscentrum⁶⁰.

207. Volgens **Cinéma Le Stockel** (Sint-Pieters-Woluwe) is de markt lokaal en is een bioscoopbezoeker bereid om een traject af te leggen van 15 à 20 min⁶¹.
208. **Cinéma Eldorado** (Namen) is van oordeel dat de geografische marktdefinitie nog steeds actueel is. Volgens hen zijn bioscoopbezoekers bereid om een traject af te leggen van 15 à 25 minuten⁶².
209. **Lumière, optredend voor Cartoon's Antwerpen en Lumière Brugge** stelt dat hoewel de campagne voor een welbepaalde film op nationaal niveau wordt gevoerd, het beleid van een bioscoop een lokaal karakter heeft. Men houdt rekening met de specifieke kenmerken van de regio waarin de bioscoop actief is, de inwoners en de concurrenten⁶³.
210. Wat betreft de af te leggen reistijd stelt Lumière groep dat de meeste bezoekers niet verder zullen gaan dan de dichtst bijgelegen stad. Men zal eerder geneigd zijn om een andere film te kiezen wanneer die naar keuze niet geprogrammeerd staat, dan naar een andere bioscoop te gaan om alsnog de film naar keuze te zien. Een reistijd van hoogstens 20 minuten lijkt hen haalbaar. Volgens hen is deze beperking niet van toepassing op bioscopen zoals hun eigen bioscopen, namelijk Cartoon's en Lumière, aangezien dergelijke stadbioscopen als gevolg van hun specifieke programmatie een iets grotere actieradius hebben. Ze kunnen beter vergeleken worden met een theaterzaal.
211. Volgens **Variétés Lier** is de markt lokaal. Sommige mensen maken van een bioscoop graag een dagje uit en zijn dan bereid om een half uur te rijden naar Mechelen of Antwerpen. Volgens hen kan ook leeftijd een rol spelen in het bepalen welke afstand men zal afleggen om naar de bioscoop te gaan. Mensen met kleine kindjes gaan het liefst naar kleine bioscopen om de kosten te drukken. Oudere mensen gaan liever naar een buurtbioscoop dan naar grote complexen.⁶⁴
212. **Cinema For&ver** meent dat het traject maximum een half uur mag duren, uitgezonderd uitzonderingen⁶⁵.
213. Volgens de **FCB** is de markt nog steeds lokaal en is de reistijd van ongeveer 20 minuten nog steeds actueel. Er moet echter wel rekening gehouden worden met de specificiteit van elke regio. Er bestaan namelijk regio's waar inwoners gewoon zijn om zich verder te verplaatsen dan elders⁶⁶.

⁶⁰ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁶¹ Antwoord van Cinéma Le Stockel van 4 oktober op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁶² Antwoord van Cinéma Eldorado van 18 september op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁶³ Antwoord van Lumière van 27 oktober op vraag 11.2 en 11.3 van verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

⁶⁴ Antwoord van Variétés Lier van 31 oktober op vraag 11.2, 11.3 en 11.4 van verzoek om inlichtingen van 22 oktober 2015.

⁶⁵ Antwoord van Cinéma For&ver van 23 oktober op vraag 11.3 van verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

⁶⁶ Antwoord van FCB van 1 oktober op vraag 6.2 en 6.3 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 23 september 2015.

Samenvattende tabel reistijden:

Bioscoop(groep)	Reistijd
Kinepolis	15 tot hoogstens 20 minuten
Euroscop	20 tot 30 minuten ; Bezoekers zijn bereid om langere reistijd af te leggen voor grote bioscoopcomplexen
UGC	20 min met de auto , rekening houdend met i.) de drukte op het traject, de toegankelijkheid tot parkings, de aanwezigheid van openbaar vervoer en de toegang tot de bioscoop; ii.) bijvoorbeeld ruraal of stedelijk karakter, het ontbreken van een bioscoop in de buurt; iii.) de concurrentiele druk die speelt tussen complexen die buiten de straal van 20 km liggen en diegene die zich in het verzorgingsgebied bevinden.
Cinépointcom	Maximum 20 km met een reistijd van 30 minuten
I-Magix	20 à 30 minuten , maar rekening houdend met de substitutieketens, het overlappen van geografische zones, het aanbod van vouchers, de substitueerbaarheid aan aanbodzijde, ligging (aan snelweg versus in stadscentrum),....
Utopolis	20 minuten
Cinéma Le Stockel	15 à 20 minuten
Cinéma Eldorado	15 à 25 minuten
Lumière (Cartoon's Antwerpen en Lumière Brugge)	Hoogstens 20 minuten Niet verder dan dichtsbijgelegen stad en rekening houdend met specifieke kenmerken van regio waarin bioscoop actief is, inwoners en concurrenten. Stadsbioscopen als gevolg van specifieke programmatie grotere actieradius
Variétés Lier	Dagje uit: bereid tot 30 minuten . Ook rekening houden met leeftijd.
Cinema For&ver	Maximum 30 minuten , met uitzonderingen
FCB	Ongeveer 20 minuten, rekening houdend met specificiteit van elke regio.

VII.3.1.d Positie auditeur

i) Lokale definitie voor de markt voor de vertoning van films in de bioscoop

214. De auditeur stelt vast dat de markt voor de vertoning van films in de bioscoop lokaal is, thans bevestigd door de aanmeldende partij, de concurrenten en de jurisprudentie.

215. De auditeur is van oordeel dat naast een lokaal toetsingskader ook een nationaal toetsingskader moet worden gebruikt bij het onderzoek naar de mededingsrechtelijke gevolgen van de transactie op deze productmarkt. Bioscoopgroepen concurreren op nationaal niveau (onder

meer door de ontwikkeling van een nationale prijsstrategie, een nationale commerciële politiek en een nationale brand) en op lokaal niveau (een bioscoopbezoeker kiest tussen de aanwezige bioscopen binnen een bepaalde isochroon). In voorliggende transactie zijn er daarenboven specifieke nationale elementen. Het bioscopennetwerk van Kinopolis is reeds vandaag nationaal vertakt en door de transactie zal haar landelijke dekking binnen Vlaanderen worden verbreed. Door de overname van een bioscoopgroep probeert Kinopolis haar nationale positie te versterken. Derhalve mag de mededingingsrechtelijke analyse zich niet beperken tot het lokale niveau. Deze benadering wijzigt evenwel niet de conclusie van de auditeur m.b.t. de geografische marktdefinitie van de markt voor de vertoning van films in de bioscoop, i.e. haar lokale dimensie

216. Het standpunt van de auditeur is niet nieuw maar volgt daarmee eerdere beslissingen van de Raad voor de Mededinging in de bioscoopsector:

- *Beslissing nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997: De Raad houdt doorheen haar redenering rekening met nationale aspecten. Bovendien stelt de Raad vast dat “de aangemelde concentratie tot gevolg heeft dat de machtspositie die de groepen Bert en Claeys gezamenlijk bezitten, versterkt wordt, wat tot gevolg heeft dat de daadwerkelijke mededinging op de Belgische betrokken markt van het vertonen van films, en op wezenlijke delen daarvan, merkbaar wordt belemmerd.”*

- *Beslissing nr. 2008-C/C-56 van 29 oktober 2008 - Verzoek van Kinopolis tot instemming met transactie tussen Kinopolis Group NV en Multiscope Palace NV:*

“41. De effectieve concurrentiedruk voor wat betreft de markt voor de vertoning van films in de bioscoop wordt hoofdzakelijk binnen een beperkte straal rond de bioscoop ondervonden en de concurrentie speelt zich bijgevolg vooral af op lokaal vlak. (...)

43. De Raad merkt in dit verband tot slot nog op dat niet enkel gekeken dient te worden naar de positie van Kinopolis op de lokale markt voor het vertonen van films in de bioscoop, maar dat gezien het netwerk van bioscopen waarover Kinopolis beschikt, de Raad ook de positie van Kinopolis op nationaal niveau in overweging dient te nemen.” (eigen onderlijning)”

- *Beslissing nr. 2008-C/C-52 van 1 oktober 2008 - Verzoek van Kinopolis tot opheffing van de voorwaarden opgelegd in Beslissing nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997:*

“91. De effectieve concurrentiedruk voor wat betreft de markt voor de vertoning van films in de bioscoop wordt hoofdzakelijk binnen een beperkte straal rond de bioscoop ondervonden en de concurrentie speelt zich bijgevolg vooral af op lokaal vlak.

(...)

92. De Raad merkt tot slot nog op dat niet enkel gekeken dient te worden naar de positie van Kinopolis op de lokale markt voor het vertonen van films in de bioscoop, maar dat gezien het uitgebreide netwerk van bioscopen waarover Kinopolis beschikt, in navolging van de Beslissing van 1997, de Raad ook de positie van Kinopolis op nationaal niveau in overweging dient te nemen. Dit geldt des te meer nu Kinopolis haar marketingbeleid en filmaanbod nationaal bepaalt en gezien haar naambekendheid en de verticale integratie met haar dochter KFD.” (eigen onderlijning)”

217. De auditeur wordt ook bijgetreden door het OFT in haar Beslissing VUE waarin in de laatste zin van randnummer 56 gesteld wordt dat met parameters op nationaal niveau rekening dient gehouden worden:

“56. Previous OFT cinema merger decisions have considered competition in both national and local markets. This is because competition takes place predominantly at a local level, reflecting the fact that price, content and facilities may be set by cinema managers at a local level, partly in response to local conditions. However, certain competitive parameters may also be determined at a national level (eigen onderlijning) (for example, negotiations with distributors for access to film content, screen advertising fees and branding).”

218. *Kinepolis volgt deze lezing niet. Zool reeds eerder vermeld leest zij in dit randnummer dat de nationale factoren geen belangrijke invloed uitoefenen op de lokale markt. De auditeur vindt deze stelling niet terug in randnummer 56. De auditeur merkt echter op dat in deze beslissing het OFT besloten heeft om de impact van de concentratie niet op verder op een nationaal niveau te analyseren gezien de minimale verhoging van het nationaal marktaandeel.⁶⁷*

219. *De auditeur verwijst eveneens naar concentratiebeslissingen van de Europese Commissie waarin wordt gesteld dat voor sommige productmarkten ook supra lokale elementen in de mededingingsanalyse van de gevolgen van de transactie moeten opgenomen worden. In beslissing COMP/M.2978 van 7 januari 2004 in zaak Lagardère/Natexis/VUP stelt de Commissie dat de kleinhandelsverkoop van boeken op lokale markten gebeurt, maar het noodzakelijk is ook de strategieën en de posities van de onderscheiden marktspelers te onderzoeken op nationaal niveau:*

“(401) Daarenboven, zoals de Commissie reeds opgemerkt heeft in verband met gespecialiseerde distributie of voedseldistributie, kunnen bepaalde aspecten van de mededingingsanalyse in een bredere context worden beschouwd dan het lokaal niveau. Enkele belangrijke factoren van concurrentie tussen distributieketens kunnen worden vastgesteld op nationaal niveau, daar de ketens gecentraliseerde beslissingen nemen betreffende de structuur van hun productlijsten, promotiecampagnes op nationaal niveau als onderdeel van hun samenwerking met de leveranciers, en een klantenbindingsbeleid toepassen op nationaal niveau. De lokalisatie van de winkel wordt in de meeste gevallen ook bepaald door elke land.

(402) Het Commissieonderzoek heeft bevestigd dat met deze factoren rekening moet worden gehouden bij de beoordeling van de positie van de diverse detailhandelaren..

(403) In het licht van het bovenstaande zijn er een aantal factoren die wijzen op het bestaan van lokale markten, ofschoon de mededingingsanalyse de strategieën en de posities van de verschillende marktspelers op de nationale markt niet kan negeren.”

220. *Dit standpunt vindt steun in precedentes van de Europese Commissie. Sommige markten hebben zowel lokale als nationale karakteristieken. Om deze markten te analyseren kan het nodig zijn om de effecten op zowel nationaal als lokaal niveau te onderzoeken.⁶⁸*

221. *Er bestaat eveneens een concurrentie tussen bioscoopexploitanten op nationaal niveau welke effecten resorteert op de lokale markten. Beslissingen m.bt. marketing, merkpositionering hebben in het bijzonder plaats op nationaal niveau. Daarenboven vindt de meeste publiciteit voor de bioscopen plaats in nationale kranten en op nationale televisiezenders. De algemene prijsstrategie wordt ook gecentraliseerd.*

222. *Op basis van al deze vaststellingen besluit de auditeur tot het bestaan van een nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop.⁶⁹*

⁶⁷ Beslissing van OFT in VUE § 62- 63.

⁶⁸ Zie Alistair Lindsay & Alison Berridge, The EU Merger Regulation: Substantive issues, 4th edition (2012), p. 197-198.

⁶⁹ Zie Competition Policy Brief van Maart 2015, Issue 2015-12.

ii) Afbakening van de verzorgingsgebieden

223. *In eerste fase werden deze marktaandelen berekend op basis van eigen berekeningen van bezoekersaantallen die werden opgevraagd in het kader van de zaak CONC-I/O-14/0027 en op basis van desk research. Er werden isochronen tot 30 min. reistijd gebruikt.*
224. *Op basis van de postcodeonderzoeken, stelt de auditeur vast dat een vaste rijtijd geen absolute maatstaf is. Er kan bijgevolg geen verzorgingsgebied afgebakend worden op basis van een unieke isochroon die voor elk bioscoopcomplex geldt.*
225. *Het tweede postcodeonderzoek toont bovendien aan dat afstand is niet de enige determinerende factor teneinde de grenzen van het geografisch verzorgingsgebied van een bioscoopcomplex af te bakenen. Zo zijn er voor elk van de complexen bepaalde postcodes die zich louter in termen van afstand (tot ver) buiten het afgebakende verzorgingsgebied bevinden, maar desalniettemin instaan voor een significant bezoekersaandeel. Wat Kinopolis en Utopolis betreft, toont een vergelijking met vorige postcodeonderzoeken aan dat een aantal van deze verder gelegen postcodes niet toevallig opduiken in de lijst van deze bioscoopcomplex. Er moeten bijgevolg naast afstand ook andere factoren zijn die verklaren waarom specifieke deze postcodes instaan voor een niet te verwaarlozen deel van het bioscoopcliënteel. Mogelijke verklaringen zijn enerzijds verschillen in geografische en demografische kenmerken tussen postcodes, zoals de aanwezigheid van een treinstation, een substantiële studentenpopulatie, bezoekers die niet wonen maar wel werken in de buurt van een bepaald bioscoopcomplex, specifieke merkenvoorkeur, demografische verschillen, enzovoort. Anderzijds kunnen er verschillen zijn aan de aanbodzijde die de keuze voor een bepaald bioscoopcomplex mee bepalen.*
226. *Ook de bevroegde concurrerende bioscoopexploitanten stellen een meer genuanceerde geografische definitie voor. De geografische reikwijdte van het verzorgingsgebied van een bioscoop kan worden benaderd door het uitzetten van concentrische cirkels vanuit iedere bioscoop met een radius uitgedrukt in reistijd (isochroon), waarbij door de meerderheid van de ondervraagden een rijtijd van meer dan 20 minuten wordt opgeworpen. Zo goed als alle ondervraagden stellen echter dat deze vooropgestelde reistijd moet genuanceerd worden binnen de specifieke contextuele omstandigheden, waaronder de specifieke kenmerken van de bioscoop alsook de regio waarin de bioscoop gelegen is.*
227. *Op basis van deze informatie oordeelt het onderzoeksteam dat een nauwkeurigere benadering van de verzorgingsgebieden noodzakelijk is teneinde meer accurate lokale marktaandelen te berekenen. Hiertoe hanteert de Auditeur twee methoden:*
- *Een isochroon van 20 minuten op basis van eigen berekeningen van rijtijden rond dit complex, rekening houdend met de werkelijke aanwezigheid (marktaandeel) van concurrerende bioscoopcomplexen binnen deze isochroon (en dus niet louter rekening houdend met het feit of dit complex zich effectief fysiek binnen deze isochroon van 20 minuten bevindt);*
 - *Een geografisch verzorgingsgebied op basis van de gebieden waar de bezoekers effectief vandaan komen, los van de afstand tussen dit gebied en het bioscoopcomplex. Hiertoe werd de set van postcodes geïdentificeerd waar 80% van de bezoekers van een bepaald bioscoopcomplex vandaan komen. De marktaandelen van de verschillende bioscoopcomplexen werden vervolgens berekend als volgt:*

- i. *Het marktaandeel van bioscoop X is het totaal aantal bezoekers uit dit verzorgingsgebied dat naar bioscoopcomplex X gaat gedeeld door het totaal aantal bioscoopbezoekers uit het verzorgingsgebied.*
- ii. *Het marktaandeel van een bepaalde bioscoopketen in dit verzorgingsgebied is de som van de marktaandelen van alle bioscoopcomplexen in dit verzorgingsgebied die tot deze keten behoren.*

VII.3.2 De markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop

VII.3.2.a Rechtspraak

228. *In de beslissingen nr. 97-C/C-25 van 17 november 1997, nr. 2007-C/C-12 van 16 april 2007 en nr. 2008-C/C-52 van 1 oktober 2008 van de Raad voor de Mededinging en in de arresten van het Hof van Beroep van 18 maart 2008 (gevoegde zaken 2007/MR/2 tot 4) en van 11 maart 2010 (gevoegde zaken 2008/MR/22 tot 24) betreffende Kinopolis, alsook door buitenlandse precedentes (zie onder meer Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012) is de relevante geografische markt van de markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop nationaal.*

VII.3.2.b Positie aanmeldende partij⁷⁰

229. *Wat deze markt betreft, gaat de aanmeldende partij in haar verzoekschrift niet verder in op de geografische marktafbakening. In haar Memorandum stelt ze dat er geen discussie bestaat over de productmarkt en dat er geen noodzaak is tot verdere segmentatie.*

VII.3.2.c Onderzoek

i) Utopolis

230. **Utopolis** *bevestigt dat de distributie van films zich steeds voordoet binnen een nationaal kader. Volgens Utopolis voeren Belgische en Luxemburgse partijen samen onderhandelingen met distributeurs aangezien de data waarin de films uitkomen in de zalen en de marketing in beide landen gelijk lopen. Volgens Utopolis zou het niet slecht zijn om de geografische markt uit te breiden aangezien het gelijk is dat films reeds circuleren via andere kanalen voordat ze vertoond kunnen worden in België en dit doordat ze al uitgebracht werden in buurlanden.*⁷¹

ii) Concurrerende bioscoopexploitanten

231. **Euroscop** *geeft aan dat zij ook onderhandelingen voeren op het niveau van België en Luxemburg, doch is van mening dat er geen verder onderscheid moet gemaakt worden*⁷².

232. **UGC** *is van oordeel dat de markt nationaal dient afgebakend worden. UGC onderhandelt niet met distributeurs op supra-nationaal niveau aangezien ze enkel binnen de Belgische markt opereert. Voor exploitanten die wel actief zijn binnen de Benelux is het mogelijk om deze aanwezigheid te gebruiken om betere condities op nationaal niveau te verkrijgen.*⁷³

⁷⁰ Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 31.

⁷¹ Antwoord van Utopolis van 2 oktober op vraag 4 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 22 september 2015.

⁷² Antwoord van Euroscop van 2 oktober op vraag 5.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁷³ Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 5.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015

233. **I-Magix** onderhandelt niet op een supra-nationaal niveau en acht een supra-nationaal niveau niet noodzakelijk voor de geografische marktafbakening. Zowel de Europese Commissie als de vroegere Raad voor de Mededinging hebben deze markt als nationaal omschreven. Verder wijst I-Magix erop dat Kinopolis in het jaarrapport aangeeft dat de bioscoopprogrammatie en de onderhandelingen met de distributeurs op nationaal niveau plaatsvinden⁷⁴.
234. Wel stelt I-Magix dat een segmentering kan overwogen worden op het regionaal niveau (Vlaanderen/ Wallonië + Brussel) in de mate waarin de vraag verschilt tussen de regio's : het belang van de Vlaamse films is in Vlaanderen sterk toegenomen, waar zij in verhouding een veel belangrijker aandeel hebben ten opzichte van het totaal aantal films die in de bioscopen gedraaid worden dan in Wallonië⁷⁵.
235. **Cinéma Le Stockel** is van oordeel dat de markt verder gesplitst moet worden in een Vlaamse en een Waalse regio aangezien de smaak en de gewoontes van de inwoners van deze regio's verschillen. Bovendien is de Vlaamse film productief en van goeie kwaliteit. Vlamingen gaan naar Vlaamse films kijken, dit fenomeen komt minder voor in Wallonië⁷⁶. Cinéma Le Stockel opereert enkel op Belgisch niveau.
236. **Cinéma Eldorado**⁷⁷ en **Cinépointcom**⁷⁸ zijn van oordeel dat de marktdefinitie nog steeds van toepassing is. Ook zij geven aan dat hun activiteiten zich enkel op de nationale markt situeren.
237. Volgens **Lumière, optredend voor Cartoon's Antwerpen en Lumière Brugge**, worden de onderhandelingen voor de distributie van een film/serie in de bioscoopzalen steeds gevoerd per land. De markt is bijgevolg nationaal af te bakenen maar de regionale verschillen in België spellen een steeds belangrijkere rol. Films in Vlaanderen, Wallonië en Brussel worden anders geprogrammeerd en ontvangen. Ten gevolge van taal- en culturele verschillen leunt Wallonië meer aan bij Frankrijk en Vlaanderen meer bij de Angelsaksische filmindustrie. In het franstalige taalgebied worden de meeste films gedubd. Films die slechts een beperkt publiek aantrekken zullen echter wel ondertiteld worden. In Vlaanderen is er totaal geen sprake van een "dubcultuur" met uitzondering voor kinderfilms⁷⁹.
238. Volgens de **FCB** is de markt nationaal maar er zijn wel regionale verschillen die voortvloeien uit de twee grote taalgroepen. Ook heeft de Vlaamse film gedurende de laatste jaren in belangrijke mate aan populariteit gewonnen⁸⁰.

iii) Filmdistributeurs

239. Volgens **KFD** blijft de markt nationaal. De filmrechten worden immers bijna altijd verkregen voor het ganse Belgische territorium. Middels ondertiteling of dubbing kunnen de films in het hele land worden vertoond. Volgens KFD verschillen de concurrentievoorwaarden niet per regio en zijn er ook geen verschillen met betrekking tot de toetredingsmogelijkheden tot de markt⁸¹. De onderhandelingen worden steeds op nationaal vlak gevoerd. Indien KFD de rechten voor de

⁷⁴ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 5.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁷⁵ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 5.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁷⁶ Antwoord van Cinéma Le Stockel van 4 oktober op vraag 5.1 en 5.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁷⁷ Antwoord van Cinéma Eldorado van 18 september op vraag 5 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁷⁸ Antwoord van Cinépointcom van 29 september op vraag 5 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁷⁹ Antwoord van Lumière van 27 oktober op vraag 11.1 van verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

⁸⁰ Antwoord van FCB van 1 oktober op vraag 5.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 23 september 2015.

⁸¹ Antwoord van KFD van 31 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 11 september 2015.

Luxemburgse markt heeft verworven onderhandelt zij met Utopolis ook voor de Luxemburgse markt⁸².

240. **20th Century Fox Film België** stelt dat zij actief is op supra nationaal niveau maar dit leidt dit de noodzaak om de geografische productmarkt te herzien. Ze onderhandelen op nationaal niveau, ze sluiten aparte contracten met bioscoopgroepen voor elk land en filmrechten worden bijgevolg toegewezen per land⁸³.
241. **The Walt Disney Company** onderhandelt met bioscoopgroepen voor België en Luxemburg. Doch is zij van mening dat de nationale geografische marktafbakening niet noodzakelijk herzien moet worden⁸⁴.
242. **Lumière, optredend als distributeur**, stelt in haar antwoord hetzelfde als hierboven reeds vermeld wanneer ze optreedt voor de bioscopen binnen de groep. Lumière voegt hier wel nog aan toe dat de onderhandelingen per film, per land en per klant worden gevoerd aangezien er met diverse factoren rekening moet gehouden worden. Ten eerste kan de release datum verschillen van land tot land ten gevolge van afspraken die Lumière heeft met de producent of ten gevolge van vakantieperiodes of data die verschillen per land. Ten tweede zijn er per land culturele en taalgebonden verschillen. Ten slotte zijn er ook verschillen wat betreft de inplanting van bioscoopcomplexen per land. Deze factoren zijn niet exhaustief⁸⁵.
243. Volgens **Dalton Distribution** zijn de nationale grenzen bepalend voor de distributiestrategie van een film, bijvoorbeeld voor het bepalen van de releasedatum. Tussen de verschillende genres zijn er grote verschillen in hoe een film wordt uitgezet in de bioscoop. Het is noodzakelijk om een andere strategie te volgen in het geval van een "blockbuster"⁸⁶.
244. **Cinematek** stelt dat de onderhandelingen zich voornamelijk op nationale en linguïstieke basis gebeuren. Een distributeur zal vaak de rechten voor de Benelux verwerven ook al verschilt de programmatie in België en Luxemburg met die in Nederland. De Nederlandse markt is een totaal andere markt⁸⁷.
245. Ook volgens **Independent Films Distributie** onderhandelen Belgische distributiebedrijven op nationaal vlak. Er wordt enkel over de huur- en vertoningsvoorwaarden van een film in België onderhandeld. Bijgevolg is de markt nog steeds nationaal⁸⁸.
246. Voor **Cineart**⁸⁹, **Sony Pictures**⁹⁰, **Belga Films**⁹¹, **Jekino**⁹² en **Entertainment One Belgium**⁹³ blijft de marktdefinitie actueel.

⁸² Antwoord van KFD van 31 september op vraag 1.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 11 september 2015.

⁸³ Antwoord van 20th Century Fox Film België van 15 oktober op vraag 1.2 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 11 september 2015.

⁸⁴ Antwoord van The Walt Disney Company van 28 oktober op vraag 1.2 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁸⁵ Antwoord van Lumière van 1 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 15 september 2015.

Antwoord van Dalton Distribution van 30 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁸⁷ Antwoord van Cinematek van 27 oktober op vraag 1.2 van verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

⁸⁸ Antwoord van Independent Films Distributie van 20 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁸⁹ Antwoord van Cineart van 25 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

⁹⁰ Antwoord van Sony pictures van 21 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 11 september 2015.

⁹¹ Antwoord van Belga Films van 5 oktober op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 22 september 2015.

⁹² Antwoord van Jekino van 16 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

VII.3.3 Positie auditeur

247. *De marktbevraging bij concurrerende bioscoopexploitanten en filmexploitanten bevestigt dat de geografische markt voor de verdeling van films voor vertoning in de bioscoop zoals gedefinieerd door de Raad voor de Mededinging in haar beslissing van 1997 en zoals bevestigd door het Hof van Beroep bij arrest van 11 maart 2010 ongewijzigd blijft. Deze geografische markt blijft dus nationaal.*

248. *Ook m.b.t. deze geografische marktdefinitie ontkent de auditeur niet het bestaan van subsegmenten (zoals de Vlaamse film binnen Vlaanderen) binnen deze productmarkt. Evenwel noopt deze marktsegmentering niet tot het definiëren van onderscheiden productmarkten. Doch zal de auditeur in het kader van deze transactie bij de concurrentiële analyse rekening houden met zuiver Vlaamse aspecten.*

VII.4 Weerhouden markten

249. *Op grond van het voorafgaande weerhoudt de auditeur de volgende relevante markten:*

- *De lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop⁹⁴;*
- *De nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop*
- *De nationale markt voor de distributie van films voor de vertoning in de bioscoop.*

VII.5 Betrokken markten

VII.5.1 Marktwerking: relevante contextinformatie

VII.5.1.a Evolutie aanbodzijde pre 1997 - 2015⁹⁵

250. *De twee groepen, Bert en Claeys, waren reeds vóór de concentratie van 1997 onder de benaming Kinopolis groep sterke spelers op de Belgische markt voor de vertoning van films in de bioscoop.*

251. *Zo stelde de Raad vast dat de aanmeldende partijen elkaar wat de geografische spreiding van hun zalen betreft aanvullen, met heel hoge marktaandelen in de steden / regio's waar de aanmeldende partijen actief zijn (Antwerpen, Gent, Kortrijk, Leuven, Hasselt, Brussel en Luik).*

252. *De Raad vergeleek deze sterke positie van de aanmeldende partijen met de zeer zwakke positie van de andere uitbaters van bioscopen. Verder wees de Raad erop dat de belangrijkste concurrenten van de groep Kinopolis zalen uitbaten die geografisch niet of weinig zijn verspreid.*

253. *Ondanks de beperkingen die Kinopolis in 1997 kreeg opgelegd, is de groep er alsnog in geslaagd om zowel horizontaal als verticaal haar positie op de bioscoopmarkt verder te verstevigen.*

⁹³ Antwoord van Entertainment One Belgium van 23 september op vraag 1.1 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

⁹⁴ De auditeur wenst hierbij te vermelden dat ook een nationaal toetsingskader moet worden gebruikt bij het onderzoek naar de mededingingsrechtelijke gevolgen van de transactie op deze productmarkt.

⁹⁵ Wat de aanbodzijde betreft, richt de bespreking zich voornamelijk op de grote spelers met multiplexen.

- *Horizontaal*⁹⁶:
 - i. *verbreding van de landelijke dekking door twee nieuwe complexen in Brugge en Oostende en de overname van één complex, Imagibraïne.*
 - ii. *Aankoop muren Toison d'Or (2014): sectie 7.6 markttoetreding*
 - iii. *Parallel vonden internationaal enkele belangrijke overnames plaats waardoor de groep zich ook als internationale speler sterker op de kaart heeft gezet.*

- *Verticaal*:
 - i. *Verdere versterking van de positie van KFD op de filmdistributiemarkt, en dan voornamelijk in het segment van de Vlaamse film, die de afgelopen jaren op de vertoningsmarkt heel wat belangrijker is geworden.*
 - ii. *Overname van Brightfish in 2011, de enige aanbieder voor schermreclame in de bioscoop in België.*
 - iii. *Exclusiviteitscontract met Utopolis voor bioscoopreclame op Q-music en MNM*⁹⁷
 - iv. *Kinopolis*⁹⁸ *heeft daarnaast quasi alle eigen bioscoopgebouwen in eigendom en loopt hierdoor financieel minder risico's in vergelijking met concurrenten die de panden huren. Daarnaast kan het haar eigen gebouwen (daar waar mogelijk en wettelijk toegelaten) ook breder inschakelen dan louter voor bioscoopdoeleinden.*

254. In volgende paragrafen wordt de evolutie in België van de voornaamste concurrenten van Kinopolis beschreven.

255. De **Utopia**-groep⁹⁹ heeft een groep van bestaande zalen (Cinecity: Mechelen, Lommel, Aarschot) overgenomen in 1999. Verdere ontwikkelingen sedertdien zijn:

- 2002 : oprichting van een nieuw complex in Turnhout
- 2003-2005 : ontwikkeling van 3 nieuwe projecten in Nederland, gezien volgens Utopia de Belgische markt in die periode als relatief verzadigd werd beschouwd.

256. De **Euroscoop**-groep¹⁰⁰ is ontstaan in 2002. Chronologisch heeft de groep zich als volgt ontwikkeld:

- 2002: Acinapolis in Namen (constructie)
- 2003: Siniscoop in Sint-Niklaas (constructie)
- 2004: Euroscoop in Lanaken en Maasmechelen (constructie)
- 2005: Euroscoop in Genk (constructie)
- 2010: Cinéscope in Louvain-La-Neuve (overname)

257. Afgezien van de overname van de Gaumont bioscoop in Antwerpen in 2000, heeft **UGC**¹⁰¹ haar groep van bioscoopcomplexen in België niet verder uitgebreid. UGC heeft herhaaldelijk geprobeerd aanvullende bioscoopcomplexen te verwerven, maar die waren echter niet succesvol. Hieronder vindt u een chronologisch overzicht :

- **19 juli 2000** : UGC Antwerpen (gekocht van Gaumont);

⁹⁶ Ter herinnering vermelden we de overname via een deelname van 50% in Multiscope Palace te Bergen. Deze overname is uiteindelijk niet doorggegaan.

⁹⁷ Email Euroscoop van 4 november 2015

⁹⁸ http://www.bamart.be/files/Filmvertoning_in_Vlaanderen.pdf

⁹⁹ Antwoord van Utopolis van 2 oktober op vraag 13 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 22 september 2015.

¹⁰⁰ Antwoord van Euroscoop van 2 oktober op vraag 14 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

¹⁰¹ Antwoord van UGC Belgium van 24 september en 13 oktober op vraag 14 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015

- *In maart 1999, heeft UGC een overeenkomst afgesloten met ontwikkelaar Wilhelm & Co betreffende het bioscoopcomplex van Louvain-La-Neuve, waarvan de exploitatie begon in 2001. In 2008 werd UGC gedwongen de werking van het complex met 13 zalen in Louvain-la-Neuve op te schorten omwille van een structurele gebrek in de rookafzuiginstallatie die de ertoe leidde dat de exploitatie van dit complex te gevaarlijk werd voor de bioscoopbezoekers. De oplossing die tussen de bouwheer en UGC in 2009 werd onderhandeld leidde tot de overdracht door UGC van de uitbating van het complex naar Euroscop.*
- *Van 1999 tot 2005 heeft UGC onderhandeld en verscheidene verdragen ondertekend met ontwikkelaar Wilhelm & Co voor de bouw van een nieuw bioscoopcomplex op de site van Médiacité in Luik. Tussen 2005-2007, heeft Kinopolis de toetreding van UGC op de Luikse markt verhinderd door een reeks acties die gekwalificeerd zijn als misbruik van machtspositie door de Rechtbank van Koophandel van Brussel op 17 juni 2010.*

258. *I-Magix¹⁰² heeft zich in België ontwikkeld via de aankoop van bestaande bioscoopcomplexen in Bergen en Doornik in juni 2015. Volgens I-Magix is het extreem moeilijk, zo niet onmogelijk, om de markt te betreden zonder bestaand cliënteel en bestaande infrastructuur. Het is volgens I-Magix onbetwistbaar dat de markt gekenmerkt wordt door belangrijke toetredingsbelemmeringen.*

I-Magix merkt voorts op dat de eigenaar van wie I-Magix de bioscopen van Doornik en Bergen kocht zijn bioscoop van Doornik in 2005 verhuisde (vernietiging van de voormalige Multiscope Palace, want de site was achterhaald gevolgd door de bouw van een nieuw complex niet ver van het station). Dit complex werd gefinancierd door de verkoop van het project (land, vergunningen, enz.) van zijn eigendom in Braine-l'Alleud. Dit "sleutel op deur" project werd gekocht door Kinopolis en Braine-l'Alleud¹⁰³.

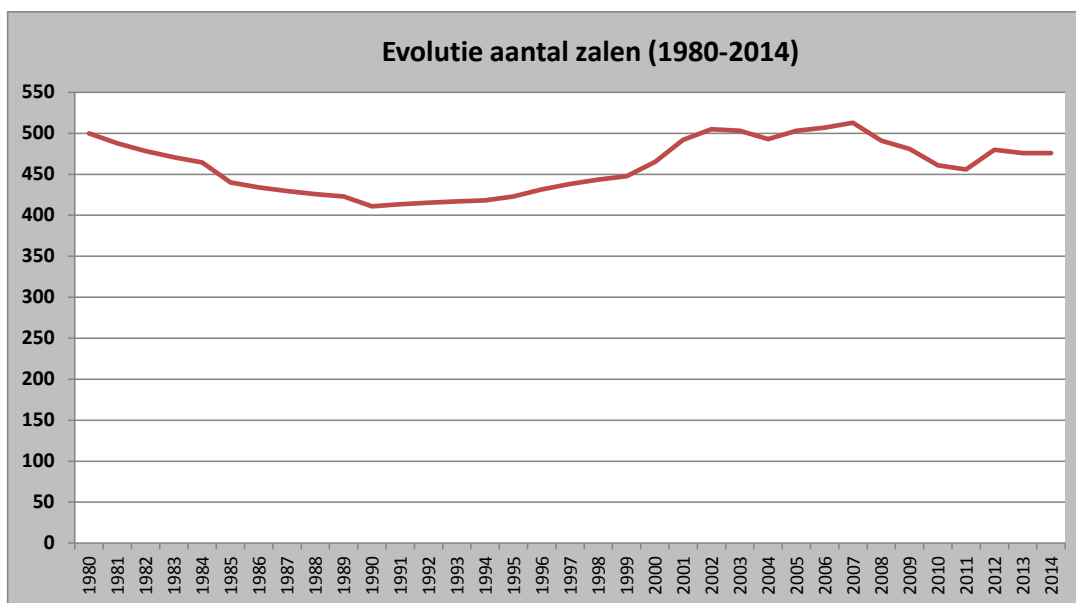
259. *De toetreding van grote buitenlandse bioscoopgroepen op de Belgische markt is de sedert de concentratie in 1997 zeer beperkt. Buiten een kortstondige aanwezigheid van Gaumont Pathé in Antwerpen eind jaren '99 gaat het enkel om de recentelijke overname van Cinépointcom door Gaumont Pathé.*

Belgische bioscoopmarkt: evolutie geaggregeerde zalenpark en overzichtstabel huidige bioscoopexploitanten

260. *Volgende grafiek toont de evolutie van het geaggregeerd aantal zalen van alle bioscoopcomplexen in België tijdens de periode 1980 – 2014. Het aantal zalen is in 2014 netto slechts met 8,7% gestegen ten opzicht van de fusie in 1997. In de periode 1997 – 2007 heeft een zalenaanbod een forse toename gekend, maar na 2008 is dat aantal opnieuw beginnen dalen, gevolgd door een stabilisering in de voorbije 3 jaar. Dit wijst er op dat naast de groei via constructie van nieuwe multiplexen en de uitbreiding van bestaande complexen, ook een aantal spelers uit de markt zijn verdwenen.*

¹⁰² Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 14 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

¹⁰³ Antwoord van I-Magix van 8 oktober op vraag 14 van verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.



261. Tenslotte geeft volgende tabel het resultaat weer van deze evolutie langs aanbodzijde in de periode 1997 – 2015 aan de hand van een gedetailleerd overzicht alle bioscoopexploitanten die vandaag actief zijn op de Belgische markt¹⁰⁴. Op dit ogenblik zijn er tien bioscoopgroepen die meer dan één bioscoopcomplex uitbaten. Deze negen bioscoopgroepen staan in voor 42% van alle complexen, voor 69% van het totaal aantal zalen en 73% van het totaal aantal zetels in België. De resterende 58 bioscoopexploitanten hebben slechts één complex met vaak een beperkt aantal zalen: slechts 15 van deze onafhankelijke bioscoopuitbaters hebben een complex van minstens 4 zalen.

Gedetailleerd overzicht van bioscoopexploitanten in België			
	Schermen #	Zetels #	
Kinepolis			
1	Kinepolis Antwerpen	24	7.426
2	Kinepolis Brussel	24	6.375
3	Kinepolis Rocourt	16	5.102
4	Kinepolis Hasselt	14	3.109
5	Kinepolis Gent	12	3.456
6	Kinepolis Kortrijk	10	2.582
7	Kinepolis Imagibraine	10	2.450
8	Kinepolis Oostende	8	1.752
9	Kinepolis Brugge	8	1.565
10	Kinepolis Leuven	7	1.870
11	Palace Liège	5	1.010
Totaal Kinepolis		138	36.697
Euroscop			
26	Louvain-La-Neuve	13	2.886
27	Acinapolis Namur	12	2.360
28	Euroscop Maasmechelen	11	2.036

¹⁰⁴

Volgend overzicht is gebaseerd op bijlage 3 “marché belge cinéma installations”

29	<i>Euroscop Genk</i>	10	2.043
30	<i>Siniscoop</i>	8	2.187
31	<i>Euroscop Lanaken</i>	8	1.125
Totaal Euroscop		62	12.637
UGC			
12	<i>UGC Cinema's Antwerpen</i>	17	3.649
13	<i>UGC Toison d'Or</i>	14	2.943
14	<i>UGC de Brouckère</i>	12	2.602
Totaal UGC		43	9.194
Utopolis			
15	<i>Utopolis Mechelen</i>	11	2.242
16	<i>Utopolis Turnhout</i>	8	1.804
17	<i>Utopolis Aarschot</i>	5	736
18	<i>Utopolis Lommel</i>	5	706
Totaal Utopolis		29	5.488
Cinepointcom			
19	<i>Cinepointcom Charleroi</i>	14	3.310
20	<i>Cinepointcom Verviers</i>	8	1.580
21	<i>Cinepointcom Marche-En-Famenne</i>	3	415
22	<i>Cinepointcom Bastogne</i>	2	391
23	<i>Cinepointcom Libramont</i>	2	241
Totaal Cinepointcom		29	5.937
Imagix			
24	<i>Imagix Mons</i>	14	3.802
25	<i>Imagix Tournai</i>	10	1.942
Totaal Imagix		24	5.744
Les Grignoux			
32	<i>Sauvenière Liège</i>	4	800
33	<i>Churchill Liège</i>	3	376
34	<i>Caméo Nomade (Namur)</i>	1	96
35	<i>Le Parc Liège</i>	1	424
Totaal Les Grignoux		9	1.696
CNC			
36	<i>Actor's Studio</i>	3	218
37	<i>Styx</i>	2	75
Totaal CNC		5	293
Lights in the City			
38	<i>Ciné Centre Rixensart</i>	1	275
39	<i>Cinéma l'Etoile Jodoigne</i>	1	235
Totaal Lights in the City		2	510
Grand'Angle			
40	<i>Ciney-Chaplin Ciney</i>	1	270
41	<i>Ciné-Chaplin Nismes</i>	1	100
Totaal Grand'Angle		2	370
Zelfstandige bioscopen			

Parken met 8 zalen: 1	1 x 8	1.476
Parken met 7 zalen: 6	7 x 6	3.002
Parken met 6 zalen: 1	1 x 6	1.258
Parken met 5 zalen: 4	4 x 5	2.760
Parken met 4 zalen: 3	3 x 4	2.558
Parken met 3 zalen: 7	7 x 3	2.467
Parken met 2 zalen: 8	8 x 2	2.954
Parken met 1 zaal: 27	27 x 1	7.624
Totaal zelfstandige bioscopen	152	28.473
Totaal	495	107.039

262. De volgende sectie bespreekt de evolutie van de vraagzijde op de Belgische bioscoopmarkt.

VII.5.1.b Evolutie vraagzijde: markt lijkt nagenoeg verzadigd in huidig bioscooplandschap

263. De verzadiging van het Belgisch bioscopenpark loopt als een rode draad door de beslissingspraktijk van de Raad voor de Mededinging en het Hof van Beroep sedert 1997, zoals onder meer blijkt uit volgende citaten :

- *Beslissing nr. 97-C/C-25 :*

"8. (...) uit de stukken blijkt dat voornoemde groepen wel projecten hebben in Europese landen doch geen implantatieprojecten hebben in België, hetgeen ook wijst op een verzadiging van het Belgisch bioscopenpark."

15. Overwegende dat voornoemde gegevens erop wijzen dat de Belgische markt zeker voor zover zij betrekking hebben op grote complexen met acht schermen en meer, aan verzadiging toe is, (...)"

- *Beslissing nr. 2008C/C-52 :*

"De Raad stelt vast dat, in tegenstelling tot wat de Raad wellicht meende in 1997, er nog ruimte is voor groei op de Belgische markt, zij het wellicht in beperkte mate. Met name zijn er nog enkele regio's waar er nog ruimte lijkt te zijn voor nieuwe bioscoopcomplexen." (punt 176)

- *Arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010 (gevoegde zaken 2008/MR/ 22 tot 24) :*

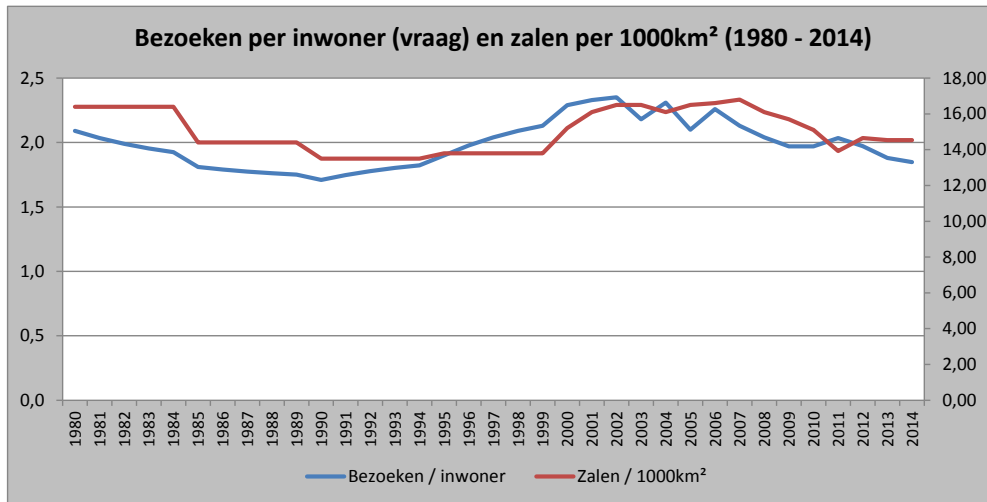
"Wegens de ruime marktverzadiging is er van ruimte voor mogelijke omkering van marktaandelen nog steeds geen sprake." (§ 54)

"De Raad gaat ervan uit dat na verloop van na drie jaar de concurrenten van Kinopolis de nodige transformatie zullen hebben kunnen realiseren om te bewerkstelligen dat zonder die voorwaarden de mededinging niet significant zal worden belemmerd."

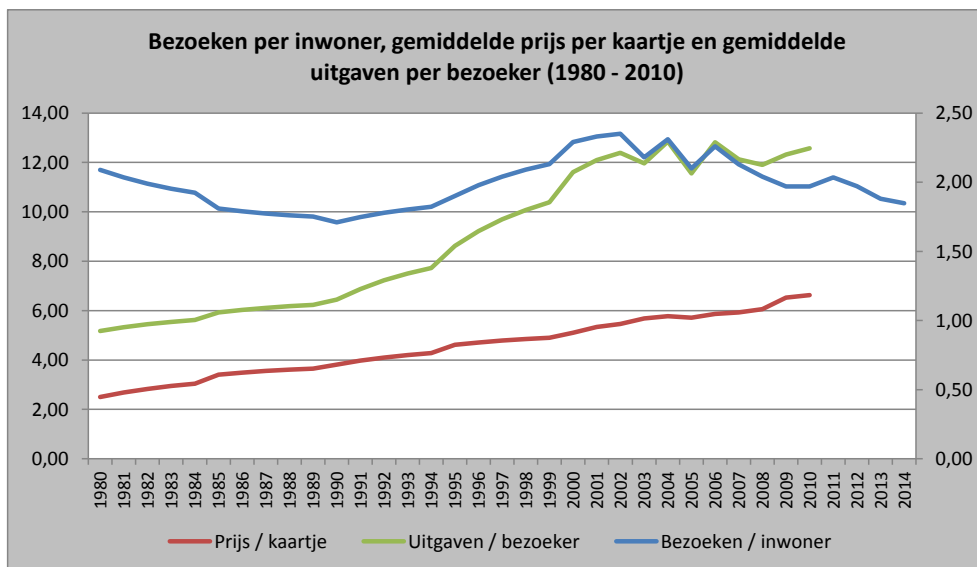
Evenwel neemt hij enerzijds aan dat per 1 oktober 2008 de bescherming van de mededinging die voorwaarden nog vereist, mar geeft hij niet aan dat die concurrenten

wegens de resterende ruimte die de ruim verzadigde markt hen nog biedt ze de beoogde transactie zullen hebben kunnen realiseren." (§ 64)

264. Onderstaande grafieken toont de evolutie van de Belgische vraag naar bioscoopbezoek (uitgedrukt als aantal bezoeken per inwoner) in vergelijking met het Belgisch bioscoopaanbod (uitgedrukt in aantal zalen). Hieruit blijkt dat de evolutie van vraag en aanbod een gelijkaardig verloop kennen, maar dat de vraag sneller lijkt te evolueren dan het aanbod.



265. Bovenstaande grafiek toont het de vraagevolutie in termen van bioscoopbezoeken. Onderstaande grafiek toont de evolutie in termen van bioscoopuitgaven. De uitgaven per bezoeker zijn sinds 1980 jaarlijks toegenomen (uitgezonderd in 2005 en 2008), en zijn sterker gestegen dan de gemiddelde prijs per kaartje.

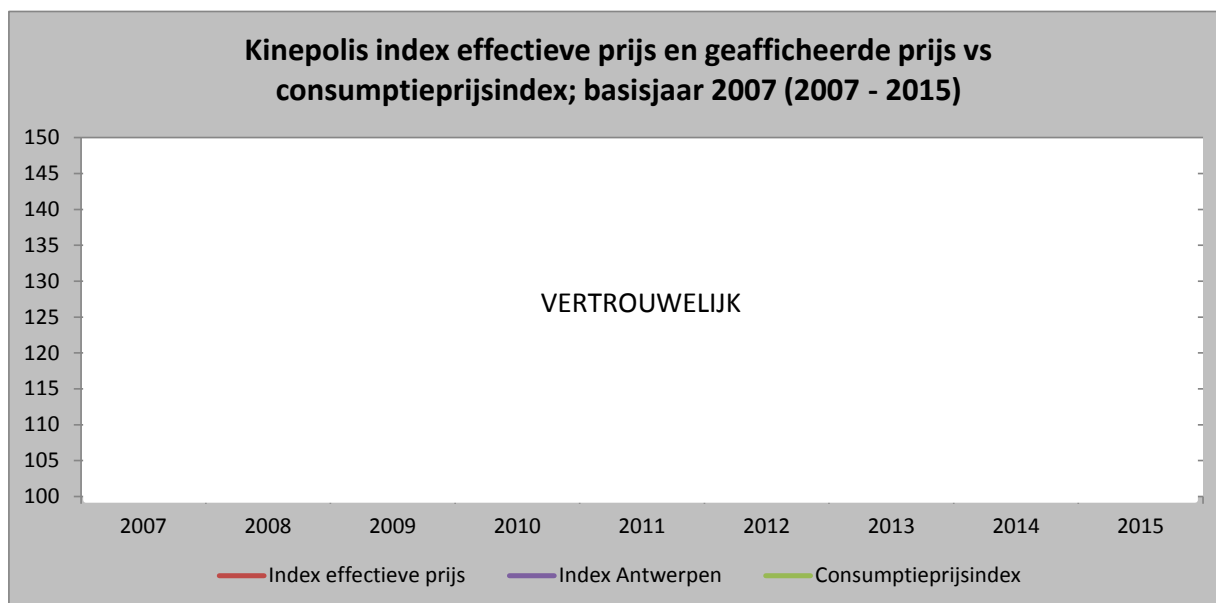


266. Voorts kan verwezen worden naar sectie 5.3 waarbij aangetoond werd dat de bezoekfrequentie in België eerder hoog is in vergelijking met heel wat andere Europese landen.

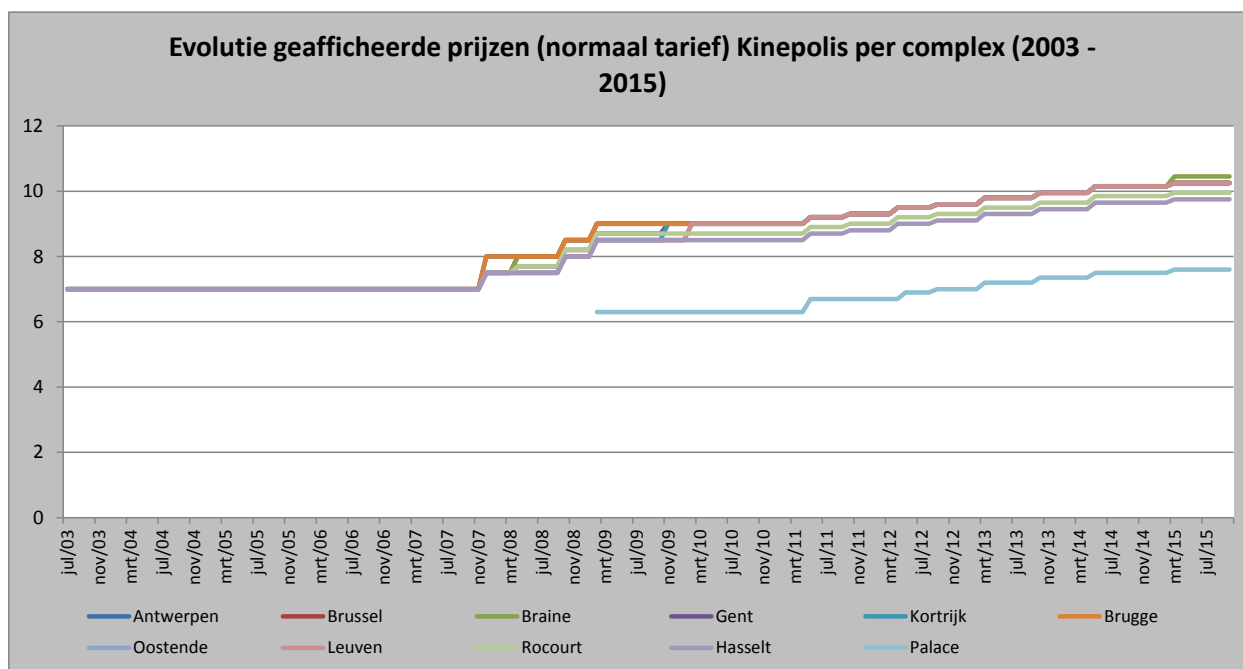
267. Op basis van bovenstaande kan geconcludeerd worden dat de markt in België in het huidige bioscooplandschap nagenoeg verzadigd lijkt.

VII.5.1.c Evenwicht van vraag en aanbod: evolutie van de prijzen

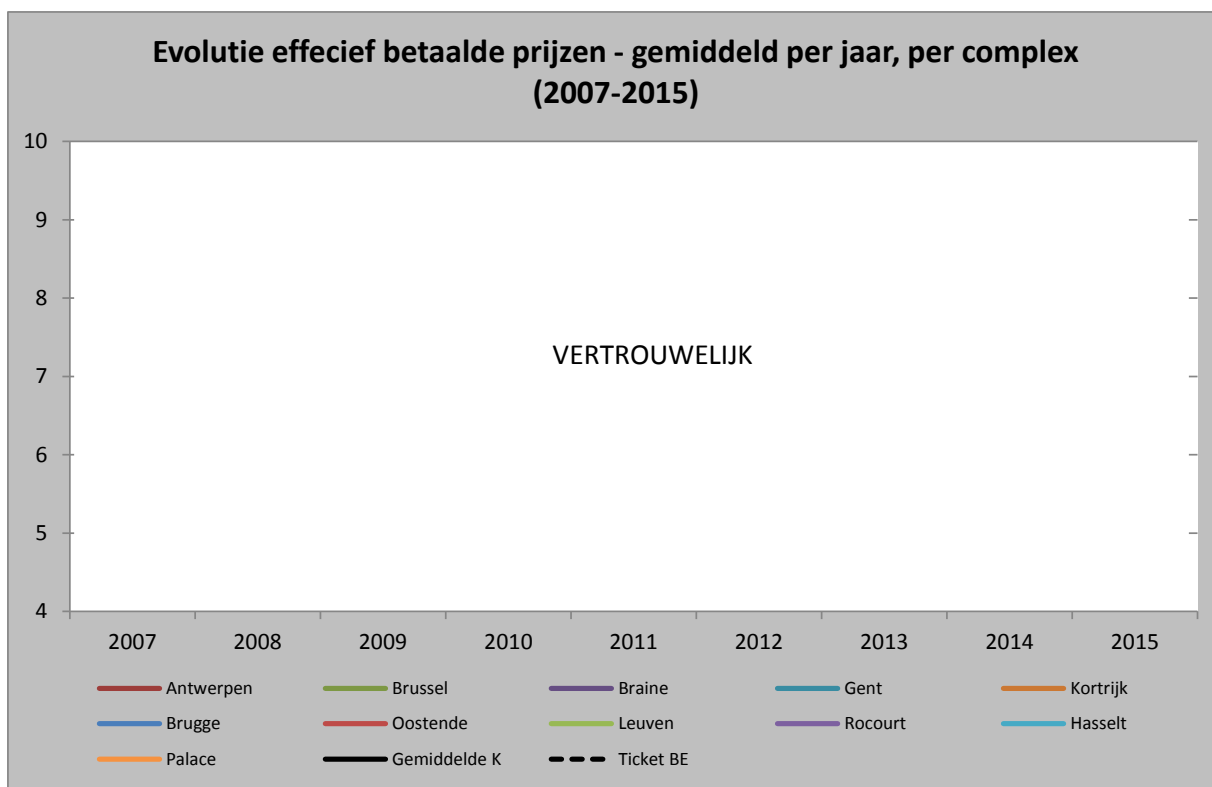
268. De prijzen van Kinopolis (zowel de geafficheerde als effectief betaalde), zijn de afgelopen jaren sterk gestegen. [VERTROUWELIJK]. Daar waar de consumptieprijsindex in de periode 2007 – 2015 slechts met 15% is toegenomen, schommelde de prijsstijging in diezelfde periode voor de geafficheerde prijzen in de verschillende Kinopoliscomplexen tussen [VERTROUWELIJK]. Wat de effectief betaalde prijzen betreft, liep deze prijsstijging op tot [VERTROUWELIJK]



Bron: Eigen grafiek opgemaakt uit gegevens komende uit antwoord van Kinopolis van 31 oktober op vraag 3, meer bepaald bijlage 5, van het verzoek om inlichtingen van 28 oktober.

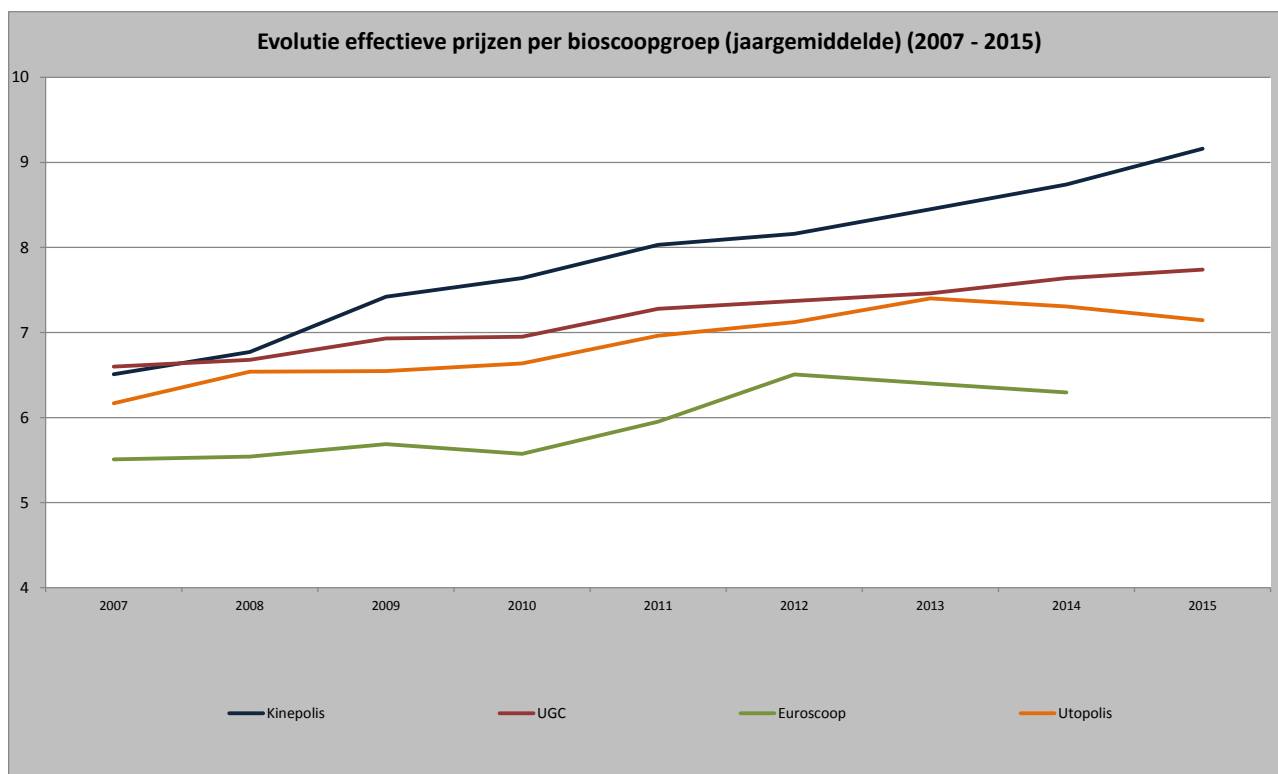


Bron: Eigen grafiek opgemaakt uit gegevens komende uit antwoord van Kinopolis van 31 oktober op vraag 3, meer bepaald bijlage 5, van het verzoek om inlichtingen van 28 oktober.



Bron: Eigen grafiek opgemaakt uit gegevens komende uit antwoord van Kinopolis van 31 oktober op vraag 3, meer bepaald bijlage 5, van het verzoek om inlichtingen van 28 oktober.

269. Volgende grafiek toont een vergelijking van de jaarlijkse gemiddelde effectieve prijs in België, geaggregeerd per bioscoopgroep, voor de periode 2007- 2015). Wat Euroscop en Utopolis betreft, moet vermeld worden dat de gegevens niet helemaal correct zijn: de cijfers zijn ongewogen gemiddelden van de verschillende complexen. Een gecorrigeerd, gewogen gemiddeld zou echter, gezien de zeer kleine verschillen tussen de complexen, het resultaat slechts beperkt beïnvloeden. De grafiek toont dat de prijsevolutie bij concurrenten een veel gematigder verloop kent, met zelfs een dalende trend bij Euroscop en Utopolis. De mogelijke oorzaken en gevolgen van deze verschillen in prijspeil en achterliggend prijsbeleid worden verder besproken.



VII.5.1.d Elke nationale markt heeft haar eigen marktwerking: ter illustratie een vergelijking met Nederland

270. Tenslotte wenst het onderzoeksteam ook bondig in te gaan op een aantal belangrijke verschillen tussen de Belgische en de Nederlandse markt. In het verzoekschrift worden de gelijkenissen tussen de Belgische en Nederlandse markt immers aangehaald om aan te tonen dat gelijkaardige investeringsprojecten van Kinopolis in Nederland ook in België, eveneens na transactie, kunnen gerealiseerd worden. De Auditeur meent dat een dergelijke eenvoudige vergelijking tussen landen niet kan aanvaard worden, zonder ook andere relevante elementen van de marktwerking in beide landen nader te onderzoeken en te vergelijken. Naast gelijkenissen kunnen er immers ook heel wat verschilpunten bestaan, bijvoorbeeld wat betreft regelgeving, fiscale regimes, consumentenvoorkeuren, marktwerking, kostenstructuren (waaronder loonkost), enzovoort, die maken dat een gelijkaardige transactie op de markt een heel andere dynamiek kan teweegbrengen.

271. Hieronder somt het onderzoeksteam enkele belangrijke verschilpunten op tussen beide landen, waardoor de parallel tussen beide landen niet zomaar kan getrokken worden:

Aantal vestigingen: overzicht belangrijkste spelers

Nederland	Totaal	België	Totaal
Pathé	22	Kinopolis	11
JT Bioscopen (vue UK)	21	Euroscop	6
		Cinepointcom	5
Wolff (Kinopolis)	9	Utopolis	4
Utopia	5	UGC	3
		I-Magix	2

Bron: eigen tabel opgemaakt uit gegevens komende uit bijlage 5 van het verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015.

Verdeling aantal complexen naar grootte (uitgedrukt in aantal zalen): overzicht belangrijkste spelers

Nederland	<=4 zalen	5 - 7 zalen	8 zalen of meer	Totaal
Pathé	5%	55%	40%	100%
JT Bioscopen (vue UK)	29%	67%	4%	100%
Wolff (Kinopolis)	44%	33%	23%	100%
Utopia	0%	60%	40%	100%

Bron: eigen tabel opgemaakt uit gegevens komende uit bijlage 5 van het verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015.

België	<=4 zalen	5 - 7 zalen	8 zalen of meer	Totaal
Kinopolis	0%	18%	82%	100%
Euroscop	0%	0%	100%	100%
UGC	0%	0%	100%	100%
I-Magix	0%	0%	100%	100%
Utopolis	0%	50%	50%	100%

Bron: eigen tabel.

272. In Nederland hebben de grootste spelers meer vestigingen dan de grootste spelers in België, maar in België hebben de grootste spelers significant meer grote complexen in vergelijking met Nederland. Op vlak van multiplexen is België bijgevolg al veel sterker ontwikkeld dan Nederland. Onder meer Utopolis haalt aan dat het is uitgeweken naar Nederland omdat volgens de groep in die periode de Belgische markt verzadigd was.

273. Tenslotte is ook de vraagzijde niet behandeld in het Verzoekschrift. Filmbeleving kan sterk verschillen tussen landen, en heeft bijgevolg een impact op de aanbodzijde en het marktevenwicht. Het onderzoeksteam meent dan ook dat de passages in het verzoekschrift waarin verwezen wordt naar de parallellen met de Nederlandse markt onvoldoende onderbouwd zijn, en niet zonder meer kunnen worden getransponeerd naar België.

VII.5.2 Marktaandelen

VII.5.2.a Lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop

i) **Positie aanmeldende partij**

274. Kinopolis is het niet alleen oneens met de afbakening van het verzorgingsgebied op basis van een rijtijd van 30 minuten, maar eveneens met de optelsom van verzorgingsgebieden die in het Ontwerp wordt toegepast. De consequentie daarvan zou zijn dat een inwoner van bijvoorbeeld Gent, Hasselt of zelfs Charleroi in het "cathment area" ligt van Utopolis Mechelen, hetgeen in tegenstrijd is met alles wat boven reeds werd geschreven en met de vaststellingen die volgen uit de hierna in herinnering gebrachte postcode-onderzoeken, diversion ratio- en UPP-analyses.

275. Een relevant onderzoek van de lokale markten neemt een rijtijd van 15 minuten en, maximaal, 20 minuten in aanmerking¹⁰⁵. Hierna zullen conclusies worden getrokken die gelden voor elk van de betrokken bioscopen.

¹⁰⁵

Daarbij werd de lokale markt telkens gevisualiseerd op kaart, waarbij isochronen werden ingetekend door de afstand te bepalen die vanuit elk onderzocht bioscoopcomplex kan worden afgelegd in een rijtijd van

- **De lokale markt rond Utopolis Lommel**

276. Zoals boven reeds vastgesteld is er geen Kinopolis bioscoop aanwezig in het verzorgingsgebied rond Utopolis Lommel rekening houdend met een rijtijd van 15 minuten en ook niet binnen 20 minuten. Kinopolis is niet actief op het verzorgingsgebied van Utopolis Lommel en er is geen sprake van daadwerkelijke mededinging tussen beide op de betrokken markt. De transactie leidt enkel tot een verandering van eigenaar, Utopolis Lommel wordt Kinopolis Lommel.

277. Ook uit de bij het verzoekschrift gevoegde kaarten blijkt duidelijk dat de vestiging van Kinopolis in Hasselt en de vestiging van Utopolis in Lommel niet met elkaar concurreren ongeacht of men de relevante verzorgingsgebieden afbakt met een 15-minuten dan wel 20-minuten reistijd.

278. Kinopolis concludeert dat Kinopolis en Utopolis niet met elkaar concurreren in respectievelijk het verzorgingsgebied van Kinopolis-Hasselt en het verzorgingsgebied van Utopolis-Lommel en dat de transactie niet tot gevolg hebben dat een onderlinge concurrentie kan verdwijnen of worden belemmerd.

279. Bovendien zullen de bioscopen van de Euroscop-groep in Genk (10 zalen gelegen in het hart van het verzorgingsgebied van Kinopolis-Hasselt), Lanaken (11 zalen) en Maasmechelen (8 zalen) in elk geval ook na de transactie een blijvende concurrentiedruk uitoefenen.

280. [VERTROUWELIJK].

- **De lokale markt rond Utopolis Turnhout**

281. Kinopolis is niet actief in het verzorgingsgebied van Utopolis Turnhout en Kinopolis en Utopolis zijn in dat verzorgingsgebied dus geen actuele concurrenten van elkaar. De bij het verzoekschrift toegevoegde kaarten tonen dat Kinopolis Antwerpen (de dichtstbijzijnde Kinopolis bioscoop) zich buiten het verzorgingsgebied van 15 en tevens 20 minuten rijtijd van Utopolis Turnhout bevindt [VERTROUWELIJK].

282. [VERTROUWELIJK].

283. Deze vaststelling geldt bovendien waar het verzorgingsgebieden van Utopolis Mechelen en Utopolis Aarschot betreft.

- **De lokale markt rond Utopolis Mechelen**

284. Allereerst moet opnieuw worden vastgesteld dat Kinopolis niet actief is in het verzorgingsgebied van Utopolis Mechelen en beide dus geen actuele concurrenten van elkaar zijn. De bij het verzoekschrift toegevoegde kaarten tonen dat geen Kinopolis bioscoop is gesitueerd binnen het verzorgingsgebied van Utopolis Mechelen op basis van een rijtijd van 15 noch van 20 minuten. De dichtstbijzijnde Kinopolis bioscopen zijn Antwerpen, Brussel en Leuven, doch alle zijn gesitueerd buiten het verzorgingsgebied van Utopolis Mechelen.

285. [VERTROUWELIJK]

respectievelijk 5, 10, 15 en 20 minuten. Daarvoor werd een beroep gedaan op een externe firma, namelijk de NV Geographic Information Management (of "GIM").

286. Ook andere analyses ondersteunen de definitie van het verzorgingsgebied van Utopolis Mechelen op basis van een rijtijd van 15 en maximaal 20 minuten rond Utopolis Mechelen als de relevante markt.

287. Voor zover er al sprake zou zijn van concurrentie tussen Kinopolis Antwerpen of Kinopolis Brussel enerzijds en Utopolis Mechelen anderzijds, moet worden vastgesteld dat voor wat betreft Kinopolis Antwerpen en Kinopolis Brussel de werkelijke concurrentie uitgaat van onder meer UGC (met drie bioscoopcomplexen, twee in Brussel en één in Antwerpen). De aanwezigheid van UGC in het hart van Antwerpen en Brussel is voor de bezoeker van Antwerpen en Brussel een aantrekkelijk alternatief.

288. Bovendien moet voor Kinopolis Antwerpen en Kinopolis Brussel rekening worden gehouden met de aangekondigde toetreding van nieuwe spelers in die verzorgingsgebieden en de reële mogelijkheid van nieuwe toetreders gelet op bezoekerspotentieel. Er kan opnieuw worden verwezen naar het verzoekschrift en de in het kader van de verzoeken om inlichtingen overgemaakte informatie.

289. [VERTROUWELIJK].

- **De lokale markt Utopolis Aarschot**

290. Wanneer men het lokale verzorgingsgebied rond Utopolis Aarschot afbakent op basis van een rijtijd van 20 minuten, stelt men vast dat Kinopolis Leuven zich in dat verzorgingsgebied bevindt, namelijk in de zone tussen 15 en 20 minuten rijtijd ten zuidwesten van Utopolis Aarschot. Er lijkt dus sprake te zijn van mededinging tussen Utopolis Aarschot en Kinopolis Leuven.

291. Allereerst moet hier de vraag worden gesteld of de afbakening van het verzorgingsgebied op basis van een rijtijd van 20 minuten wel kan standhouden. [VERTROUWELIJK].

292. [VERTROUWELIJK].

293. Ondanks de vaststelling dat Kinopolis Leuven zich op minder dan 20 minuten rijtijd van Utopolis Aarschot situeert, overlappen de activiteiten van Kinopolis-Leuven en Utopolis-Aarschot in werkelijkheid nauwelijks.

294. Er blijkt in dit concrete geval dus aanleiding om het verzorgingsgebied geografisch beperkter af te bakenen dan op basis van het criterium van 20 minuten rijtijd.

295. [VERTROUWELIJK]

296. [VERTROUWELIJK]

297. De combinatie van deze gegevens suggereert dat Aarschot een bijzonder lokale bioscoop is en dat de "Leuvense" bioscoopbezoeker in werkelijkheid de bioscoop in Aarschot niet als alternatief beschouwt (en zelfs niet in overweging neemt wanneer de beslissing wordt genomen om een film te gaan kijken in de bioscoop). Bovendien zijn een groot aantal bezoekers van Kinopolis-Leuven in de Leuvense binnenstad verblijvende en weinig mobiele studenten voor wie Aarschot helemaal geen alternatief vormt.

ii) Onderzoek

298. Volgende tabellen tonen de marktaandelen per verzorgingsgebied, waarbij het verzorgingsgebied werd afgebakend op basis van:

- de isochronen van 20 minuten rond het bioscoopcomplex, zoals berekend door de BMA.
- de geaggregeerde lijst van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers van het bioscoopcomplex.

Isochroon 20 min								
	Utopolis Turnhout	Utopolis Mechelen	Utopolis Aarschot	Utopolis Lommel	Kinepolis Brussel	Kinepolis Antwerpen	Kinepolis Leuven	Kinepolis Hasselt
Betrokken Kinepolis					[51-55]%	[66-70]%	[76-80]%	[51-55]%
Betrokken Utopolis	[76-80]%	[66-70]%	[46-50]%	[56-60]%				
Andere Kinepolis	[21-25]%	[26-30]%	[36-40]%	[26-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Andere Utopolis	[0-5]%	[0-5]%	[6-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[11-15]%	[0-5]%
Euroscop	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[41-45]%
UGC	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[36-40]%	[21-25]%	[0-5]%	[0-5]%
voor overname	[21-25]%	[26-30]%	[36-40]%	[26-30]%	[56-60]%	[71-75]%	[81-85]%	[56-60]%
na overname	[96-100]%	[91-95]%	[96-100]%	[91-95]%	[61-65]%	[71-75]%	[96-100]%	[56-60]%

Regel 80%								
	Utopolis Turnhout	Utopolis Mechelen	Utopolis Aarschot	Utopolis Lommel	Kinepolis Brussel	Kinepolis Antwerpen	Kinepolis Leuven	Kinepolis Hasselt
Betrokken Kinepolis					[61-65]%	[71-75]%	[76-80]%	[71-75]%
Betrokken Utopolis	[81-85]%	[66-70]%	[56-60]%	[61-65]%				
Andere Kinepolis	[11-15]%	[21-25]%	[31-35]%	[26-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[6-10]%	[0-5]%
Andere Utopolis	[0-5]%	[0-5]%	[6-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[6-10]%	[6-10]%	[0-5]%
Euroscop	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[21-25]%
UGC	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[31-35]%	[16-20]%	[0-5]%	[0-5]%
voor overname	[11-15]%	[21-25]%	[31-35]%	[26-30]%	[61-65]%	[71-75]%	[86-90]%	[76-80]%
na overname	[96-100]%	[91-95]%	[96-100]%	[91-95]%	[66-70]%	[76-80]%	[96-100]%	[76-80]%

Analyse zone Utopolis Turnhout

299. Kinepolis Antwerpen is substantieel vertegenwoordigd binnen de "isochroon" van 20 minuten rond Utopolis Turnhout, zoals die werd berekend door het Auditoraat.

300. *Binnen het verzorgingsgebied van Utopolis Turnhout, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, is Kinopolis Antwerpen eveneens op substantiële wijze aanwezig, en heeft het een marktaandeel tussen [VERTROUWELIJK].*
301. *Geen enkele andere bioscoopexploitant is in deze zone aanwezig met een marktaandeel groter dan 5%.*
302. *Na de overname van het complex in Turnhout zal de Kinopolis-groep over **een gezamenlijk marktaandeel van [VERTROUWELIJK]** beschikken en verdwijnt de enige concurrent die er vandaag nog is, uit dit verzorgingsgebied. Gezien de aantrekkingskracht van het merk Kinopolis, kan het verzorgingsgebied van het complex in Turnhout nog verder worden uitgebreid, zonder de bezoekers van de bestaande Kinopoliscomplexen weg te nemen. Daarnaast kan het complex in Turnhout mogelijks nog additionele bezoekers aantrekken uit de zone gelegen tussen Turnhout en Lommel, ten koste van het complex in Lommel indien dit complex door een bioscoopexploitant zou worden uitgebaut met een beperktere aantrekkingskracht dan Kinopolis.*

Analyse zone Utopolis Lommel

303. *Kinopolis Hasselt is substantieel vertegenwoordigd binnen de “isochroon” van 20 minuten rond Utopolis Lommel, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Kinopolis Antwerpen, Utopolis Turnhout en Euroscoop Genk zijn eveneens aanwezig maar in mindere mate.*
304. *Binnen het verzorgingsgebied van Utopolis Lommel, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, is Kinopolis Hasselt eveneens op substantiële wijze aanwezig. De Kinopolis Antwerpen, Utopolis Turnhout en Euroscoop Genk zijn ook aanwezig maar in mindere mate. Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Utopolis Lommel.*
305. *Geen enkele andere bioscoopexploitant is aanwezig met een marktaandeel van meer dan 5%.*
306. *Na de overname van het complex in Lommel zal de Kinopolis-groep over **een gezamenlijk marktaandeel van [VERTROUWELIJK]** beschikken en verdwijnt de enige concurrent die er vandaag nog is, uit dit verzorgingsgebied. Gezien de aantrekkingskracht van het merk Kinopolis, kan het verzorgingsgebied van het complex in Lommel nog verder worden uitgebreid, zonder de bezoekers van de bestaande Kinopoliscomplexen weg te nemen. Daarnaast kan het complex in Lommel mogelijks nog additionele bezoekers aantrekken uit de zone gelegen tussen Turnhout en Lommel, ten koste van het complex in Turnhout indien dit complex door een bioscoopexploitant zou worden uitgebaut met een beperktere aantrekkingskracht dan Kinopolis. Dit laatste lijkt echter weinig waarschijnlijk gezien de grootte van het complex (enkel 5 zalen).*

Analyse zone Utopolis Mechelen

307. *Kinopolis Antwerpen is substantieel vertegenwoordigd binnen de “isochroon” van 20 minuten rond Utopolis Mechelen, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Kinopolis Leuven en Brussel en UGC Antwerpen zijn eveneens aanwezig binnen deze isochroon, maar dit in mindere mate.*
308. *Binnen het verzorgingsgebied van Utopolis Mechelen, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, is Kinopolis Antwerpen eveneens op substantiële wijze aanwezig. Kinopolis Leuven en Brussel, en UGC Antwerpen zijn ook aanwezig maar in mindere mate. De Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Utopolis Lommel.*

309. *Geen enkele andere bioscoopexploitant is aanwezig met een marktaandeel van meer dan 5%.*

310. *Na de overname van het complex in Mechelen zal de Kinopolis-groep over **een gezamenlijk marktaandeel van ongeveer** [VERTROUWELIJK] beschikken en verdwijnt de enige concurrent die er vandaag nog is, uit dit verzorgingsgebied. Gezien de aantrekkingskracht van het merk Kinopolis, kan het verzorgingsgebied van het complex in Mechelen nog verder worden uitgebreid, onder meer richting Antwerpen, zonder de bezoekers van de bestaande Kinopoliscomplexen weg te nemen. Daarnaast kan het complex in Mechelen mogelijks nog additionele bezoekers aantrekken onder meer uit de zone gelegen tussen Mechelen en Aarschot, ten koste van het complex in Aarschot indien dit complex door een bioscoopexploitant zou worden uitgbaat met een beperktere aantrekkingskracht dan Kinopolis.*

Analyse zone Utopolis Aarschot

311. *Kinopolis Leuven en Hasselt en Utopolis Mechelen zijn substantieel vertegenwoordigd binnen de "isochroon" van 20 minuten rond Utopolis Aarschot, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Kinopolis Antwerpen is eveneens aanwezig binnen deze isochroon, maar dit in mindere mate.*

312. *Binnen het verzorgingsgebied van Utopolis Aarschot, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, zijn Kinopolis Leuven en Hasselt eveneens op substantiële wijze aanwezig. Utopolis Mechelen en Kinopolis Antwerpen zijn ook aanwezig maar in mindere mate. De Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Utopolis Aarschot.*

313. *Geen enkele andere exploitant is aanwezig voor meer dan 5%.*

314. *Na de overname van het complex in Aarschot zal de Kinopolis-groep over **een gezamenlijk marktaandeel van** [VERTROUWELIJK] beschikken en verdwijnt de enige concurrent die er vandaag nog is, uit dit verzorgingsgebied. Kinopolis zou echter moeilijk haar verzorgingsgebied vanaf Aarschot kunnen uitbreiden, zonder de bezoekers van bestaande Kinopolis- en Utopoliscomplexen weg te nemen, gezien deze relatief dichtbij gelegen zijn, en het complex in Aarschot slechts over 5 zalen beschikt.*

Analyse zone Kinopolis Antwerpen

315. *UGC Antwerpen is substantieel vertegenwoordigd binnen de "isochroon" van 20 minuten rond Kinopolis Antwerpen, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Hierbij dient te worden opgemerkt dat [VERTROUWELIJK] van de bezoekers van Kinopolis Antwerpen afkomstig zijn uit (deel-)gemeentes die zich buiten het gebied van 20 minuten bevinden, hetgeen het belang van de cijfers wijzigt.*

316. *Binnen het verzorgingsgebied van Kinopolis Antwerpen, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, is UGC Antwerpen eveneens op substantiële wijze aanwezig. Utopolis Mechelen en Turnhout zijn ook aanwezig en vertegenwoordigen samen [VERTROUWELIJK] van de bezoekers binnen deze zone. De Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel van [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Kinopolis Antwerpen.*

317. *UGC Antwerpen is aanwezig met een marktaandeel van [VERTROUWELIJK].*

318. Na de overname van het complex in Antwerpen zal de Kinopolis-groep over **een gezamenlijk marktaandeel van ongeveer** [VERTROUWELIJK] beschikken en verdwijnt één van de belangrijke concurrenten die er vandaag nog is, uit dit verzorgingsgebied (van 3 naar 2 spelers op de markt). Zoals reeds eerder vermeld zal de overname van Utopolis Mechelen, Kinopolis in staat stellen om een bijkomende concurrentiële druk uit te oefenen ten aanzien van UGC Antwerpen in de zone Antwerpen.

Analyse zone Kinopolis Leuven

319. Utopolis Aarschot is substantieel vertegenwoordigd binnen de “isochroon” van 20 minuten rond Kinopolis Leuven, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Kinopolis Hasselt is eveneens aanwezig binnen deze isochroon, maar dit in mindere mate. Hierbij dient te worden opgemerkt dat [VERTROUWELIJK] van de bezoekers van Kinopolis Leuven afkomstig zijn uit (deel-)gemeentes die zich buiten het gebied van 20 minuten bevinden, hetgeen het belang van de cijfers wijzigt.

320. Binnen het verzorgingsgebied van Kinopolis Leuven, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, zijn Utopolis Aarschot, Utopolis Mechelen, Kinopolis Hasselt en Brussel eveneens op substantiële wijze aanwezig. Utopolis Mechelen is ook aanwezig maar in mindere mate. De Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Kinopolis Leuven.

321. Utopolis is aanwezig in de zone met een marktaandeel van [VERTROUWELIJK].

322. Na de overname van de Utopoliscomplexen zal Kinopolis over een gezamenlijk marktaandeel van ongeveer [VERTROUWELIJK] beschikken en en verdwijnt de enige concurrent die er vandaag nog is, uit dit verzorgingsgebied.

Analyse zone Kinopolis Hasselt

323. Eurocoop Genk is substantieel vertegenwoordigd binnen de “isochroon” van 20 minuten rond Kinopolis Hasselt, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Hierbij dient te worden opgemerkt dat [VERTROUWELIJK] van de bezoekers van Kinopolis Hasselt afkomstig zijn uit (deel-)gemeentes die zich buiten het gebied van 20 minuten bevinden, hetgeen het belang van de cijfers wijzigt.

324. Binnen het verzorgingsgebied van Kinopolis Hasselt, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, is Eurocoop Genk eveneens op substantiële wijze aanwezig. Kinopolis Leuven is ook aanwezig maar in mindere mate. De Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel van [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Kinopolis Hasselt.

325. Eurocoop is aanwezig in de zone met een marktaandeel van [VERTROUWELIJK]. Utopolis is niet op materiële wijze aanwezig in de zone ([VERTROUWELIJK]).

326. De overname van de Utopolis complexen wijzigt het gezamenlijk marktaandeel van Kinopolis niet aanzienlijk, [VERTROUWELIJK]. Zoals eerder reeds vermeld is Kinopolis niettemin in staat om via de overname van Utopolis Lommel een bijkomende concurrentiële druk uit te oefenen op Eurocoop Genk.

Analyse zone Kinopolis Brussel

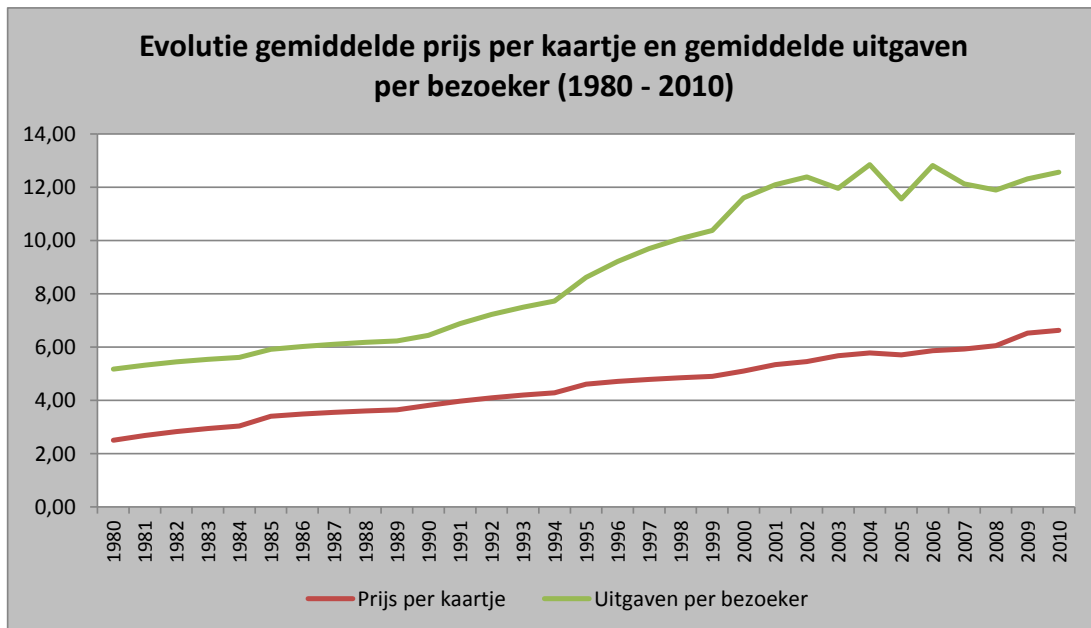
327. UGC De Brouckère en Toison d'Or zijn substantieel vertegenwoordigd binnen de "isochroon" van 20 minuten rond Kinopolis Brussel, zoals die werd berekend door het Auditoraat. Kinopolis Leuven en Utopolis Mechelen zijn eveneens aanwezig binnen deze isochroon, maar dit in mindere mate.
328. Binnen het verzorgingsgebied van Kinopolis Brussel, afgebakend op basis van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers, zijn UGC De Brouckère en Toison d'Or eveneens op substantiële wijze aanwezig. De Kinopolis groep heeft op dit ogenblik een gezamenlijk marktaandeel tussen [VERTROUWELIJK] in het verzorgingsgebied van Kinopolis Brussel.
329. UGC is aanwezig in de zone met een marktaandeel [VERTROUWELIJK]. Utopolis is niet op materiële wijze aanwezig in de zone ([VERTROUWELIJK]).
330. De overname van de Utopolis complexen wijzigt het gezamenlijk marktaandeel van Kinopolis niet aanzienlijk, dat kan vastgesteld worden [VERTROUWELIJK]. Zoals eerder reeds vermeld is Kinopolis niettemin in staat om via de overname van Utopolis Mechelen een bijkomende concurrentiële druk uit te oefenen op de Brusselse UGC-complexen.

iii) Vertoning van films in de bioscoop: marktaandelen nationaal

331. Voor de geconsolideerde marktaandelen voor de nationale markt van vertoning van films in de bioscoop wordt niet enkel rekening gehouden met inkomsten uit de verkoop van filmtickets ("box office"), en dit omwille van twee vaststellingen.
332. Vooreerst houdt de auditeur rekening met de geëvolueerde cinemabeleving van de Belgische bioscoopbezoeker. Vandaag geeft deze bezoeker naast de aankoop van zijn filmticket meer geld uit aan snacks, drank en merchandising in de bioscoopcomplexen dan vroeger. Aan de **vraagzijde** dient dan ook het toenemend belang van de ruimere cinemabeleving worden in acht genomen te worden.
333. Kinopolis is pionier in de "in-theatre sales". Door ingrijpende maatregelen op het vlak van infrastructuur (grote selfserviceshops (MegaCandies)) en salesconcepten (specifieke, lokale initiatieven zoals Leonidas chocoladecafé, koffie corner) probeert Kinopolis tegemoet te komen aan de voorkeuren van elke doelgroep.¹⁰⁶ Deze activiteit wordt door de bioscoopbezoeker gepercipieerd als deel uitmakend van haar uniek businessmodel. Voorbije jaar steeg de globale verkoop van snacks en drank met bijna 19%. Een Kinopolis- bezoeker gaf gemiddeld 2,96€ uit aan eten en drinken of 6,9% meer dan vorig jaar.¹⁰⁷
334. Het feit dat ticketverkoop relatief aan belang heeft ingeboet doorheen de tijd door de komst van nieuwe inkomstenbronnen, wordt bevestigd door onderstaande grafiek, die aangeeft dat gemiddeld in België de spread doorheen de tijd (getoonde periode: 1980-2010) tussen de gemiddelde prijs per kaartje en de gemiddelde uitgaven per bezoeker sterk is toegenomen. De sterkere stijging van uitgaven vond reeds voor de '97-fusie van Kinopolis plaats, maar nam vooral toe na 2000.

¹⁰⁶ <https://investors.kinopolis.com/nl/kernactiviteiten/theater-sales-its>

¹⁰⁷ Krantartikel De tijd : « Elke Kinopolis-bezoeker brengt 3,60€ op »



335. In vergelijking met de grote concurrenten, is Kinopolis duurder in termen van bioscoopuitgaven per bezoeker (ticket, inclusief uitgaven aan drank en snoep).

Gemiddelde besteding (box office + drank en snoep) per bezoeker (2014)¹⁰⁸

Kinopolis	Utopolis	I-Magix	UGC
[VERTROUWELIJK]	10,62	9,95	8,88

336. Daarnaast is deze verruimde interpretatie van filminkomsten ook aan de aanbodzijde cruciaal. Kinopolis, en de grotere concurrenten, streven naar een verdere diversificatie van hun inkomsten uit filmvertoningsactiviteiten. In-theatre sales kunnen immers een daling in box-office wegens een terugval van bezoekersaantal opvangen, gezien er op snacks en drank gemakkelijker periodieke prijsverhogingen kunnen worden doorgevoerd.

337. Wat de nationale marktaandelen voor de vertoning van films in de bioscoop betreft, stijgt het marktaandeel van Kinopolis volgens de cijfers van 2014 post transactie [VERTROUWELIJK] in termen van bezoekers en [VERTROUWELIJK] in termen van box office sales en [VERTROUWELIJK] in termen van box office sales inclusief de verkoop van snacks en drank.

338. Ter vergelijking: de grootste concurrent van Kinopolis heeft een marktaandeel van minder dan 15%.

¹⁰⁸ Eigen berekeningen op basis van de antwoorden bezoekersaantallen uit CONC-I/O-14/0027 en antwoord f van de betreffende actoren op het Verzoek om Inlichtingen van 16 of 17 september 2015, in kader van kwantitatieve gegevens met betrekking tot hun activiteit als filmexploitant

Aandeel 2013 NATIONAAL				
Bioscoopgroep	Bezoekers		Omzet (enkel tickets)	Omzet (tickets, voeding en drank)
	#	%	%	%
<i>Marktaandelen pre transactie</i>				
<i>Kinepolis</i>	9.185.599	44%	[...]%	[...]%
<i>Utopolis</i>	1.037.349	5%	[...]%	[...]%
<i>Grote concurrenten¹⁰⁹</i>	7.219.465	35%	[...]%	[...]%
<i>Overige concurrenten</i>	3.429.232	16%	[...]%	[...]%
<i>Marktaandelen betrokken partijen post transactie</i>				
<i>Kinepolis + Utopolis</i>	10.222.948	49%	[...]%	[...]%
<i>Totaal</i>	20.871.645	100%	[...]%	[...]%

Bron: Eigen berekeningen op basis van de antwoorden bezoekersaantallen uit CONC-I/O-14/0027 en antwoord van de betreffende actoren op het Verzoek om Inlichtingen van 16 of 17 september 2015, in kader van kwantitatieve gegevens met betrekking tot hun activiteit als filmexploitant en Statbel

Aandeel 2014 NATIONAAL				
Bioscoopgroep	Bezoekers		Omzet (enkel tickets)	Omzet (tickets, voeding en drank)
	#	%	%	%
<i>Marktaandelen pre transactie</i>				
<i>Kinepolis</i>	8.970.492	44%	[...]%	[...]%
<i>Utopolis</i>	1.023.871	5%	[...]%	[...]%
<i>Grote concurrenten¹¹⁰</i>	7.328.819	36%	[...]%	[...]%
<i>Overige concurrenten</i>	3.276.818	16%	[...]%	[...]%
<i>Marktaandelen betrokken partijen post transactie</i>				
<i>Kinepolis + Utopolis</i>	9.994.363	49%	[...]%	[...]%
<i>Totaal</i>	20.600.000	100%	[...]%	[...]%

Bron: Eigen berekeningen op basis van de antwoorden bezoekersaantallen uit CONC-I/O-14/0027 en antwoord van de betreffende actoren op het Verzoek om Inlichtingen van 16 of 17 september 2015, in kader van kwantitatieve gegevens met betrekking tot hun activiteit als filmexploitant en Statbel

339. Wat de marktaandelen voor de vertoning van films in de bioscoop in Vlaanderen betreft, stijgt het marktaandeel van Kinepolis post transactie van 57% naar 67% in termen van bezoekers (cijfers van 2013).

¹⁰⁹ Euroscop, I-Magix, Cinepointcom en UGC, waarbij elk van de spelers een marktaandeel < 15% heeft

¹¹⁰ Euroscop, I-Magix, Cinepointcom en UGC, waarbij elk van de spelers een marktaandeel < 15% heeft

Aandeel 2013 Vlaanderen		
Bioscoopgroep	Bezoekers	
	#	%
Marktaandelen pre transactie		
<i>Kinepolis</i>	5.786.893	57%
<i>Utopolis</i>	1.037.349	10%
<i>Rest¹¹¹</i>	3.304.701	33%
Marktaandelen betrokken partijen post transactie		
<i>Kinepolis + Utopolis</i>	6.824.242	67%
Totaal	10.128.943	100%

Bron: Eigen berekeningen op basis van de antwoorden bezoekersaantallen uit CONC-I/O-14/0027 en antwoord van de betreffende actoren op het Verzoek om Inlichtingen van 16 of 17 september 2015, in kader van kwantitatieve gegevens met betrekking tot hun activiteit als filmexploitant en Statbel

VII.5.2.b Markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop

340. Onderstaande tabel toont de box office inkomsten in 2014 voor de verschillende film distributeurs in België. Voor Kinepolis Film Distribution leverde dit in 2014 een marktaandeel op van 10,7%

Aandeel 2014 (box office)		
Film distributeur	€	%
<i>20th Century Fox</i>	27.235.217	18,7%
<i>Belga Films</i>	25.899.712	17,8%
<i>Sony Pictures</i>	19.499.312	13,4%
<i>Warner</i>	18.495.297	12,7%
<i>Kinepolis Film Distribution</i>	15.574.460	10,7%
<i>Walt Disney Studio Pictures</i>	10.480.291	7,2%
<i>eOne</i>	7.099.744	4,9%
<i>Cinéart</i>	6.238.670	4,3%
<i>Alternative Films</i>	3.966.928	2,7%
<i>Independent Films</i>	3.804.907	2,6%
<i>Paradiso Filmed Entertainment</i>	2.296.533	1,6%
<i>Lumière</i>	1.997.119	1,4%
<i>Rest</i>	3.258.282	2,2%
Totaal	145.846.472	100%

Bijlage 1 bij het antwoord UGC van 14/08/2015 op verzoek om inlichtingen van 15/07/2015 (dossier MEDE-I/O-14/0027)

341. Vooreerst dient opgemerkt te worden dat, ondanks het relatief beperkte marktaandeel in België voor KFD, deze distributeur wel de vijfde positie bekleedt, en een hoger marktaandeel heeft dan een grote speler zoals Walt Disney Studio Pictures.

¹¹¹ Waarbij elk van de spelers een marktaandeel < 20% heeft

342. *Daarnaast kan aangenomen worden, gezien het groeiende belang van de Vlaamse film, dat het aandeel van Kinopolis in Vlaanderen hoger zal zijn dan 10,7%. Gezien de beperkte verschillen in marktaandeel tussen KFD versus Sony Pictures en Warner, zou n KFD in Vlaanderen binnen de top 3.*

343. *Tenslotte wordt het marktaandeel van KFD voor de Vlaamse film in Vlaanderen heel wat hoger geschat door verschillende concurrenten.*

VII.5.3 Betrokken markten op basis van onderzoek

344. *De gevolgen van deze transactie zullen worden beoordeeld op volgende betrokken markten (d.w.z., waarop één of beide partijen samen een marktaandeel van meer dan 25% hebben), namelijk:*

- *De lokale markten voor de vertoning van films in de bioscoop in het verzorgingsgebied van Utopolis Aarschot, Utopolis Turnhout, Utopolis Mechelen, Kinopolis Leuven, Kinopolis Antwerpen, Utopolis Lommel.*
- *De nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop.*
- *De nationale markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop.*

345. *De marktaandelen die hierboven werden meegedeeld in relevante segmenten binnen de betrokken markten, impliceren niet dat de gevolgen van de transactie zullen beoordeeld worden op deze segmenten. Wel geven ze belangrijke informatie mee betreffende de marktstructuur en de posities die betrokken partijen in bepaalde product- en geografische segmenten pre en post transactie innemen.*

VIII. Resultaten economische analyse

VIII.1 Inleiding

346. *De BMA dient te beoordelen of deze concentratie de daadwerkelijke mededinging op significante wijze zal belemmeren op de betrokken markten.*

VIII.2 Marktconcentratie

VIII.2.1 Versterking (machts-)positie binnen een aantal lokale markten

VIII.2.1.a Positie aanmeldende partij¹¹²

347. *Kinopolis geeft aan dat de voorgenomen overname geen gevolgen heeft voor de betrokken verzorgingsgebieden.*

348. *Kinopolis geeft hierbij de resultaten weer van een analyse van de gevolgen voor de consumenten op de lokale markt voor vertoning van film, waarbij onder meer gesteund wordt op de resultaten van de UPP-studie van Professor Verboven. De resultaten van elk van de betrokken verzorgingsgebieden wordt besproken onder sectie C en Bijlage 27 van het verzoekschrift.*

¹¹²

Verzoekschrift ingediend door Kinopolis op 12 oktober 2015, p. 31 en volgende.

VIII.2.1.b Positie auditeur

Stijging gezamenlijk marktaandeel van Kinopolis in bepaalde lokale markten

349. Volgens de methode van verzorgingsgebieden afgebakend aan de hand van postcodes die instaan voor 80% van de bezoekers van een bepaald bioscoopcomplex, toont volgende tabel de gezamenlijke lokale marktaandelen in de verschillende verzorgingsgebieden pre en post transactie, inclusief de HHI-waarden en de daaruit voortvloeiende delta

	Pre-transactie			
	Kinopolis	Utopolis	UGC	Euroscop
Brussel	ZIE ONDER NUMMER 298			
Antwerpen				
Leuven				
Hasselt				
Aarschot				
Mechelen				
Turnhout				
Lommel				

	Post		
	Kinopolis	UGC	Euroscop
Brussel	ZIE ONDER NUMMER 298		
Antwerpen			
Leuven			
Hasselt			
Aarschot			
Mechelen			
Turnhout			
Lommel			

	HHI		
	Pre	Post	Delta
Brussel	[5000-6000]	VERTR.	250
Antwerpen	[5000-6000]	VERTR.	1.046
Leuven	[7000-8000]	VERTR.	1.424
Hasselt	[6000-7000]	VERTR.	366
Aarschot	[5000-6000]	VERTR.	4.363
Mechelen	[5000-6000]	VERTR.	3.476
Turnhout	[7000-8000]	VERTR.	2.551
Lommel	[5000-6000]	VERTR.	3.579

Gewijzigde lokale concurrentiële druk

350. Volgens vaststaande rechtspraak van het Hof van Justitie (cf. Hoffmann La Roche) geldt vanaf 50% een (weerlegbaar) vermoeden van machtspositie. In casu overstijgen de marktaandelen

reeds pre-transactie ruimschoots de 50%. Deze marktaandeelen stijgen verder aanzienlijk post-transactie. Bijgevolg mag het auditoraat concluderen tot het bestaan van een machtspositie. Kinopolis betwist het bestaan van een machtspositie op basis van de resultaten van haar UPP-analyse die aantonen dat er post-transactie geen opwaartse prijsdruk zal zijn binnen de betrokken lokale markten. Het onderzoek heeft echter aangetoond dat deze analyse niet betrouwbaar is. Bijgevolg heeft Kinopolis het vermoeden van machtspositie niet weerlegd.

351. Naast de wijzigingen in marktaandeelen, dient ook gewezen te worden op de grotere attractiviteit van een Kinopolis-complex in vergelijking met de concurrerende aanbieders van multiplexen. Dit houdt in dat in de verzorgingsgebieden die zich in de nabijheid van de huidige Utopolis-locaties bevinden, de mogelijke restmarkt in die gebieden voor concurrenten nog verder vermindert.

352. [VERTROUWELIJK].

353. [VERTROUWELIJK]

Nagenoeg verzadigde markt en hoge toetredingsbarrières

354. Voorts heeft het onderzoek aangetoond dat de Belgische bioscoopmarkt gekenmerkt wordt door hoge toetredingsbarrières, en dat de markt in het huidige Belgische bioscooplandschap nagenoeg verzadigd blijkt.

355. Op basis van bovenstaande elementen kan besloten worden dat in de verschillende lokale verzorgingsgebieden, in mindere mate het verzorgingsgebied van Hasselt en Brussel, het gezamenlijk marktaandeel van Kinopolis post transactie substantieel toeneemt.

356. Dit houdt in dat de concurrentiële druk die vandaag nog wordt uitgevoerd door de beperkt aanwezige concurrenten in de betreffende verzorgingsgebieden, substantieel vermindert.

Dit zal tot gevolg hebben dat het prijsniveau in de verzorgingsgebieden van de overgenomen complexen post transactie zal toenemen. Deze prijsstijging zal slechts gedeeltelijk gecompenseerd worden door een kwaliteitsstijging (zie verder).

VIII.2.2 Versterking van de machtspositie van Kinopolis voor de vertoning van films in de bioscoop op nationaal vlak

VIII.2.2.a Positie aanmeldende partij

i) Bestaan van een machtspositie pre transactie

357. Kinopolis stelt in haar Schriftelijke Opmerkingen zij niet over een machtspositie beschikt. Zoals in het verzoekschrift uitvoerig aangetoond, moet Kinopolis, net als andere bioscoopexploitanten, voortdurend en in steeds toenemende mate de concurrentie trotseren van alternatieve vormen van filmbeleving. Kinopolis betreurt dat het Auditoraat blijkbaar op geen enkele manier met deze elementen rekening heeft gehouden of in zijn analyse, in de mate dat zulke analyse is gevoerd, heeft betrokken .

358. Vooreerst lijkt het Auditoraat het bestaan van een machtspositie af te leiden op grond van de beslissingen die 7 en 5 jaar geleden zijn genomen door de Raad voor de Mededinging en het Hof

van Beroep waaraan vervolgens wordt toegevoegd “dat er sindsdien de situatie niet meer noemenswaardig (is) gewijzigd” (randnummer 292).

359. Het Auditoraat kan zich niet zonder meer beroepen op beslissingen of arresten die in het verleden zijn genomen om het bestaan van een machtspositie vast te stellen. Uit het Coca-Cola-arrest blijkt immers dat wanneer de Europese Commissie (en derhalve elke andere mededingingsautoriteit van een lid-staat) een beslissing wenst te nemen waarin een onderneming in het kader van een eventuele beschikking waarin een misbruik van machtspositie wordt vastgesteld in toepassing van artikel 102 VWEU en dus ook een nieuwe concentratie wordt getoetst aan de vereisten van de Concentratieverordening “de Commissie de relevante markt bovendien opnieuw moeten afbakenen en de mededingingsomstandigheden opnieuw moeten analyseren, waarbij zij niet noodzakelijkerwijs zal uitgaan van dezelfde overwegingen als die welke aan de eerdere vaststelling van het bestaan van een machtspositie ten grondslag lagen en zich derhalve niet zonder meer kan verlaten op een in het verleden genomen beslissing. De verwijzingen naar eerdere beslissingen zijn dus zonder voorwerp om het bestaan van een huidige machtspositie vast te stellen.
360. Het Auditoraat suggereert echter in randnummer 291 dat hij “op grond van meerdere indicatoren zie hierboven” het bestaan van een machtspositie van Kinopolis zou hebben vastgesteld. Dit wekt de suggestie dat het Auditoraat tijdens het ongewoon lange eerste fase onderzoek, op basis van relevante criteria opnieuw heeft onderzocht of Kinopolis over een machtspositie beschikt. Kinopolis vermoedt, maar is niet zeker, dat het resultaat van dit onderzoek is terug te vinden in randnummer 205 van het Ontwerp, waarin wordt gesteld dat Kinopolis “er alsnog in geslaagd om zowel horizontaal als verticaal haar positie op de bioscoopmarkt verder te verstevigen”.
361. De feitelijke elementen die het Auditoraat hier aanhaalt zijn niet correct, niet relevant of niet feitelijk onderbouwd.
362. Wat de beweerdelijke horizontale elementen betreft wordt in randnummer 205 gesteld dat Kinopolis erin geslaagd is haar positie op de “bioscoopmarkt” “horizontaal” te versterken door (i) een verbreding van de landelijke dekking, (ii) “aankoop van muren Toison d’or” en (iii) “parallel vinden internationaal enkele belangrijke overnames plaats waardoor de groep zich ook als internationale speler sterker op de kaart heeft gezet.”. Voor geen enkele van deze elementen is het duidelijk waarom zij tot een horizontale versterking aanleiding geven. Wat het pand in de Guldenvlieslaan betreft, heeft Kinopolis enkel de eigendom van het pand verworven en baat UGC de bioscoop uit. Deze transactie kan dan ook moeilijk als een “horizontale” versterking worden beschouwd. Wat de internationale expansie van Kinopolis sinds 1997 betreft, stipt Kinopolis aan dat zij alvast niet tot gevolg hebben dat zij tot een aanwas van het aantal bioscopen in België leiden (en waarom zij dan van belang zijn bij de beoordeling van de Transactie). Wat de “verbreding van de landelijke dekking betreft” met de bouw van complexen in Brugge en Oostende en het complex in Imagibraine, merkt Kinopolis op dat deze complexen, in overeenstemming met de destijds vigerende vierde voorwaarde gepaard gingen met het sluiten van andere complexen. Van een “versterking” kan dan ook niet bij voorbaat sprake zijn.
363. Wat de beweerdelijk verticale elementen betreft stelt het Auditoraat dat KFD zich verder zou hebben versterkt op de filmverhuurmarkt, maar laat na aan te geven hoe zulke versterking dan vorm heeft gekregen. Kinopolis merkt op dat op basis van door UGC aangeleverde cijfers zij op de verhuurmarkt een bescheiden marktaandeel heeft van 10,7 % en dat het Auditoraat vervolgens stelt dat het aandeel van Kinopolis in “Vlaanderen” (een geografische omschrijving die niet als een relevante markt wordt aangeduid) waarschijnlijk hoger zal zijn dan 10,7 %

gezien het “groeiende belang van de Vlaamse film”. Het “marktaandeel” van KFD is op zich niet maatgevend, maar fluctueert alnaargelang het succes van de films die KFD kan verdelen . Dit fluctuerende marktaandeel geeft op zichzelf reeds aan dat KFD over geen enkele marktmacht beschikt.

364. *De overname van Brightfish zou ook tot een verticale versterking van Kinopolis hebben geleid. Het Auditoraat lijkt hier echter al te snel conclusies te trekken. Het verzuimt immers om de in het Verzoekschrift aangehaalde feiten in ogenschouw te nemen. Zoals in randnummer 84 van het Verzoekschrift wordt vermeld, heeft Kinopolis, in het belang van de gehele bioscoopsector Brightfish van de financiële ondergang gered. Indien Kinopolis Brightfish niet had overgenomen en de reclameregie geen nieuw leven had ingeblazen dan hadden de andere bioscoopuitbaters, elk afzonderlijk, de in hun bioscoop beschikbare reclameruimte moeten verkopen. Het voortbestaan van Brightfish garandeert dat alle bioscoopuitbaters nu veel makkelijker en met een gestroomlijnde ondersteuning van een kundig team medewerkers de concurrentie met andere reclaimedragers tegemoet kunnen treden. De overname van Brightfish heeft dan ook op geen enkele manier de positie van Kinopolis versterkt. Het omgekeerde is waar.*
365. *Een volgend verticaal punt dat in randnummer 205 wordt aangehaald heeft betrekking op een exclusiviteitscontract met Utopolis voor bioscoopreclame op Q-Music en MNM. Zoals reeds eerder aangestipt is Kinopolis niet op de hoogte van zulke overeenkomst. Bovendien geeft het Ontwerp aan dat het een overeenkomst betreft die Utopolis zou hebben gesloten. In dat geval is dit feitelijke element niet relevant (en is het bovendien ook niet correct) om het bestaan van een machtspositie van Kinopolis aan te tonen.*
366. *Tot slot stelt het Ontwerp dat Kinopolis bijna alle bioscoopgebouwen in eigendom heeft en hierdoor financieel minder risico's zou lopen in vergelijking met concurrenten die panden huren. Het Auditoraat verzuimt echter aan te tonen waarom de beleidskeuze van Kinopolis om haar panden in eigendom te houden (net zoals vele andere Belgische bioscoopexploitanten) financieel minder risicovol zou zijn dan een pand te huren. Het verwerven van een pand in eigendom vereist immers ook een investering, die financiële risico's met zich meebrengt. Kinopolis ziet niet meteen in waarom zij “minder “ financiële risico's zou dragen dan een bioscoopuitbater die zijn pand huurt (en daarbij kan bogen bij toepassing van de handelshuurwetgeving op de een efficiënte en verregaande bescherming tegen maatregelen van de verhuurder die het financiële risico zouden vergroten).*
367. *Elders in het Ontwerp stelt het Auditoraat dat Kinopolis “duurder is in termen van bioscoopuitgaven per bezoeker”(randnummer 269). Het Auditoraat kan echter niet zonder meer stellen dat Kinopolis “duurder” is omdat bij de voorgestelde berekening geen rekening wordt gehouden met het aantal of de kwaliteit van de producten of diensten die de betrokken bioscoopbezoeker heeft aangekocht (bijvoorbeeld het aantal versnaperingen en drankjes dat een gemiddelde bezoeker aankoopt, de extra's die een bezoeker betaalt voor laser/3D enz.). Opnieuw lijkt het Auditoraat al te snel tot conclusies te komen die op wankel feitelijke gronden zijn gesteund.*

ii) Versterking van de machtspositie post-transactie

368. *Het Ontwerp stelt dat de machtspositie van Kinopolis wordt versterkt omwille van de toename van haar marktaandeel en meent dat zulke conclusie “in overeenstemming is met de rechtspraak”. Deze conclusie wekt echter verbazing. De beslissingspraktijk van de Europese Commissie, maar ook van de BMA geeft immers aan dat een proportionele kleine groei van een onderneming die voor de concentratie reeds over een relatief groot marktaandeel beschikt, niet zonder meer tot een significante belemmering van de mededinging leidt.*

369. *In de beslissing van het Mededingingscollege inzake Standaard Boekhandel/Club verwierf Standaard Boekhandel die een marktaandeel van 40%-50% heeft op de markt voor de verkoop van boeken aan consumenten in Nederlandstalig België, Club, die een marktaandeel van minder dan 5% bekleedde. De transactie werd toelaatbaar verklaard omdat de beperkte toename van marktaandeel geen aanleiding geeft tot ernstige mededingingsbezwaren en dit a fortiori zo zou zijn als men de druk van internet verkopen en boeken verkopen via de retail in aanmerking neemt op een stagnerende markt.*
370. *Ook in de beschikkingspraktijk van de Europese Commissie kunnen talrijke voorbeelden worden gevonden van gelijkaardige beslissingen (zie voor een beperkt overzicht Bijlage 1).*
371. *Een louter rekenkundige berekening van het marktaandeel en de door de Transactie verwachte groei is dan ook niet voldoende om aan te tonen dat er van een versterking van een bestaande machtspositie sprake is. Het Auditoraat zou slechts tot de het besluit kunnen komen dat de groei van het marktaandeel tot een versterking van de mededinging leidt, wanneer het had aangetoond dat deze groei ook een wezenlijke verandering van de concurrentiedynamiek op de markt zou teweegbrengen en op die manier de positie van Kinopolis zou versterken. Zulke analyse ontbreekt.*
372. *Het tweede element waarop het Auditoraat vervolgens steunt is de “geografische expansie” die tot een situatie zou leiden waarbij “de Vlaamse ruit wordt verder afgedekt en strekt verder uit tot Turnhout”. Ook hier is het niet meteen duidelijk waarom een geografische expansie van de bioscopen die door Kinopolis zullen worden uitgebaut, als een versterking van een machtspositie moet worden beschouwd. Dit argument lijkt slechts een andere formulering van het argument met betrekking tot de groei van het marktaandeel en het Auditoraat verstrekt geen analyse die verder reikt dat de feitelijke registratie van de overname van de Utopolis-bioscopen.*
373. *Het derde element dat naar voren wordt geschoven is het feit, of beter de bewering, dat de Transactie tot gevolg zou hebben dat één van de weinige marktspelers die binnen België beschikt over een netwerk van multiplexen, die op meer effectieve wijze met Kinopolis kan concurreren dan kleine, onafhankelijke bioscoopuitbaters met Kinopolis verdwijnt. Opnieuw wordt niet uitgelegd of geanalyseerd waarom er sprake zou zijn van “meer effectieve concurrentie” en evenmin waar of op welke markt en lijkt ook dit argument een variatie op het hierboven, niet uitgewerkte thema te zijn.*
374. *Tot slot stelt het Auditoraat dat “door deze transactie een belangrijke consolidatiemogelijkheid (wordt) afgenomen voor de overige concurrenten in België alsook potentiële nieuwkomers”. Kinopolis begrijpt dit argument niet. Het is vooreerst moeilijk te begrijpen waarom het loutere feit dat een onderneming niet langer een andere onderneming kan verwerven noodzakelijk leidt tot een significante beperking van de mededinging. Het is bovendien ook niet aangetoond dat andere al dan niet reeds in België of in het buitenland actieve bioscoopexploitanten (of andere groepen) interesse hadden voor Utopolis. Imagix zou beweerdelijk interesse hebben betoond (maar die interesse is enkel geuit nadat de Transactie met Kinopolis wereldkundig is gemaakt). De andere exploitanten, in het bijzonder UGC en Euroscop lijken ook geen belangstelling te hebben gehad om Utopolis over te nemen. Het lijkt er dus sterk op dat geen van de reeds in België actieve groepen interesse hadden om de Utopolis-groep over te nemen. Dit argument is dan ook in geen enkel opzicht relevant.*

VIII.2.2.b Positie auditeur

Bestaan van een machtspositie pre transactie

375. De Raad heeft in 1997 de concentratie goedgekeurd mits het opleggen van verbintenissen aan Kinopolis Group omdat “de aangemelde concentratie tot gevolg heeft dat de machtspositie die de groepen Bert en Claeys gezamenlijk bezitten, versterkt wordt, wat tot gevolg heeft dat de daadwerkelijke mededinging op de Belgische betrokken markt van het vertonen van films, en op wezenlijke delen daarvan, merkbaar wordt belemmerd”. De machtspositie van de Kinopolis Group werd vastgesteld op grond van meerdere indicatoren:

- globaal gezien is de infrastructuur van het zalenpark sedert 1990 stabiel, wat betreft het aantal zalen en zetels;
- het gemiddeld aantal inwoners per scherm in België ligt hoger dan het Europees gemiddelde;
- België heeft de grootste schermendichtheid in Europa;
- België heeft een veel hoger percentage aan schermen in bioscoopcomplexen met 8 schermen of meer dan het Europees gemiddelde (in 1995 35,1% tov. 11,9%, en in 1997 gestegen tot 39,1%);
- de grootste multi-zalencomplexen (megaplexen) bevinden zich in de stedelijke randgebieden en bieden een grote diversiteit in programmering geconcentreerd op één enkele plaats aan;
- bioscopen die afgestemd zijn op een cinefiel publiek zijn in de minderheid en zijn enkel in grote steden of in universiteitssteden gevestigd;
- vóór zij overgingen tot de oprichting van Kinopolis (in 1987) en KFD (in 1991) vulden de aanmeldende partijen elkaar aan wat de geografische spreiding van hun zalen betreft;
- Kinopolis zou na de concentratie beschikken over hoge marktaandelen in functie van het aantal zalen en zetels, per provincie;
- de groep Kinopolis heeft veel hogere marktaandelen, uitgedrukt in functie van het aantal zalen en zetels, indien men slechts rekening houdt met de bioscoopnederzettingen gevestigd in de stedelijke agglomeratie of aan de rand ervan;
- de zeer zwakke positie van de andere uitbaters van bioscopen, vergeleken met deze die de groepen Bert en Claeys samen innemen;
- de belangrijkste concurrenten van de groep Kinopolis baten zalen uit die geografisch niet of weinig zijn verspreid;
- een reeks belangrijke groepen die volgens de aanmeldende partijen op korte termijn nieuwe bioscoopvestigingen in de West-Europese plannen, hebben geen implanteringsprojecten hebben in België, hetgeen ook wijst op een verzadiging van het Belgisch bioscopenpark;
- de groepen Bert en Claeys zijn ook actief op de markt van het verdelen van films via KFD, waarvan het marktaandeel in volle evolutie is;
- de aanmeldende partijen genieten betere huurprijzen bij de filmdistributeurs dan hun concurrenten;
- de gemiddelde toegangsprijs ligt hoger dan het Europees gemiddelde;
- bioscoopuitbaters bevinden zich in hun relatie tot de filmhuizen op een nationale markt, terwijl zij ten opzichte van de bioscoopbezoekers zich op een geografisch beperkter domein begeven;
- door het samenvoegen van de marktaandelen van de groepen Bert en Claeys met deze van de door hen opgerichte joint-venture, komt een groep tot stand met een marktaandeel van 46,74% van het aantal toeschouwers, terwijl de eerstvolgende

marktaandeelner slechts een aandeel heeft van 8,9% en de daaropvolgende deelnemers een marktaandeel hebben dat gelijk op lager is dan 5 %;

- *de Belgische markt is verzadigd, zeker wat betreft grote complexen met acht schermen en meer,*
- *uit de stukken blijkt dat de partijen waar zij in het verleden reeds samen optraden, aan de filmdistributeurs voorwaarden konden opleggen voor al hun schermen; partijen hebben hierdoor invloed op de activiteiten van hun concurrenten; dit heeft uiteindelijk weerslag op het commercieel succes van een film en leidt tot een verschraving van het filmaanbod.*

376. De vaststelling van deze machtspositie werd bevestigd door de Raad in 2008 en door het Brussels Hof van Beroep in 2007 en 2010. Huidig marktonderzoek bevestigt dat sindsdien deze situatie niet meer noemenswaardig gewijzigd is.

377. Daarnaast dient vermeld te worden dat Kinopolis zich in de periode 1997 – 2015 ook op verticaal vlak heeft versterkt. Kinopolis Film Distribution behoort tot de top 5 van de filmdistributeurs in België, en de grootste distributeur van Vlaamse films.

378. Op nationaal vlak heeft Kinopolis nu reeds een marktaandeel van 44% in termen van bezoekers, van [VERTROUWELIJK] in termen van omzet (enkel tickets), en [VERTROUWELIJK] in termen van omzet (tickets en in theatre sales) de HHI pre transactie, en HHI-waarden van respectievelijk 2270, [VERTROUWELIJK].

379. Het marktaandeel van de belangrijkste concurrenten is daarnaast nog altijd erg laag. De belangrijkste concurrenten van de groep Kinopolis baten nog steeds zalen uit die geografisch niet of weinig zijn verspreid.

380. De markt in het huidige Belgische bioscooplandschap lijkt zowel langs de aanbod- als langs vraagzijde nagenoeg verzadigd. Er zijn geen geloofwaardige elementen die aantonen dat de huidige situatie op korte noch middellange termijn afdoende zal wijzigen.

381. Alle elementen in het marktonderzoek bevestigen bijgevolg dat Kinopolis nog steeds van een machtspositie geniet.

382. Na afloop van het tweede fase onderzoek is de Auditeur er bovendien van overtuigd dat er voldoende bewijzen zijn die aantonen dat Kinopolis de machtspositie waarover zij vandaag reeds beschikt ook effectief benut, waaronder :

- *Onafhankelijke prijszetting (significant hogere prijzen dan concurrenten)*
- *Bevoorrechte relatie met distributeurs (betere voorwaarden)*
- *Belangrijke schaalvoordelen (bv. mogelijkheid om grootschalige nationale campagnes te voeren)*
- *B2B aanbod*

383. Hiermee beantwoordt de Auditeur bovendien de schriftelijke opmerkingen gemaakt door de aanmeldende partij dat de loutere toename van haar marktaandeel niet volstaat om het bestaan van een machtspositie aan te tonen.

384. Daarnaast stelt de Auditeur dat een vergelijking tussen onderhavige transactie en onder meer de beslissing van het Mededingingscollege inzake Standaard Boekhandel/Club, niet opgaat, omdat er naast de marktaandelen ook andere relevante elementen de eindbeoordeling hebben beïnvloed, onder meer de heel beperkte aanwezigheid van Club in Vlaanderen.

Versterking van de machtspositie post-transactie

385. De transactie houdt een **toename in van het geconsolideerd marktaandeel** van Kinopolis in die mate dat post-transactie een versterking van de machtspositie wordt vermoed in overeenstemming met de rechtspraak.

386. Onderstaande tabellen presenteren de marktaandelen van Kinopolis en de HHI pre en post transactie. De resultaten tonen aan dat Kinopolis vandaag reeds een erg hoog marktaandeel heeft, dat post transactie nog wordt vergroot.

387. Er is een HHI van meer dan 2000 met een delta van meer dan 150, waardoor in lijn met de richtsnoeren elk van deze markten en segmenten in aanmerking komen voor een verdere analyse van potentiële horizontale mededingingsbezwaren.

Aandeel 2014 NATIONAAL						
Bioscoopgroep	Bezoekers		Omzet (enkel tickets)		Omzet (tickets, en in theatre sales)	
	#	%	€	%	€	%
<i>Marktaandelen pre transactie</i>						
Kinopolis	8.970.492	44%	[...]	[...]%	[...]	[...]%
Utopolis	1.023.871	5%	[...]	[...]%	[...]	[...]%
<i>Marktaandelen betrokken partijen post transactie</i>						
Kinopolis + Utopolis	9.994.363	49%	[...]	[...]%	[...]	[...]%
Totaal	20.600.000	100%	[...]	[...]%	[...]	[...]%
HHI pre		2270		[...]		[...]
HHI post		2703		[...]		[...]
HHI ²		433		[...]		[...]

388. Daarnaast dient benadrukt te worden dat de overgenomen bioscoopcomplexen **een belangrijke verbreding vormen van het geografisch netwerk** van Kinopolis Group binnen Vlaanderen: Kinopolis verwerft complexen in een aantal rendabele verzorgingsgebieden waar zij voorheen nog niet actief was. Deze verzorgingsgebieden sluiten bovendien sterk aan bij de reeds bestaande verzorgingsgebieden: de Vlaamse ruit wordt verder afgedekt en strekt verder uit tot Turnhout.

389. Daarenboven verdwijnt **één van de weinige marktspelers die binnen België beschikt over een netwerk van multiplexen**, die op meer effectieve wijze kan concurreren met de Kinopolis Group dan de kleine, onafhankelijke bioscoopuitbaters. Het opsorpen van één van de belangrijkste concurrenten in België en de belangrijkste concurrent in Vlaanderen na Euroscop zorgt aldus voor een verdere asymmetrie tussen Kinopolis en de overblijvende concurrenten en een verdere versterking van de machtspositie van Kinopolis.

390. Verder wordt door deze transactie een **belangrijke consolidatiemogelijkheid** afgenomen voor de overige concurrenten in België alsook potentiële nieuwkomers. Deze vaststelling wordt verderop in het verslag verder onderbouwd.

391. Tenslotte zal Kinopolis de **praktijken die zij nu reeds toepast als uiting van haar machtspositie** (zie hierboven) post transactie in versterkte mate (kunnen) doorvoeren.

392. *Onderzoek toont dan ook aan dat door de Transactie de machtspositie van Kinopolis op de markt voor de vertoning van films in de bioscoop wordt versterkt.*

VIII.3 Niet-gecoördineerde gevolgen op de lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop

VIII.3.1 Prijsstijgingen en verminderde diversiteit in filmticket tarifiering in de over te nemen Utopolis-vestigingen

VIII.3.1.a Positie aanmeldende partij

393. *De aanmeldende partij stelt in haar verzoekschrift dat voor elk van de betrokken verzorgingsgebieden de overname geen gevolgen heeft voor de mededinging, en dus ook niet voor het prijsniveau.*¹¹³

394. *In een aanvullend verzoek om inlichtingen werd Kinopolis gevraagd naar de veranderingen die zij post-transactie zal doorvoeren.* [VERTROUWELIJK]¹¹⁴

395. [VERTROUWELIJK].¹¹⁵

396. [VERTROUWELIJK]¹¹⁶

397. *In haar schriftelijke opmerkingen en in haar memorandum geeft Kinopolis bijkomende toelichting bij haar prijsstrategie. De auditeur herneemt hierna de kernpunten.*

398. *Het Ontwerp gaat er blijkbaar van uit dat de markt een negatieve impact zou ondervinden door de toepassing door Kinopolis van haar product- en prijspolitiek in de vier Utopolis-bioscopen die zij aan haar portefeuille zou toevoegen.*

399. [VERTROUWELIJK].

400. *Kinopolis herhaalt dat in het kader van een mededingingsrechtelijke analyse de mogelijkheid van een prijsstijging slechts als een aanwijzing van een mogelijke belemmering van de mededinging kan worden aangemerkt als is vastgesteld dat zij voortspuit uit het verdwijnen van concurrentie die vóór de transactie tussen de betrokken ondernemingen zou bestaan. Anders gezegd, de transactie leidt slechts tot een significante belemmering van de mededinging wanneer zou worden vastgesteld dat Kinopolis haar prijzen kan doen stijgen omdat zij geen rekening meer moet houden met de concurrentiedruk van de voormalige Utopolis-bioscopen. Zoals hierboven aangetoond is dergelijke concurrentiedruk gelet de lokale marktdefiniëring niet aanwezig.*

401. [VERTROUWELIJK].

¹¹³ Verzoekschrift, p. 3 (§16), p. 20 (§96), p. 27 (§123), p. 38 (§175) en p. 42 (§190).

¹¹⁴ Antwoord van Kinopolis van 28 oktober op vraag 4 b) van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015, p. 7-8.

¹¹⁵ Antwoord van Kinopolis van 28 oktober op vraag 4 b) van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015, p. 8.

¹¹⁶ Voor een lijst van de businessprocessen/zaken, zie p. 8 van het antwoord van Kinopolis van 28 oktober op vraag 4 b) van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

402. [VERTROUWELIJK].¹¹⁷

403. [VERTROUWELIJK]:

- [VERTROUWELIJK].

- [VERTROUWELIJK].

- [VERTROUWELIJK].

404. [VERTROUWELIJK]¹¹⁸

405. [VERTROUWELIJK].

406. [VERTROUWELIJK].¹¹⁹ [VERTROUWELIJK].¹²⁰

407. [VERTROUWELIJK].

408. [VERTROUWELIJK].

409. [VERTROUWELIJK].

VIII.3.1.b Marktbevraging

i) Utopolis

410. **Utopolis** is van mening dat de huidige klanten van Utopia zullen kunnen genieten van de waaiers aan tariefaanbiedingen en de marketing van de Kinopolis Groep.¹²¹

ii) Concurrerende bioscoopexploitanten

411. Enkele grote **concurrenten** (waaronder Euroscop, UGC en I-Magix) merken op dat Kinopolis een uniforme prijsstrategie toepast op al haar Belgische bioscoopcomplexen. Het is gebaseerd op een standaard tarief en een weinig gediversifieerd aanbod van categorieën aan verminderd tarief. Vandaag zijn de standaardtarieven bij Kinopolis de duurste op de markt. Hetzelfde geldt voor tickets aan vermindertarief. Deze concurrenten zijn dan ook overtuigd dat de prijzen binnen de Utopolis complexen zullen stijgen en de diversiteit van aangeboden tarieven zal verminderen.

412. **Euroscop** stelt dat de transactie aanleiding zal geven tot prijsstijgingen in de vier betrokken Utopolis-vestigingen, aangezien de nationale prijsstrategie van de Kinopolis-groep zal worden doorgetrokken tot de over te nemen vestigingen. De prikkel om de prijzen in ook in de over te nemen complexen te doen stijgen is voorhanden. Aangezien er in de regio van de over te nemen complexen geen effectieve concurrentie aanwezig is, beschikt Kinopolis ook over de mogelijkheid om de prijzen op te trekken. Kinopolis hanteert ook nu reeds hogere prijzen dan concurrerende

¹¹⁷ Een uitvoerige toelichting is terug te vinden in het antwoord op het verzoek om inlichtingen van Kinopolis van 24 december 2015.

¹¹⁸ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.1 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

¹¹⁹ Antwoord van Kinopolis van 15 december 2015 op vraag 9 van het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015.

¹²⁰ Wat het klantentevredenheidsonderzoek betreft kan worden verwezen naar het antwoord Kinopolis van 11 december 2015 op vraag 3 van het verzoek om inlichtingen van 4 december 2015.

¹²¹ Antwoord van Utopolis van 2 oktober 2015 op vraag 22 van het verzoek om inlichtingen van 22 september 2015.

bioscopen – en kan zich in die zin onafhankelijk van de consument en van de concurrenten gedragen.¹²²

413. Daarnaast is het voor Euroscop waarschijnlijk dat de Kinopolis-groep de over te nemen vestigingen zal upgraden, bijvoorbeeld door meer zalen toe te voegen, en de aantrekkingskracht in de regio op te krikken. Deze mogelijkheid tot uitbreiding is er, met dien verstande dat het waarschijnlijk ten koste zal gaan van andere bioscopen in de regio. Een alternatief is dat capaciteit verplaatst wordt, door bepaalde vestigingen te sluiten of af te stoten, en capaciteit te verplaatsen naar andere vestigingen.¹²³

414. UGC is van oordeel dat dergelijke prijsstijging enkel zal doorgevoerd worden in de Utopolis complexen die Kinopolis beslist open te houden, zijnde Mechelen en Turnhout.¹²⁴

415. I-Magix heeft berekend dat actueel het gemiddeld standaardtarief en het verminderd tarief toegepast door Utopolis in vergelijking met Kinopolis respectievelijk 20% en 32% lager ligt. Daarenboven merkt I-Magix op dat Utopolis voordeeltarieven toepast in functie van de dag (“Maandag kortingdag tarief”) en het uur van de vertoning (“Ochtendvoorstellingen tarief”), in tegenstelling tot Kinopolis. Een tariefverhoging post-transactie zou leiden tot een verhoging tussen de 15 tot 30% van de tarieven.

TARIEF	KINEPOLIS	UTOPOLIS	VERWACHTE TARIEFVERHOOGING
NORMAAL	9,75 tot 10,45 €	8,50 tot 8,80€	14 tot 19%
KORTING	8,75 tot 9,45 €	7,00 tot 7,30 €	25 tot 29%
3D (NORMAAL)	11,75 tot 12,45€	9,50 €	23 tot 31%

416. Ter vervollediging merkt I-Magix op dat de parking en toiletbezoek, actueel gratis bij Utopolis, betalend zouden kunnen worden post-transactie.¹²⁵

iii) Filmdistributeurs

417. The Walt Disney Company stelt dat Kinopolis zich altijd heeft geprofileerd als één van de duurdere complexen dus valt te verwachten dat de prijzen voor de consument zullen stijgen in de Utopolis complexen.¹²⁶ Verder licht Walt Disney toe dat Kinopolis om een film in programmatie te houden zich baseert op het aantal bezoekers dat een film behaalt per voorstelling. Disney heeft de luxe grote films te releasen waardoor zij niet de ervaring heeft op één of andere manier benadeeld te worden.¹²⁷

418. Entertainment One geeft toelichting bij de bepaling van het aantal speelweken van een film. Daarbij stelt zij dat er nooit vooraf door distributeurs met bioscoopexploitanten een vast aantal speelweken wordt overeengekomen voor een film. Wat telt om een film al dan niet op de affiche te houden, zijn de bezoekersaantallen van woensdag t.e.m. zondag. Op maandagochtend

¹²² Antwoord van Euroscop van 2 oktober 2015 op vraag 23 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015.

¹²³ Antwoord van Euroscop van 2 oktober 2015 op vraag 22 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015.

¹²⁴ Antwoord van UGC van 24 september 2015 en 13 oktober 2015 op vraag 27 van het verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 16 september 2015.

¹²⁵ Antwoord van I-Magix van 8 oktober 2015 op vraag 23 van het verzoek om inlichtingen in pre-notificatiefase van 17 september 2015.

¹²⁶ Antwoord van The Walt Disney Company van 28 oktober 2015 op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

¹²⁷ Antwoord van The Walt Disney Company van 21 januari 2016 op het verzoek om inlichtingen van 21 januari 2016.

worden die geïnventariseerd en vergeleken met de resultaten van de andere films op de affiche. De films met het laagste aantal toeschouwers, verliezen vertoningen of worden vervangen door nieuwe releases. Dat wordt bekeken per vertoning: de slechtst scorende films om resp. 15u – 17u – 20u en 22u verliezen hun zwakste vertoningen of worden van de affiche gehaald in de volgende speelweek. Dit systeem wordt door alle exploitanten toegepast, dus ook door Kinopolis (idem in Nederland, Frankrijk, UK etc.). Het is dus best mogelijk dat een film langer of korter op de affiche blijft in (een van) de Kinopoliszalen dan bij andere bioscoopgroepen.¹²⁸

VIII.3.1.c Positie auditeur

i) Verwachte prijsstijgingen in de over te nemen Utopolis-complexen

419. Volgens de auditeur zijn er 5 vaststellingen die het waarschijnlijk maken dat post-transactie een filmbezoek duurder zal zijn in elk van de over te nemen Utopolis-bioscopen:

- 1) Kinopolis hanteert een “geüniformiseerde” prijszetting binnen haar Belgische bioscopen;
- 2) De prijsstrategie van Kinopolis is gebaseerd op [VERTROUWELIJK];
- 3) Invoering van niet optionele prijssupplementen (bovenop de content-prijs);
- 4) Terugwinnen van de investeringskosten voor upgrade van de over te nemen Utopolis-bioscopen;
- 5) Hoger prijsniveau als uiting van een kwaliteitsbioscoop.

420. Deze vaststellingen worden hierna afzonderlijk toegelicht (A). Daarna zal de auditeur uiteenzetten waarom deze prijsverhoging anders dan Kinopolis poneert wel merger-specific is (B).

A. Een filmbezoek bij Utopolis-bioscopen wordt post-transactie duurder

(1) De “geüniformiseerde” prijszetting van Kinopolis

421. De auditeur stelt vast dat Kinopolis in al haar Belgische complexen identieke prijzen of minstens prijzen van eenzelfde grootorde hanteert voor hetzelfde product. Dit is zo voor het normaal tarief, het kortingstarief, de supplementen als voor de ticketprijzen voor events.

TARIEF	KINEPOLIS	UTOPOLIS	VERWACHTE TARIEFVERHOOGING
NORMAAL	9,75 tot 10,45 €	8,50 tot 8,80€	14 tot 19%
KORTING	8,75 tot 9,45 €	7,00 tot 7,30 €	25 tot 29%
3D (NORMAAL)	11,75 tot 12,45€	9,50 €	23 tot 31%

422. Kinopolis merkt op dat zij – anders dan de auditeur stelt in haar gemotiveerde ontwerpbeslissing - niet eenzelfde tarifiering hanteert voor haar Belgische bioscopen. Er bestaan immers 5 verschillende standaardtarieven op een totaal van 11 vestigingen. De auditeur stelt vast dat, de bioscoopzalen van Palace Liège buiten beschouwing gelaten, het verschil tussen het laagste en het hoogste standaard tarief 0,60€ bedraagt. Binnen deze delta hanteert Kinopolis 4 verschillende standaardtarieven. Voor de overgrote meerderheid van de vestigingen (7 op een

¹²⁸ Antwoord van Entertainment One van 22 januari 2016 op het verzoek om inlichtingen van 21 januari 2016.

totaal van 10) bedraagt het standaardtarief 10,35€.¹²⁹ Eenzelfde vaststelling geldt voor het kortingstarief en de Kinopolis Student Card: met uitzondering van Palace Liège wordt in 7 van de 10 vestigingen (waaronder de studentensteden zoals Gent en Leuven) eenzelfde tarief aan 7,75€ toegepast.

423. Wat de Palace Liège betreft, preciseert Kinopolis dat de infrastructuur van het gebouw niet toelaat om de volledige Kinopolis' beleving aan te bieden zodat Kinopolis de prijs aldus op een voor betreffend complex aanvaardbaar niveau wenst te houden.¹³⁰

424. Wat Kinopolis Imagibraine betreft, is de prijsaanpassing in 2015 voor deze bioscoop 0,20 euro hoger dan voor de overige complexen ten gevolge van een stijging van gemeentelijke taksen op vertoningen en gemakkelikheden te Braine van 10% naar 12% op de ticketprijs excl. BTW.¹³¹ Derhalve is er vandaag geen prijsverschil meer tussen het standaard tarief bij Kinopolis Imagibraine zonder de lokale taks gerekend (zijnde 10,35€) en het meest gehanteerd standaardtarief binnen het Kinopolis-netwerk (zijnde 10,35€).

425. [VERTROUWELIJK]¹³²

426. De tarifiering van de supplementen is wel identiek in alle Belgische Kinopolis bioscopen.

427. De auditeur besluit dat, ook al past Kinopolis strikt genomen geen uniform standaardtarief en kortingstarief toe op al haar Belgische bioscopen, er minstens sprake is van een "geüniformiseerde" prijspolitiek binnen haar netwerk. Deze "geüniformiseerde" prijs (10,35€) is 1,85€ hoger dan het standaardtarief van 8,50€ dat actueel wordt toegepast in de Utopolis-bioscopen (met uitzondering van de vestiging te Mechelen waar een standaardticket 8,80€ kost).

428. Conclusie: Binnen dit feitelijk kader acht de auditeur het hoogst onwaarschijnlijk dat Kinopolis post-transactie de Utopolis-prijsstrategie zal behouden. De auditeur is daarentegen van oordeel dat Kinopolis de bestaande Utopolis-prijzen zal optrekken tot de minimale Kinopolis-prijs van 9,95€, mogelijks volgens een onderscheiden tijds kader per Utopolis-bioscoop.

(2) Prijsstrategie is gebaseerd op een prijsevaluatie [VERTROUWELIJK]

429. [VERTROUWELIJK].^{133 134}

430. [VERTROUWELIJK].¹³⁵

431. [VERTROUWELIJK].¹³⁶

¹²⁹ Kinopolis Imagibraine heeft het hoogste tarief aan 10,55€ en Kinopolis Hasselt het laagste tarief aan 9,95€. Kinopolis Luik past als enige een tarief toe aan 10,05€.

¹³⁰ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vragen 4.5 en 4.6 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

¹³¹ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.6 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015. De auditeur merkt een materiële fout op in dit antwoord. In de tabel in bijlage 9 bij het antwoord van Kinopolis van 15 december 2015 (op vraag 9 van het verzoek om inlichtingen van 9 december) wordt op 11 maart 2015 een prijsverhoging van 0,30€ genoteerd voor Imagibraine en 0,10€ voor de andere Kinopolis-bioscopen. Dit betekent een prijsverschil van 20 eurocent i.p.v. 10 eurocent (zoals verkeerdelijk vermeld in het antwoord op dit verzoek).

¹³² Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.4 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

¹³³ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.1 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015. Benadrukking door Kinopolis in haar antwoord.

¹³⁴ Bijlage 9 bij het antwoord van Kinopolis van 15 december 2015 op vraag 9 van het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015 [VERTROUWELIJK].

¹³⁵ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.1 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

432. *Wat de grootte van de prijsverhogingen betreft, heeft de auditeur reeds tijdens het eerste faseonderzoek vastgesteld dat deze de voorbije 9 jaar de inflatie ruimschoots overstegen.¹³⁷ [VERTROUWELIJK].¹³⁸ De auditeur merkt op dat concurrerende bioscoopexploitanten gelijkaardige motieven inroepen ter verantwoording van hun prijsverhogingen.¹³⁹*
433. *De auditeur heeft de evolutie van de standaardtarieven binnen dezelfde periode (2013-2015) onderzocht bij concurrerende bioscoopexploitanten. Evenwel heeft geen enkele ondervraagde concurrent jaarlijks prijsverhogingen doorgevoerd zoals Kinopolis placht te doen. Bij enkele concurrenten was de prijsverhoging zelfs occasioneel of beperkt tot een bepaalde vestiging. Sommige concurrenten gingen eveneens over tot prijsverlagingen. Bij één concurrent bleven de prijzen onaangepast.*
434. *Bij Euroscoop Genk, Lanaken & Maasmechelen in 2011 was er een prijsstijging van het standaardtarief van 7€ naar 7,5€ en bij Euroscoop Sint-Niklaas in 2014 voor wat betreft het Standaard tarief van 7€ naar 8€.¹⁴⁰ Euroscoop houdt vooral rekening met wat de consument kan besteden voor een familiale uitstap.*
435. *Conclusie: De auditeur merkt op dat alle bioscoopexploitanten in hun prijsstrategie rekening moeten houden met een teruglopend bezoekersaantal. Kinopolis is de enige die in staat is zonder substantieel klantenverlies haar prijzen onopgemerkt te doen stijgen boven de inflatie en niet enkel haar standaardtarief. Bij concurrenten daarentegen gaat het niet om een bewuste prijsstrategie om de filmbezoekinkomsten te verhogen. Zij voeren eerder plots prijsstijgingen over enkele jaren tijd omwille van meer aanwijsbare motieven.*

(3) Invoering van niet optionele prijs supplementen

436. *Naast het doorvoeren van prijsverhogingen die direct leiden tot een hogere faciale ticketprijs, zal een filmbezoek ook indirect duurder worden door de toepassing van prijs supplementen die vandaag bij Utopolis onbestaande zijn.*
437. *Terwijl Utopolis uitsluitend een toeslag vraagt voor een 3D vertoning, hanteert Kinopolis een scala aan supplementen. Enkele van deze supplementen zijn niet optioneel voor de filmbezoeker. Zij zullen dus een filmbezoek bij Utopolis post-transactie automatisch duurder maken.*
438. *Het is het geval voor Supplement film lange speelduur (>= 2h15). Zo betaalt een Kinopolis bezoeker vandaag voor een film van lange duur (>=2h,15) een supplement van 0,75€. [VERTROUWELIJK]¹⁴¹. [VERTROUWELIJK]¹⁴². Zo heeft Kinopolis in september 2015 dit prijssupplement verhoogd van 0,50€ naar 0,75€.¹⁴³ Hoewel Utopolis ook films van lange duur vertoont (vb. *The Hateful Eight*, *Starwars*, *Bridge of Spies*), is dit supplement actueel onbestaand bij Utopolis.*

¹³⁶ Bijlage 10 bij het antwoord van Kinopolis van 15 december 2015 op het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015. Deze bijlage omvat o.a. twee power point presentaties van Price Committee meetings in april 2014 en op 12 februari 2015.

¹³⁷ Zie randnummer 220 in de gemotiveerde ontwerpbeslissing: "Daar waar de consumptieprijsindex in de periode 2007 – 2015 slechts met 15% is toegenomen, schommelde de prijsstijging in diezelfde periode voor de geafficheerde prijzen in de verschillende Kinopolis-bioscopen tussen [VERTROUWELIJK]%. Wat de effectief betaalde prijzen betreft, liep deze prijsstijging op tot [VERTROUWELIJK]%. "

¹³⁸ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.2 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

¹³⁹ Antwoord van UGC van 15 december 2015 op vraag 9 en 10 van het verzoek om inlichtingen van 8 december 2015; Antwoord van Imagix van 15 december op vraag 9 van het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015;

¹⁴⁰ Antwoord van Euroscoop van 11 december 2015 op vragen 7 t.e.m. 10 van het verzoek om inlichtingen van 8 december 2015.

¹⁴¹ Antwoord van Kinopolis van 6 januari 2016 op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

¹⁴² Antwoord van Kinopolis van 15 december 2015 op vraag 10 van het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015.

¹⁴³ Bijlage 9 bij het antwoord van Kinopolis van 15 december 2015 op het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015. Zie persartikel: "Lange films zijn een goudmijn voor Kinopolis" in Metro van 20 januari 2016.

(4) *Terugwinnen van de investeringskosten voor upgrade van de over te nemen Utopolis – bioscopen*

439. [VERTROUWELIJK]¹⁴⁴. *De auditeur merkt op dat Kinopolis via schaalvoordeelen een heel aantal van de kostenposten kan afschrijven over verschillende complexen. Dit laat haar toe om kosten en financiële risico's beter te spreiden.*

440. *Concreet houdt dit in dat Kinopolis overweegt de volgende investeringen te doen:*

a. [VERTROUWELIJK]:

441. [VERTROUWELIJK];

b. [VERTROUWELIJK]:

442. [VERTROUWELIJK].

443. [VERTROUWELIJK].

444. [VERTROUWELIJK];

c. [VERTROUWELIJK];

d. [VERTROUWELIJK];

e. [VERTROUWELIJK];

f. [VERTROUWELIJK];

g. [VERTROUWELIJK].

445. *Deze onderscheiden investeringen zullen als volgt worden gefinancierd:*

a. [VERTROUWELIJK]:

446. [VERTROUWELIJK];

b. [VERTROUWELIJK]:

447. [VERTROUWELIJK]¹⁴⁵

448. [VERTROUWELIJK].

449. [VERTROUWELIJK];

450. [VERTROUWELIJK]

¹⁴⁴ Antwoord van Kinopolis van 6 januari 2016 op vraag 2 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

¹⁴⁵ Antwoord van Kinopolis van 6 januari 2016 op vraag 1 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

c. [VERTROUWELIJK]:

451. [VERTROUWELIJK].

d. [VERTROUWELIJK]:

452. [VERTROUWELIJK];

e. [VERTROUWELIJK]:

453. [VERTROUWELIJK].

454. Conclusie: de auditeur maakt de volgende conclusie over prijsverhogingen die zouden verantwoord worden op grond van het terugwinnen van investeringskosten.

455. Vooreerst zijn de geplande investeringen die de kwaliteit van de filmbeleving rechtstreeks moeten verhogen niet van ingrijpende aard gelet op de reeds aangeboden audiovisuele bioscoopervaring. Kinopolis heeft besloten in geen enkele Utopolis-bioscoop de aanwezige geluids –en projectiesystemen te vervangen. Evenwel zijn deze van gelijkaardig kwaliteit als de installaties waarover Kinopolis beschikt.¹⁴⁶ Ten tweede, Kinopolis biedt slechts in 2 van haar 11 bioscopen (zijnde Antwerpen en Brussel) een “top experience” aan haar bezoekers. Dit is niet verwonderlijk gezien de hoge vereisten waaraan dergelijke zalen dienen te voldoen: bredere zetels met dubbele armleuning, een 'gradin' van gemiddeld 125 centimeter wat voor meer voertruimte zorgt, minimaal 7.1 dolby-audiosystemen en Barco-digitale projectoren met een gebogen scherm 'wall-to-wall' en 'floor-to-ceiling'.¹⁴⁷

456. Naast de zware investeringskosten zijn er ook redenen van infrastructurele aard die maken dat niet elke bestaande zaal zich leent tot de nodige verbouwingen. Kinopolis merkt op dat de schermen niet in alle zalen kunnen worden geïnstalleerd omdat dit in ruime mate afhangt van het bouwconcept van de zaal. [VERTROUWELIJK] (en meer in het bijzonder voor Aarschot en Lommel). [VERTROUWELIJK]. Deze upgrade is bovendien beperkt tot enkele rijen per zaal en optioneel voor de filmbezoeker. Het gaat dus niet om een kwalitatief hoogstaander filmbeleving voor elke Utopolis - bioscoopbezoeker.

457. Wat de pay-back van de investeringen betreft, stelt de auditeur vast dat de investeringen er in de eerste plaats op gericht zijn om de rendabiliteit per bioscoop en op die manier van de gehele groep te verhogen (via o.a. de introductie van een budget-ownership en de uitbreiding van de bestaande B2B activiteiten). Zo wordt met de oprichting van megacandies (met ruim productassortiment) en foyers de filmbezoekers ertoe verleid om geld uit te geven bovenop de aankoop van hun filmticket. Kinopolis stelt verder dat meerdere Kinopolis-concepten (zoals ATM, megacandy) efficiëntie besparingen opleveren door personeelskostenbesparingen. Evenwel heeft Kinopolis geen intentie om deze efficiëntie besparing door te geven aan de filmbezoeker onder de vorm van lagere ticketprijzen. Integendeel, Kinopolis past een e-fee toe voor de ATM en internet aankoopservice. Ook is het de consument zelf die betaalt voor zijn upgrade in zetelcomfort via een prijssupplement indien hij daarvoor kiest. Derhalve worden Kinopolis-concepten die de kwaliteit van filmbeleving onrechtstreeks verhogen gefinancierd door de consument.

¹⁴⁶ Zo werken beiden met Dolby 5.1. In elke Utopolis-bioscoop is de meerderheid van de zalen voorzien van 3D-projectie. In Utopolis Mechelen zijn er daarenboven 2 zalen uitgerust met HFR3D.

¹⁴⁷ Antwoord van Kinopolis van 6 januari 2016 op vraag 2 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

458. *Gelet op de pay-back van de onderscheiden investeringen, besluit de auditeur dan ook dat een verhoging van de faciale ticketprijs post-transactie louter bijdraagt een rendabiliteitsverhoging van de Kinopolis groep.*

(5) *hoger prijsniveau als uiting van een kwaliteitsbioscoop:*

459. *Kinopolis stelt dat het merk moet geassocieerd worden met kwaliteitsbioscopen en derhalve Kinopolis zich niet op een prijsniveau zet dat de concurrenten met minder kwalitatieve bioscopen aanbieden.*¹⁴⁸

460. *Conclusie: de auditeur is van oordeel dat mocht er al sprake zijn van een beter aanbod, dan heeft dit duidelijk niet geleid tot meer bezoekers. Minstens een deel van de consumenten was bijgevolg niet bereid om de prijsverhogingen (al dan niet gehanteerd o.w.v. kwaliteitsverbetering) te accepteren.*

B. Het merger-specific karakter van de prijsstijgingen

461. *Kinopolis stelt dat enkel prijsstijgingen die “merger specific” zijn kunnen in acht worden genomen bij de beoordeling van de Transactie” en “de Transactie en de prijspolitiek zoals door Kinopolis gevoerd, wijzigen dan ook niets aan de concurrentiesituatie post de overname daar ook Utopolis op heden reeds deze prijspolitiek zou kunnen voeren”*¹⁴⁹.

462. *De auditeur is daarentegen van oordeel dat Kinopolis haar politiek van prijsverhogingen systematisch en zonder klantenverlies kan doorvoeren dankzij haar economische machtspositie daar waar Utopolis deze marktmacht niet heeft. Dit blijkt vooreerst uit de beslissing om de Mechelse stadstaks niet door te rekenen aan elke filmbezoeker. De stad Mechelen had de stadstaks van 0,30€ ingevoerd per betalend ticket. Utopolis heeft deze taks enkel doorgerekend in de voornaamste tarieven en niet in de verminderingstarieven voor Utopolis Mechelen. Utopolis wil gepercipieerd worden als een prijsvriendelijke en familievriendelijke bioscoop. Utopolis stelt algemeen dat de stijging van haar gemiddelde ticketprijs steeds beperkt was en de (verwachte) inflatie niet oversteeg. Utopolis heeft immers minder marktmacht om zich onafhankelijk te gedragen. Anders dan Kinopolis poneert, is de reden waarom Utopolis tot vandaag haar prijszetting niet heeft opgedreven niet uitsluitend omdat de prijspolitiek van Kinopolis en Utopolis anders zouden zijn geïnspireerd. Hun onderscheiden prijszetting is in de eerste plaats het gevolg van een onderscheiden marktpositie.*

Filmaanbodvershraling

Positie aanmeldende partij

Kinopolis stelt dat zij in al haar bioscoopcomplexen een gediversifieerd aanbod voorziet waarin alle doelgroepen aan hun trekken komen. Deze programmatiestrategie zal voor de nieuwe complexen dezelfde zijn. Dit houdt concreet in: “inspelen op alle doelgroepen (families, meerwaardezoekers, actiefilms, etc) door zo breed mogelijk te programmeren, het aanbieden van programma’s voor verschillende doelgroepen als studenten, vrouwen, kinderen, senioren,...

¹⁴⁸ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.3 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015. Om deze reden ging Kinopolis niet in op de vraag van de Franse bioscoopfederatie FNCF in samenspraak met de Franse overheid om in het kader van de lancering van de “Action Jeunes” haar prijs te laten zakken tot het afgesproken uniek tarief van 4€ voor jongeren beneden de 14 jaar, doch slechts tot een prijsniveau van 5€.

¹⁴⁹ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op vraag 4.2 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015.

Daarnaast ook een uitgebreid aanbod aan alternatieve content (concerten, opera, ballet, sports,...)."

Kinepolis zal voor de Utopolis-vestigingen, zoals voor de bestaande Kinepolis-vestigingen, haar Direct Marketing-strategie invoeren waarbij de klanten maximaal worden geïdentificeerd en ook hun aankoopgedrag en voorkeuren (filmkeuze/tijdstip van bezoek/samenstelling party) in kaart worden gebracht. Op basis van klantenprofilering en een permanente bevraging middels de Customer Satisfaction-enquêtes wordt beoogd de kwaliteit van de filmbeleving en programmering te verbeteren en beiden beter af te stemmen op het lokale publiek om op die manier de bezoekersfrequentie te verhogen.

In haar schriftelijke opmerkingen stelt Kinepolis dat zij niet inziet hoe de Transactie zou kunnen leiden tot een verschraling van het filmaanbod als het aanbod op dit ogenblik reeds gelijklopend is zoals de auditeur zelf vaststelt in randnummer 329 van het Ontwerp. Bijlage 5 bij de schriftelijke opmerkingen bevat een recent overzicht van de respectievelijke bioscopen getoonde films en bevestigt dit. De prikkel die Kinepolis beweerdelijk zou voelen door de concurrentie met Utopolis-bioscopen (de vraag is echter wel in welk verzorgingsgebied) heeft er blijkbaar niet toe geleid dat Utopolis zich door programmatie tracht te onderscheiden van Kinepolis of omgekeerd. Het wegvallen van deze beweerdelijke prikkel na de Transactie zal derhalve niet leiden tot een verschraling van het filmaanbod.

Marktbevraging

Utopolis

Utopolis stelt hierbij het volgende:

"In zoverre dat Utopia altijd toegang had tot alle films, zie ik niet hoe het aanbod/diversificatie van titels nog zou kunnen worden uitgebreid. De grootte van de bestaande sites betekent op zich een bepaalde limiet tot diversificatie. Kinepolis die echter bepaalde middelen heeft om de technische ontwikkelingen in de sector te volgen en deze sneller en efficiënter te integreren, zal ongetwijfeld bepaalde mogelijkheden hebben betreffende de ontwikkeling van het technologische aanbod waardoor het een bepaalde marge heeft teneinde de markt in 4 gebieden waar Utopia vandaag aanwezig is met succes te ontwikkelen."

Concurrerende bioscoopexploitanten

Een aantal concurrenten merken op dat de strategie van Kinepolis erin bestaat om de filmprogrammatie doorheen haar Belgische bioscoopcomplexen te uniformiseren.

UGC merkt verder op dat de filmprogrammatie van Utopolis reeds gelijkaardig is aan deze van Kinepolis en stelt dat een diversificatie van de filmprogrammatie ten gevolge van de transactie weinig waarschijnlijk is. Zij besluit m.b.t. dit punt dat "het anders zou zijn als Utopolis overgenomen werd door een andere operator met een verschillende redactionele lijn".

I-Magix wijst op de schaalvoordelen van een uniforme programmatiestrategie in de onderhandelingen met filmdistributeurs:

"Kinepolis zal geen enkele prikkel hebben om het aanbod te diversifiëren: de onderhandelingen met de distributeurs worden gevoerd op een nationale basis en hangen voornamelijk af van het aantal zalen waarin de films worden geprojecteerd, zodat Kinepolis aangespoord zal worden, teneinde voordeel te halen uit de (bijkomende) schaalvoordelen verworven via de Transactie, om

dezelfde films in de bioscopen van Utopolis te vertonen dan degenen die worden uitgezonden in bioscopen van Kinopolis."

Positie auditeur

De auditeur is van oordeel dat post-transactie een afvlakking van de filmdiversiteit waarschijnlijk is. Ten eerste zal juist door de verdwijning van een belangrijke bioscoopexploitant met een netwerk ook een platform wegvallen voor de filmdistributeurs met een eerder alternatief aanbod. Ten tweede houdt Kinopolis er een andere filmprogrammatiepolitiek op na die zij ook post-transactie zal aanhouden in de overgenomen Utopolis-bioscopen.

Hierna zal de auditeur haar perceptie van deze filmprogrammatiepolitiek toelichten op grond van informatie aangeleverd door desk research en door de marktbevraging.

Exploitatie zalenpark

De auditeur is het met de aanmeldende partij eens dat het filmaanbod in termen van filmtitels vandaag reeds gelijklopend is tussen een Kinopolis-bioscoop en de dichtstbijzijnde Utopolis-bioscoop.

Onderzoek van de website van Utopolis bevestigt dat het filmaanbod van de complexen te Lommel (5 zalen) en Aarschot (5 zalen) gelet op hun beperkt aantal zalen zich concentreert op Amerikaanse en Belgische kaskrakers die ook bij Kinopolis vertoond worden. De grotere complexen te Mechelen (12 zalen) en Turnhout (8 zalen) kunnen daarenboven Amerikaanse B-films opnemen in hun programmatie. Daarnaast biedt Utopolis dezelfde alternatieve content aan als Kinopolis (theater, opera & ballet,..). Evenwel komt deze content enkel op het scherm in de complexen te Mechelen en Turnhout.

Volgens de auditeur ligt het gevaar voor filmaanbodverschraling in de vaststelling dat Kinopolis haar zalenpark niet maximaal exploiteert voor het opdrijven van het aantal onderscheiden filmtitels. Algemeen geldt dat de breedte van het filmaanbod bepaald wordt door het aantal beschikbare zalen.

Deze vaststelling is duidelijk in de bioscoop vestigingen waar Kinopolis over revolutionaire beeldtechnische en geluidstechnische installaties beschikt. In deze bioscopen worden op één filmavond meerdere zalen gereserveerd voor de vertoning van eenzelfde filmtitel onder verschillende projectievormen. Dit was recentelijk zo voor de Star Wars film. Daarenboven wordt in Kinopolis Brussel wegens de tweetaligheid meer dan één zaal voorbehouden voor anderstalige films (vertoning in originele versie met Nederlandse en Franse ondertiteling of vertoning in Franstalige versie).

Alle Utopolis-bioscopen beschikken vandaag (uitsluitend) over 3D – technologie. Evenwel is het aan de bioscoopgroep te beslissen of een film al dan niet in 3D wordt aangeboden naast de digitale projectie ervan. Zo werd de kinderfilm The Good Dinosaur in week 20/01/2016 t.e.m. 26/01/2016 door Kinopolis in digitale en 3D versie vertoond terwijl Utopolis enkel de digitale versie in de programmatie opnam. Daarnaast moeten de Utopolis-bioscopen gelet op hun ligging in Vlaanderen geen zaal voorbehouden voor de vertoning in een Franstalige versie van anderstalige films. Utopolis benadrukt dat ze altijd toegang had tot alle films doch dat de infrastructuurgrootte van de vestigingen op zich een bepaalde limiet betekent tot diversificatie.

Op basis hiervan kan worden gesteld dat de Utopolis Turnhout en Utopolis Mechelen in hun zalen gemiddeld meer onderscheiden filmtitels programmeren dan in Kinopolis in haar eigen multiplexen. De filmtitels die enkel Utopolis programmeert behoren tot het andere type dan blockbusters (meer B-films of meer lokaal afgestemde content films).

Conclusie: De auditeur stelt vast dat Kinopolis-bioscopen zowel op het gebied van infrastructuur (aantal filmzalen) als op het gebied van beeld & geluidinstallaties duidelijk verschillen van Utopolis-bioscopen. De zware investeringskosten in hightech brengt met zich mee dat Kinopolis zich hoofdzakelijk moet toeleggen op kaskrakers die onder verschillende projectievormen worden geprogrammeerd. Hierdoor verkleint de zaalbeschikbaarheid voor alternatieve content. De auditeur besluit dat Kinopolis haar groot zalenpark niet exploiteert in het voordeel van de filmdiversiteit.

Filmaanbod profilering

De auditeur merkt op dat Kinopolis op het eerste zicht een gevarieerde en uitgebreide programmatie heeft door naast filmvertoningen ook concerten, theaterstukken, opera's en sportwedstrijden uit te zenden. Film blijft evenwel de core business. Kinopolis programmeert daarbij niet vanuit inhoudelijk-culturele overwegingen maar handelt en redeneert vanuit zijn winstzoekende opdracht als commercieel bedrijf. De focus ligt dan ook op studioblockbusters, sequels en lokale producties aangevuld met de publieksvriendelijke toplaag van de arthouse-titels waarvoor het zijn publiek in de eerste plaats haalt uit het bredere Kinopolis-publiek.

Naast de typerende filmprogrammatie van Kinopolis is er ook de vaststelling dat Kinopolis vandaag reeds bepaalde zalen en/of vleugels van bioscoopvestigingen sluit waardoor een potentiële zaalbeschikbaarheid voor alternatieve content wordt uitgesloten.

Wegvallen bookers team

Daarenboven zal het team van bookers dat nu voor Kinopolis opereert post-transactie ook de boekingen voor de vier Utopolis-complexen verzorgen. Hierdoor is er voor film distributeurs post-transactie een mogelijkheid minder om – indien de film niet wordt geselecteerd door het booking-team van Kinopolis – deze in een ander netwerk van multiplexen aan te bieden.

VIII.3.2 Sluiting bepaalde vestigingen

VIII.3.2.a Positie aanmeldende partij

463. [VERTROUWELIJK].

464. [VERTROUWELIJK]. *Weliswaar heeft Kinopolis bij de realisatie van nieuwbouwprojecten zich tot op heden steeds toegespitst op de realisatie van multiplexen, maar zij baat ook nog een aantal andere bioscopen uit die geen multiplexen zijn zoals Palace in Luik, Forum Centre in Nîmes, Kinopolis Cineast in het centrum van Enschede, Kinopolis Cinerama in Rotterdam etc...*

465. *Kinopolis merkt in haar Schriftelijke Opmerkingen op dat de auditeur de sluiting van de vestigingen vreest doordat dat de Utopolis-complexen in Lommel en Aarschot niet in het profiel van Kinopolis' portefeuille zouden passen. Het Auditoraat blijkt hierbij geen rekening te houden met de door Kinopolis aangehaalde voorbeelden in antwoord op het verzoek op inlichtingen en*

het feit dat Kinopolis reeds gedurende vele jaren het stadcomplex Palace, dat vijf zalen telt, uitbaat.

466. *Een sluiting van Lommel en Aarschot is dan ook enkel financieel voordeliger als een voldoende groot aantal Utopolis-bezoekers de overstap maken naar een Kinopolis-bioscoop zodat Kinopolis het verlies zou compenseren dat zij bij sluiting lijdt (met name het aankoopbedrag en de gedeerde kasstromen die beide complexen bij voortgezette exploitatie zouden realiseren). Dat is een aanzienlijk bedrag en zou vereisen dat een zeer groot deel van de huidige Utopolis-bezoekers naar Kinopolis zouden overstappen. Zulk scenario is onwaarschijnlijk. Het verzorgingsgebied van Utopolis-Lommel overlapt immers niet met het verzorgingsgebied van een Kinopolis-bioscoop. Wat Utopolis-Aarschot betreft heeft Kinopolis in haar verzoekschrift reeds aangetoond dat bij sluiting van Aarschot een verwaarloosbaar klein deel van de Utopolis-bezoekers naar Kinopolis-Leuven zullen overstappen.*
467. *Overigens zou een sluiting van Aarschot en Lommel waarschijnlijk door de concurrenten worden toegejuicht. Het verzorgingsgebied van deze bioscopen komt in dat geval immers braak te liggen en biedt op die manier bijkomende investeringskansen voor andere exploitanten. Van een significante belemmering van de mededinging kan dan ook geen sprake zijn.*
468. *Tot slot ziet Kinopolis niet in hoe “de verkoop van een of meerdere vestigingen aan een andere (kleine) bioscoopexploitant of nieuwe toetreder (bijvoorbeeld een filmdistributeur)” tot een significante belemmering van de mededinging aanleiding kan geven.*
469. *Kinopolis kan dan ook met klem stellen dat zij niet de intentie heeft om één of meerdere Belgische Utopolis-vestigingen te sluiten. Wel integendeel.*

VIII.3.2.b Marktbevraging

470. **Concurrenten** (UGC) merken op dat Kinopolis businessmodel gebaseerd is op een uitbating van multiplexen.
471. **UGC** vreest dan ook dat het zeer waarschijnlijk is (of een ernstig risico bestaat) dat Kinopolis de kleinere cinema's, zijnde Lommel en Aarschot, zal sluiten. Zij verwijst naar de overname van de cinema's Wolff in Nederland door Kinopolis in 2014 (voetnoot 35). Kinopolis heeft in 2015 besloten de kleinste van de overgenomen zalen met ongeveer 500 zetels te sluiten (in 2015). Derhalve zal het aanbod verminderen door de sluiting van kleine bioscopen.¹⁵⁰

VIII.3.2.c Positie auditeur

472. De Auditeur stelt vast dat de Utopolis complexen te Lommel en Aarschot op enkele punten verschillen van de twee andere Utopolis-complexen waardoor hun integratie binnen het Kinopolis' concept minder vanzelfsprekend lijkt:

- Aantal zalen & zetels: elk van beide Utopolis-complexen beschikt over 5 zalen en ongeveer evenveel zetels (Utopolis Lommel: 706 en Utopolis Aarschot: 736). Slechts 1 van de 11 complexen binnen het Kinopolis netwerk heeft 7 zalen. De overige 10 Kinopolis-complexen hebben 8 zalen en meer. Opgemerkt wordt dat Kinopolis Leuven

150

Antwoord van UGC van 26 oktober op vraag 27 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015

1.870 zetels heeft en door haar capaciteit in termen van zetels meer zetels heeft dan enkele multiscopen van Kinopolis en concurrenten. In dit opzicht wijken Utopolis Lommel en Aarschot af van de Belgische Kinopolis-vestigingen.

- Aanbod van alternatieve content: Utopolis biedt in haar complexen te Lommel en Aarschot actueel geen alternatieve content aan. Gelet op de geografische afgezonderde ligging van deze twee complexen is het onwaarschijnlijk dat Kinopolis deze kleinere bioscopen zal voorbehouden voor alternatieve content als een aanvulling op de filmprogrammatie.
- Individuele verkoopprijzen: [VERTROUWELIJK].

473. Gelet op bovenstaande, bestaat de vrees dat zich één van de volgende scenario's zal voordoen:

- sluiting van enkele of alle Utopolis-complexen, zelfs indien hier een boete aan verbonden is;
- verkoop van een of meerdere vestigingen aan een andere (kleine) bioscoopexploitant of nieuwe toetreders (bijvoorbeeld een filmdistributeur);

474. [VERTROUWELIJK].

475. Bovendien stelt de auditeur vast dat Kinopolis met klem stelt dat de vrees onterecht is gezien zij ook kleinere bioscopen in haar portfolio heeft. Doch bevestigt in de aangeboden verbintenissen dat de complexen te Aarschot en Lommel minder gemakkelijk om te vormen zijn tot Kinopolis-complexen:

“Zoals reeds eerder aangetoond, lenen de bioscopen te Aarschot en Lommel zich, gelet hun infrastructuur, minder tot de uitrol van het Kinopolis concept in verhouding tot de bioscopen te Mechelen en Turnhout waar de klantenbeleving verder zal geoptimaliseerd worden naar Kinopolis' normen.”

VIII.3.3 Bemoediging van de groei van concurrenten: Juik investeringen

476. De EC Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies stellen in randnummer 36 het volgende:

“Sommige voorgenomen fusies zouden, indien zij werden toegestaan, de daadwerkelijke mededinging op significante wijze belemmeren doordat zij de fusieonderneming de mogelijkheid en de prikkel zouden geven om de groei van kleinere ondernemingen of potentiële concurrenten te bemoeilijken of om de concurrentiemogelijkheden van rivaliserende ondernemingen anderszins te beperken.

In een dergelijk geval kan het zijn dat concurrenten individueel of gezamenlijk niet in staat zijn de fuserende ondernemingen in voldoende mate aan banden te leggen om te verhinderen dat zij haar prijzen verhoogt of andere concurrentiebeperkende maatregelen neemt. De fusieonderneming kan bijvoorbeeld een zo sterke controle of invloed hebben op de leveringen van grondstoffen of op de distributiemogelijkheden dat het voor concurrerende ondernemingen duurder wordt te groeien of de markt te betreden.”

477. Teneinde meer inzicht te verkrijgen in de mate waarin de transactie de groei van kleinere ondernemingen of potentiële concurrenten zal bemoeilijken werden aanvullende verzoeken om

inlichtingen overgemaakt, zowel aan de aanmeldende partij alsook de voornaamste concurrenten en distributeurs.

478. Tijdens de eerste onderzoeksfase werden bioscoopexploitanten en filmdistributeurs gevraagd in algemene bewoordingen het **proces** te beschrijven dat gepaard gaat bij de bouw van een cinemavestiging. Er werd eveneens gevraagd om meer inzicht te verschaffen wat betreft de **tijdspanne** tussen de lancering van het bouwproject en de finale oplevering/commercialisering van het bioscoopcomplex (**Deel I**).
479. Voor een uiteenzetting van de standpunten van de aanmeldende partij¹⁵¹ en de resultaten van de marktbevraging wordt verwezen naar de relevante delen in het gemotiveerd ontwerp van beslissing. Enkel de conclusie van de auditeur uit het Ontwerp werd behouden en is integraal hernomen in Deel I. onder punt C.
480. Daarnaast werd gevraagd of er nog **uitbreidingsmogelijkheden (Deel II)** zijn op de Belgische bioscoopmarkt, zowel wat betreft het uitbreiden van bestaande complexen als de constructie van nieuwe complexen. Bij positief antwoord werd gevraagd de gebieden te lokaliseren.
481. Tenslotte werd hen gevraagd naar de laatst **gerealiseerde uitbreidingsprojecten en eventuele lopende uitbreidingsprojecten (Deel III)**. Met betrekking tot dit deel heeft Kinopolis nieuwe punten opgeworpen waarvan de belangrijkste hierna worden hernomen. Voor de overige punten wordt verwezen naar de antwoorden op de verzoeken om inlichtingen.

VIII.3.3.a Algemeen proces bij de bouw van een cinemavestiging

482. Uit onderzoek betreffende het algemeen bouwproces van een cinemavestiging blijkt dat er in de eerste plaats administratieve toetredingsbelemmeringen bestaan. Deze gelden voor elke marktspeler. Bestaande bioscoopexploitanten op zoek naar nieuwe groeiwegen geven dan ook de voorkeur aan de overname van bestaande cinemavestigingen in België.
483. Kinopolis heeft een geoptimaliseerd en herkenbaar bouwconcept uitgewerkt, en voor multiplexen van onderscheiden grootte ontwerpen van bouwdoSSIERS klaarliggen. Efficiënte voorbereidend werk van de benodigde vergunningen betekent tijdswinst, kostbeheersing en beperking van het investeringsrisico. Een sterk geoptimaliseerd bouwconcept kan uiteraard an sich niet als negatief worden beschouwd, integendeel. Echter, dit geoptimaliseerd proces heeft Kinopolis grotendeels te danken aan haar comfortabele positie die ze bij de oprichting in 1997 verwierf, en die ze in de afgelopen jaren door verschillende projecten in binnen- en buitenland verder heeft kunnen verfijnen. De andere grote spelers die in België actief zijn, kunnen niet steunen op dergelijke vlotte oprichting van een nieuw complex.
484. Minstens wat Euroscop en Utopolis betreft, kan geoordeeld worden dat zij qua financiële slagkracht ver uit de buurt liggen van Kinopolis en bijgevolg niet over de middelen beschikken om op dezelfde manier een andere concurrent uit te kopen zoals Kinopolis dit kan doen. Waar zij mogelijks wel de mogelijkheid hebben om op kleine schaal te consolideren, zijn ze echter niet in staat een aantrekkelijk bod uit te brengen om een volledige (internationale) groep over te nemen.

151

Antwoord van 28 oktober 2015 van Kinopolis op vraag 7 b) op het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015

VIII.3.3.b Verdere investeringsmogelijkheden

j) Positie aanmeldende partij¹⁵²

485. *In haar verzoekschrift stelt Kinopolis dat de aangemelde Transactie geen enkele impact heeft op de investeringsplannen of investeringsrisico's van andere bioscoopexploitanten.*
486. *Op dit ogenblik trotseren andere bioscoopexploitanten reeds de concurrentie van Utopolis en Kinopolis in de lokale verzorgingsgebieden waar Utopolis en Kinopolis actief zijn.*
487. *De Transactie brengt daar geen verandering in. Zij heeft niet tot gevolg dat het aanbod in deze gebieden vergroot. Het aantal bioscoopcomplexen, het aantal schermen of het aantal zetels blijft immers identiek. Het aantal complexen dat Kinopolis na de Transactie zal exploiteren, is gelijk aan de optelsom van het aantal complexen (zalen en zetels) die Kinopolis en Utopolis nu elk afzonderlijk uitbaten.*
488. *Dat betekent dat voor andere bioscoopexploitanten de investeringsrisico's en -kansen verbonden aan de bouw van een nieuwe bioscoop of de uitbreiding van een bestaande bioscoop alvast op dit punt dezelfde blijven.*
489. *Bij wijze van voorbeeld, Belga Films dient bij haar plannen tot realisatie van een bioscoop met 8 zalen en ongeveer 1200 zetels in Uplace Machelen nu reeds rekening te houden met de aanwezigheid van de Mechelse Utopolis-vestiging. De voorgenomen Transactie verandert deze situatie niet aangezien zij het aantal in de omgeving van Machelen gelegen bioscopen niet opdrijft. Het enkele feit dat Kinopolis de uitbater van de Mechelse vestiging wordt, zal de omvang van de concurrentie niet wijzigen die Belga bij het opstellen van een business plan en het evalueren van het investeringsrisico in kaart moet brengen.*
490. *Naast het feit dat de Transactie geen wijziging brengt in de investeringsmogelijkheden voor andere exploitanten in de lokale verzorgingsgebieden waar Utopolis of Kinopolis reeds actief zijn, verandert zij niets aan de opportuniteiten in andere regio's.*
491. *Kinopolis heeft in een interne oefening in België gebieden in kaart gebracht die vanuit haar strategisch perspectief nog aantrekkelijke investeringskansen bieden voor de bouw van een nieuw of de uitbreiding van een bestaand bioscoopcomplex.*
492. *Zij bracht hiertoe het "residueel potentieel" in kaart voor zones die reeds worden bediend door een bestaand complex en onderzocht aldus of de zone nog een bijkomend multiplex complex kan dragen rekening houdend met de rendabiliteit die Kinopolis nastreeft.*
493. *Daarnaast identificeerde Kinopolis zones die nog niet door een complex worden bediend.*
494. *[VERTROUWELIJK]*
495. *Kinopolis is van mening dat deze regio's zonder enige twijfel ook investeringskansen bieden voor andere bioscoopexploitanten.*
496. *Bovendien is de lijst van potentiële investeringslocaties voor andere bioscoopexploitanten nog uitgebreider omdat Kinopolis zichzelf vrij hoge rendabiliteitseisen stelt, en andere bioscoopuitbaters, die eventueel kleinere complexen bouwen en/of mogelijk lagere*

¹⁵²

Verzoekschrift van p. 6 tot p. 10

rendementseisen nastreven investeringskansen kunnen zien in gebieden die niet door Kinopolis in ogenschouw worden genomen of waar reeds een Kinopolis-bioscoop aanwezig is. In dit kader kan worden verwezen naar de projecten van Belga Films in Luik (Mediacité- 6 zalen) en Brussel (Docks- 7 zalen), van UGC in Woluwe, van Euroscop in Anderlecht (11 zalen) en van Movie Mils in Malmedy (5 zalen).

497. Het enkele feit dat Kinopolis na de Transactie vier extra bioscopen zal exploiteren, fruikt de voormelde expansiemogelijkheden van andere bioscoopuitbaters niet. Zij behouden immers alle kansen om nieuwe activiteiten op de Belgische markt te ontplooiën in de mate dat zij zulke expansiestrategie wensen te volgen. De landelijke positie van Kinopolis na de Transactie creëert op zich geen enkele belemmering voor andere bioscoopexploitanten om zelf een groeistrategie uit te stippelen en succesrijk te implementeren.

498. Het is nuttig hierbij aan te stippen dat de schermdensiteit per inwoner in België veel lager is dan in de ons omringende landen, zoals blijkt uit onderstaande tabel. Deze verhoudingsgewijs lage schermdensiteit, gecombineerd met een relatief lage bezoekfrequentie, toont aan dat het niet geloofwaardig is te veronderstellen dat België een verzadigingspunt zou hebben bereikt in het aantal bioscopen of aantal schermen, en geen investeringskansen voor andere bioscoopuitbaters meer zou bieden. Bovendien blijkt uit ervaringen in andere landen zeer duidelijk dat de ontwikkeling van nieuwe complexen, een nieuw bezoekerspotentieel aanboort en de bezoekfrequentie van bestaande bioscoopbezoekers verhoogt.

Land	Aantal schermen per miljoen inwoners (2014)	Bezoekfrequentie (tickets per capita) (2014)
België	46	+/- 2 (inschatting Kinopolis, want beschikt niet over markt cijfers)
Verenigd Koninkrijk	61.2	2,5
Frankrijk	86.7	3,1
Duitsland	56.3	1,5
Nederland	50.5	1,8
Luxemburg	64.5	2,2

Bron: Unic Annual Report 2014-2015

499. De op stapel staande investeringsplannen van Kinopolis in Nederland en meer bepaald in Utrecht (14 zalen 2.959 zetels), Dordrecht (6 zalen 1.192 zetels) en Breda (10 zalen en 1.727 zetels), bieden hiervoor een sprekend voorbeeld evenals het groeipad van de Nederlandse bioscoopgroep JT153 die in 2013 in Kerkrade een bioscoop opende met 8 zalen en 2062 zetels en in 2014 in Eindhoven een nieuw multiplex met 8 zalen en eind 2014 startte met de bouw van een multiplex met 10 zalen in Alkmaar. In Nederland heeft de Pathé-groep een marktaandeel van ongeveer 45%, en is de landelijke marktstructuur in ruime mate gelijklopend aan de Belgische situatie (Bijlage 5 van het verzoekschrift). De positie van de Pathé-groep is op zich echter geen belemmering voor Kinopolis of voor andere partijen om in Nederland nieuwe bioscoopcomplexen te bouwen en met haar innovatief en kwalitatief hoogstaand bioscoopconcept de concurrentie aan te gaan met de Pathé-groep en andere bestaande bioscoopuitbaters.

500. [VERTROUWELIJK]

501. [VERTROUWELIJK].

153 JT werd in augustus 2015 overgenomen door de Engelse groep Vue Cinema.

[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]
[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]
[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]
[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]

502. Tot slot werd het residueel potentieel in kaart gebracht. Van het totaal berekende potentieel (aantal inwoners in de regio x bezoekfrequentie) wordt het aantal reeds gerealiseerde bezoeken bij bestaande bioscopen afgetrokken. Voor sommige verder afgelegen gebieden waar een overlap tussen zones kan bestaan, worden inschattingen gemaakt van het percentage mensen dat eerder naar ene of andere bioscoop zal gaan. [VERTROUWELIJK].

503. Kinopolis' Nederlandse investeringsprojecten tonen aan dat concurrenten, indien zij dat wensen, kunnen investeren in rendabele, nieuwe bioscoopcomplexen in een met België vergelijkbare marktomgeving waarin een marktleider actief is en reeds een relatief fijnmazig net van bioscoopcomplexen bestaat. Er is geen reden te betwijfelen dat gelijkaardige investeringsprojecten in België, ook na de Transactie, kunnen worden gerealiseerd, wel integendeel.

504. Uit bovenstaande gegevens blijkt dat de Transactie geen enkele impact heeft op de expansiemogelijkheden van concurrenten.

505. Kinopolis stelt echter wel vast dat ondanks de beperkingen die haar in de beslissing van 17 november 1997 werden opgelegd, de concurrenten geen of nauwelijks gebruik hebben gemaakt van de investeringsmogelijkheden in België en de Belgische consument aldus verstoken is gebleven van een groter aanbod aan kwaliteitsvolle bioscopen.

ii) Marktbevraging

506. Volgens **Utopolis**¹⁵⁴ is België redelijk verzadigd wat betreft bioscoopcomplexen. De laatste 20 jaar is gebleken dat, ondanks de oprichting van een aantal nieuwe complexen, zowel in Vlaanderen als in Wallonië, het bezoekersaantal niet gestegen is maar stabiel is gebleven.

507. **Euroscop**¹⁵⁵ heeft er altijd voor gekozen zich te vestigen in de – beperkte – regio's waar nog geen Kinopolis-vestiging aanwezig was. Door de gestage uitbreiding van Kinopolis zal dit in de toekomst echter niet langer mogelijk zijn.

508. Euroscop heeft nog één project in de pijplijn, maar ziet daarnaast geen uitbreidingsmogelijkheden meer op de Belgische bioscoopmarkt. De centrumsteden in Vlaanderen zijn ingenomen door Kinopolis. Euroscop heeft zich historisch gezien ontwikkeld in het oosten van het land, aangezien daar nog enige uitbreidingsmogelijkheden aanwezig waren. Kinopolis heeft ondertussen de rest van de (Vlaamse) markt ingenomen.

509. **UGC**¹⁵⁶ stelt dat de uitbreidingsmogelijkheden afhangen van het investeringsbeleid van de exploitanten. UGC investeert in hoofdzaak in grote steden. Zo heeft UGC van 1999 tot 2000,

¹⁵⁴ Antwoord van Utopolis van 2 oktober 2015 op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 22 september 2015

¹⁵⁵ Antwoord van Euroscop van 2 oktober 2015 op vragen 13 en 14 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

getracht om een nieuwe bioscoop in Luik op te richten in het kader van Mediacité. Dit project werd echter verhinderd door Kinopolis. Op dit ogenblik is er nog steeds geen bioscoop op de site van Mediacité te Luik. Sindsdien heeft UGC geen uitbreidingsprojecten meer overwogen.

510. *De geringe omvang van de verschillende lokale markten buiten de grote steden en dit in termen van bezoekerspotentieel, blijkt tot gevolg te hebben dat de concurrenten van kinopolis (exploitanten van multiplexen die een gedifferentieerd publiek aantrekken) enkel via consolidatie hun uitbreidingspolitiek kunnen doorvoeren. Het lijkt mogelijk om een bioscoop te openen voor een bepaald niche-publiek, maar de opening van een complex voor het grote publiek lijkt vrij onwaarschijnlijk, zeker wat betreft winstgevendheid en levensvatbaarheid. Bijgevolg stelt de overname van één van diens voornaamste concurrenten, Kinopolis in staat om haar netwerk uit te breiden op Vlaams grondgebied en hierin een totale dekking te verwerven, zodoende de uitbreidingsmogelijkheden voor de andere exploitanten volledig geëlimineerd worden.*
511. *Tot slot hangt de uitbreiding van reeds bestaande complexen vaak af van de beschikbaarheid van de noodzakelijke ruimte en van de noodzakelijkheid tot het bekomen van een reeks administratieve toelatingen, zoals stedenbouwkundige vergunningen. Het bekomen hiervan neemt heel wat tijd in beslag*
512. *I-Magix¹⁵⁷ heeft de reeds bestaande bioscopen van Kortrijk en Bergen overgenomen in 2015. In het licht van de belangrijkste toetredingsbarrières, was dit de enige levensvatbare opportuniteit tot toetreding van de Belgische markt. Het feit dat vrijwel geen enkele nieuwkomer, type "Greenfield" toegetreden is tot de markt via de oprichting van nieuwe complexen sinds de oprichting van Kinopolis bevestigt op voldoende wijze de toetredingsbarrières op de markt.*
513. *De markt voor de vertoning van films, alsook de markt van de verkoop advertentieruimte op de schermen van de bioscopen, wordt gekarakteriseerd door hoge toetredingsbarrières en door barrières voor uitbreiding. Vanwege de aanzienlijke toetredingsbarrières is de oprichting van nieuwe complexen bijzonder moeilijk. Hiervoor kunnen we verwijzen naar:*
- *Investerings die noodzakelijk zijn voor de bouw van grote bioscoopgebouwen, parkings, etc...*
 - *Het feit dat gemeenten meestal de oprichting weigeren van meer dan één complex op hun grondgebied. Dit is het geval in de gemeenten Aarschot, Mechelen, Lommel en Turnhout. Deze gemeenten aanvaarden geen andere complexen dan de Utopolis-vestigingen die reeds aanwezig zijn op hun grondgebied. →werd al eens gezegd hierboven.*
 - *Het verkrijgen van de nodige vergunningen voor de bouw van zo een projecten zijn lang en duur.*
514. *Niettegenstaande het voorafgaande, kan niet worden uitgesloten dat Kinopolis wel uitbreidingsplannen heeft voor de komen jaren, zeker nu zij voor de uitbreiding van bestaande complexen geen goedkeuring van de BMA meer nodig heeft. Het gaat om een element dat door de BMA moet worden onderzocht.*
515. *Tot slot vestigt I-Magix de aandacht van de BMA op het feit dat de verbintenissen ook tot doel hebben om te voorkomen dat Kinopolis zich ontwikkeld in de zones genaamd "blinde vlekken". Zo heeft de Raad voor de Mededinging in haar besluit van 1 oktober 2008 gesteld dat:*

¹⁵⁶ Antwoord van UGC van 24 september 2015 op vraag 13 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

¹⁵⁷ Antwoord van I-Magix van 27 oktober 2015 op vraag 4.1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015; antwoord van I-Magix van 8 oktober 2015 op vraag 13 van het verzoek om inlichtingen van 24 september 2015

« De doelstellingen van de Beslissing indachtig, zou het voor de zogenaamde blinde vlekken, met name de regio's waar nog ruimte is voor uitbreiding of waar Kinopolis nog geen belangrijke speler is, van extra belang zijn dat de concurrenten daar op korte termijn kansen benutten om marktaandeel te verwerven.

Om die reden is behoud van de vierde voorwaarde voor wat betreft de oprichting en overname van nieuwe complexen door Kinopolis een mogelijkheid voor de Raad om een beperkt toezicht uit te oefenen ».

516. *Op basis hiervan, tevens bevestigd door het Hof van Beroep, heeft het auditoraat en de Raad geoordeeld dat de overname van ImagiMons in 2008 niet kon worden toegelaten aangezien deze als marktleider beschouwt werd in de lokale markt. Mutatis mutandis moet dezelfde redenering gevolgd worden bij overname van Utopolis indien beschouwd moet worden dat en Utopolis complex zich op een afzonderlijke geografische markt bevindt dan Kinopolis.*

517. *Tenslotte vestigt I-Magix de aandacht van de BMA op het feit dat de verbintenissen er ook op gericht zijn om Kinopolis te beletten zich te ontwikkelen in de blinde vlekken. Het is inderdaad zo dat de Raad voor de Mededinging in haar beslissing van 1 oktober 2008 heeft benadrukt dat :*

« De doelstellingen van de Beslissing indachtig, zou het voor de zogenaamde blinde vlekken, met name de regio's waar nog ruimte is voor uitbreiding of waar Kinopolis nog geen belangrijke speler is, van extra belang zijn dat de concurrenten daar op korte termijn kansen benutten om marktaandeel te verwerven.

Om die reden is behoud van de vierde voorwaarde voor wat betreft de oprichting en overname van nieuwe complexen door Kinopolis een mogelijkheid voor de Raad om een beperkt toezicht uit te oefenen ».

518. *Op deze grond, overigens bevestigd door het Hof van Beroep, hebben het Auditoraat en de Raad beschouwd dat een overname door Kinopolis in ImagiMons in 2008 niet kon aanvaard worden aangezien deze als marktleider werd beschouwd op haar lokale markt. Dezelfde redenering gaat mutatis mutandis op voor de aankoop van Utopolis indien zou worden overwogen dat een Utopolis bioscoop zich op een onderscheiden geografische markt dan deze van Kinopolis bevindt.*

519. **Cinemaforever**¹⁵⁸ te Moeskroen (Henegouwen): *Concurrenten zijn Kinopolis Kortrijk (15 minuten rijdtijd) en Imagix Doornik (30 min rijdtijd) en Franse cinema's (Kinopolis Lomme en Duplexe Roubaix). Volgens deze uitbater is het nog mogelijk haar eigen cinema uit te breiden met 1 a 2 zalen. Evenwel is er geen ruimte meer voor nieuwe complexen gelet op "une zone très chargée".*

520. **Variétés**¹⁵⁹ te Lier stelt dat waar de bioscoop gelegen is, er geen plaats meer is tot uitbreiding.

521. Volgens **Lumière**¹⁶⁰ is er in België zeker ruimte voor uitbreiding, eerder voor wat betreft de opening van nieuwe complexen dan de uitbreiding van de bestaande vestigingen, aangezien in dat laatste geval gewoon meer van hetzelfde zou worden aangeboden. Nieuwe vestigingen kunnen een andere programmatie-invulling betekenen, alsmede een gevarieerder aanbod, wat ten goede komt van alle betrokken partijen: de consument, de filmdistributeur en de bioscoop zelf. Bijvoorbeeld:

¹⁵⁸ Antwoord van 23 oktober 2015 van Cinemaforever op vraag 18 van verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015

¹⁵⁹ Antwoord van 31 oktober 2015 van Variétés op vraag 19 van het verzoek om inlichtingen van 22 oktober 2015

¹⁶⁰ Antwoord van 27 oktober 2015 van Lumière op vraag 18 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

- *In een grote stad als Antwerpen zijn er nu slechts 3 schermen voor de meer cultureel getinte kwaliteitsfilms (Cartoon's);*
- *In Leuven, de studentenstad bij uitstek, is er voor wat dat soort films betreft, slechts één scherm beschikbaar (Cinema Zed);*
- *In andere grote steden zoals Mechelen of Hasselt is er geen enkele stadsbioscoop aanwezig als aanvulling op het reguliere commerciële aanbod;*
- *In steden waar wel verschillende bioscopen aanwezig zijn (vb. Gent en Brussel), blijft er een nijpend tekort aan een tweede grote commerciële speler naast Kinopolis, wat zou leiden tot een gunstigere prijszetting en een meer uiteenlopend aanbod.*

522. Volgens **Cinéart**¹⁶¹: *Er bestaan inderdaad zones met een schaarste aan art & essai bioscopenen kwalitatieve cinema's. Antwerpen is een uitzonderlijk geval van schaarste aan cinema's van dit genre aangezien enkel Cartoons er is gevestigd met 3 kleine zalen (waarvan de grootste slechts 100 zetels heeft). Ter vergelijking, Amsterdam kent 15 onafhankelijke bioscopen. Gent telt er 2 met elk meer dan 4 zalen. Leuven is eveneens zeer arm en algemeen telt Limburg niet meer dan 1 zaal art & essai.*

523. Volgens **Indépendant Film Distribution**¹⁶² zijn een aantal bioscoopcomplexen aan vernieuwing toe, ook qua concept. In steden zoals Brussel en Brugge hebben de bestaande bioscopen onvoldoende capaciteit in vergelijking met het aantal inwoners.

524. Volgens **Walt Disney Company**¹⁶³ zijn er nog weinig uitbreidingsmogelijkheden. Zij pleiten eerder voor renovaties/opfrissingen van bestaande complexen. De regio BeLux is vrij verzadigd.

VIII.3.3.c Potentiële investeringslocaties

i) Aanmeldende partij¹⁶⁴

525. Kinopolis werd gevraagd om alle informatie over te maken m.b.t. de analyse op basis waarvan potentiële investeringslocaties binnen België voor Kinopolis werden geïdentificeerd (zie randnummer 38 van haar verzoekschrift). [VERTROUWELIJK].

526. [VERTROUWELIJK].

527. [VERTROUWELIJK].

528. [VERTROUWELIJK]

529. [VERTROUWELIJK]

530. [VERTROUWELIJK].

531. [VERTROUWELIJK].

532. [VERTROUWELIJK].

¹⁶¹ Antwoord van 24 september 2015 van Cinéart op vraag 8 van het verzoek om inlichtingen van 18 september 2015

¹⁶² Antwoord van Independent Film Distribution van 20 september 2015 op vraag 7 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 11 september 2015

¹⁶³ Antwoord van Walt Disney Company Kinopolis van 28 oktober 2015 op vraag 7 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 11 september 2015

¹⁶⁴ Antwoord van Kinopolis van 31 oktober 2015 op vraag 5 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015

533. [VERTROUWELIJK].¹⁶⁵

ii) Marktbevraging

534. *I-Magix heeft geen bouwplannen in de nabije toekomst voor nieuwe complexen.*

535. *Het antwoord van de andere ondervraagde marktspelers werd vertrouwelijk aangeduid.*

iii) Positie auditeur op Delen II en III

536. *Er kan vastgesteld worden dat projecten van de concurrenten die op dit ogenblik in de pijplijn zitten, al enkele jaren geleden zijn opgestart, en nog niet onmiddellijk afgerond zullen zijn. Zelfs al zouden er nog plaatsen zijn waar een nieuw complex gebouwd kan worden, zal exploitatie heel wat later kunnen aanvagen dan in geval van een overname. Daarnaast kan ook verwezen worden naar de risico's die gepaard gaan met de bouw van een nieuw complex, waaronder het verkrijgen van de nodige vergunningen, financiering, enzovoort.*

537. *Door de Transactie zal Kinopolis haar landelijke dekking binnen Vlaanderen verbreden waardoor ontwikkelingsprojecten van concurrenten worden bemoeilijkt, op noemenswaardige manier.*

538. *De auditeur haalt de volgende redenen aan:*

- *Nagenoeg alle bevroagde bioscoopexploitanten én filmdistributeurs merken op dat gezien de omvang, ligging en spreiding van het netwerk van Kinopolis de markt voor de bouw van nieuwe multiplexen nagenoeg verzadigd is in Vlaanderen. Dit geldt in het bijzonder voor de grootsteden maar ook voor middelgrote steden zoals Turnhout en Mechelen die het voorwerp worden van de Transactie.*
- *Indien er in grootsteden waar Kinopolis aanwezig is of zal zijn, nog capaciteit is in vergelijking met het inwonersaantal, dan blijkt uit het onderzoek dat tot op heden enkel cinemazalen met een meer art& essai aanbod hier hebben op ingespeeld. Hierbij kan verwezen worden naar het businessmodel van Lumière. Zowel de vestiging in Brugge als die in Antwerpen bevinden zich binnen het verzorgingsgebied van respectievelijk Kinopolis Brugge en Kinopolis en UGC Antwerpen. Echter, Lumière mikt met haar aanbod op de meer cinefiele bezoeker. Voorts maken de bioscopen deel uit van de Lumière Groep NV die naast filmvertoning ook actief is op het vlak van filmdistributie (Lumière Publishing NV), filmproductie (Lunanime BVBA) en de distributie van films en series op DVD en Blu-Ray (Lumière Home Entertainment BVBA). Bijgevolg worden de investeringsrisico's en vaste kosten van Lumière over meerdere activiteiten gespreid. De Auditeur betwijfelt dat eenzelfde uitbreidingsstrategie als deze van Lumière realistisch is voor de concurrenten van Kinopolis die multiplexen exploiteren en daarin voornamelijk mainstream content vertonen. Het ligt immers niet voor de hand om hun huidige business-model in toekomstige nieuwe bestemmingen, nabij een Kinopolis-vestiging, anders in te vullen om op die manier de concurrentie met Kinopolis aan te gaan.*
- *Onder andere de investeringskosten nodig voor de bouw van kleinere complexen weegt relatief zwaarder door dan de investeringskosten voor multiplexen (vb. de noodzaak om in het centrum van een stad met verdiepingen te bouwen). Ook het genereren van schaalvoordelen is beperkter. De kleine taille van de bioscopen heeft*

¹⁶⁵ Antwoord van 28 oktober 2015 van Kinopolis op vraag 6 van het aanvullend verzoek van 20 oktober 2015.

eveneens een impact op de attractiviteit gelet op het beperkt filmaanbod. Dit heeft gevolgen op het potentieel bezoekersaantal. Het potentieel bezoekersaantal, die een belangrijk element is voor de rentabiliteit van de vestigingen. Tenslotte, zijn er ook gevallen geweest waarbij Kinopolis de groei van concurrenten in België heeft belemmerd of verhinderd (o.a. de bouw van een multiplex te Brugge door Euroscop, de bouw van een multiplex Médiacité (te Luik) door UGC.

In conclusie, om te kunnen groeien moeten concurrenten meer risicovolle investeringen doen. Het is inderdaad zo dat zowel UGC als Pathé die laatst op de Belgische markt is toegetreden, over belangrijke investeringscapaciteiten beschikken. Evenwel verkiest UGC aanwezig te zijn in de grootsteden (zoals Kinopolis). Wat Pathé betreft, is het nog te vroeg om uitspraken te doen over hun gekozen strategie. Overigens is de aanwezigheid van Pathé in België nog zeer beperkt.

- *Wat de potentiële investeringslocaties betreft zoals geïdentificeerd door Kinopolis, stelt de auditeur vast dat het gaat om slechts [...] voor heel België en vraagt zich af in welke mate deze projecten post-transactie nog even realiseerbaar zijn, voor de overgebleven marktspelers. Immers, [VERTROUWELIJK].*
- *Daarnaast is het duidelijk dat de overige spelers niet over dezelfde financiële slagkracht beschikken en dezelfde risico's kunnen dragen als marktleider Kinopolis. Kinopolis heeft een sterk gediversifieerd inkomstenportfolio, zowel in binnen- als buitenland. Daarnaast is door de decennialange verspreide aanwezigheid van Kinopolis binnen elke Belgische grootstad het Kinopolis' concept een herkenbaar en vertrouwd product bij de modale bioscoopbezoeker. Derhalve kan Kinopolis zeker zijn van een kritische massa aan bezoekers wanneer zij actief wordt in nieuwe gebieden.*
- *Tenslotte wordt door deze transactie een belangrijke consolidatiemogelijkheid afgenomen voor de overige concurrenten in België alsook voor potentiële nieuwkomers.*

VIII.3.4 Schaalvoordelen: kloof tussen Kinopolis en concurrenten vergroot

VIII.3.4.a Positie aanmeldende partij

i) Eerste fase

539. *Aanmeldende partij meent dat de Transactie Kinopolis geen bijkomende schaalvoordelen biedt die een bedreiging kunnen vormen voor de concurrentiepositie van andere bioscoopexploitanten. De Transactie zal de positie van Kinopolis immers niet wezenlijk veranderen en heeft daarom slechts een verwaarloosbare impact op de schaalvoordelen die Kinopolis op dit ogenblik reeds realiseert.*

540. *Overigens bieden de schaalvoordelen waarover Kinopolis beschikt, geen belemmering voor andere bioscoopexploitanten om een bioscoop rendabel uit te baten of een nieuwe bioscoop te bouwen. Het is immers volgens Kinopolis niet noodzakelijk over een uitgebreid landelijk netwerk van vestigingen te beschikken om een rendabele bioscoopexploitatie op te zetten. Het is zonder meer mogelijk om in een verzorgingsgebied naar keuze slechts één of een beperkt aantal bioscoopcomplexen te exploiteren en hierbij een voldoende aantrekkelijke winstmarge te realiseren zoals bijvoorbeeld blijkt uit de activiteiten van Euroscop of andere op de Belgische markt actieve uitbaters.*

541. *Het zijn volgens Kinopolis immers niet de schaalvoordelen op landelijk vlak die de rendabiliteit van een bioscoop beïnvloeden maar wel de inplanting van de bioscoop, de afstemming van de taille van de bioscoop op het aanwezige bezoekerspotentieel, de juiste inschatting van de personeelsinzet versus de verwachte bezoekers. De winstgevendheid van een complex wordt voornamelijk door lokale factoren beïnvloed en niet door schaalvoordelen op landelijk vlak.*

542. *Volgens aanmeldende partij zal het effect van de voorgenomen Transactie geen merkbare invloed hebben op distributievoorwaarden, de aankoop van andere voor de exploitatie van bioscopen noodzakelijke goederen, de samenwerkingsmogelijkheden met andere bedrijven en de verkoop van reclameruimte.*

543. *Hierbij wordt verwezen naar de verschillende secties die worden besproken van pagina 10 tot en met 17 in het verzoekschrift:*

- a) De Transactie heeft geen effect op de distributievoorwaarden die filmverdelers aan Kinopolis verstrekken*
- b) De Transactie heeft geen merkbaar effect op de onderhandelingspositie van Kinopolis bij de leveranciers van andere goederen*
- c) De Transactie heeft geen merkbare invloed op de promotionele acties die Kinopolis kan ontplooiën al dan niet in samenwerking met andere bedrijven*
- d) De Transactie heeft geen gevolgen voor de reclamewerving van andere bioscopen*

ii) Tweede fase

- *Op de vraag¹⁶⁶ "Gelieve aan te geven wat volgens u de belangrijkste transactie-specifieke schaalvoordelen zijn voor Kinopolis Group. Gelieve omstandig toe te lichten", antwoordt Kinopolis als volgt.*

544. [VERTROUWELIJK].

545. [VERTROUWELIJK]:

- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK].

546. *Zoals reeds eerder meegedeeld, is echter, naar de distributeurs, zijnde de voornaamste leveranciers, vooral de capaciteit van het individuele complex belangrijk en niet zozeer de capaciteit van de bioscoopgroep in zijn geheel. Naar overige leveranciers, zoals leveranciers van food&beverage producten, leidden schaalvoordelen evidentierwijze tot licht voordeliger inkoop tarieven doch zal de voorgenomen transactie, gelet de beperkte toevoeging van het aantal zalen en zetels, tot een zeer marginale kostefficiëntie leiden.*

547. *Voor het overige zien wij niet onmiddellijk enige schaalvoordelen die zouden resulteren uit de toevoeging van de vier betreffende bioscopen.*

¹⁶⁶ Antwoord van Kinopolis van 14 december 2015 op het verzoek om inlichtingen van 9 december 2015

- Op de vraag “ welke schaalvoordelen de Transactie opbrengt in relatie met de filmdistributeurs (waaronder marketing investeringen, goodies, aantal gratis tickets, avant-premières, etc.), antwoord Kinopolis als volgt¹⁶⁷.

548. Betreffende de **rentalvergoedingen**, zoals eerder reeds aangegeven, is Kinopolis van oordeel dat de overname van de vier Utopolis-bioscopen geen verandering in haar onderhandelingspositie met de filmdistributeurs zal teweegbrengen, die zouden resulteren in een lagere filmhuurkost.
549. Hier wordt duidelijk aangetoond dat het marktaandeel en bijgevolg het aantal bioscopen dat een exploitant in een land heeft, niet determinerend is voor het toepasselijke filmhuurpercentage.
550. Het is dan ook onwaarschijnlijk dat, tengevolge van deze Transactie, Kinopolis significant betere licentievoorwaarden zou kunnen bedingen voor haar bestaande complexen.
551. Naast voormelde vaststellingen, is de realiteit dat Kinopolis de hoogste 'absolute' filmrentals betaalt in de markten waar zij bioscopen opereert, dit gelet op haar ambitie om de beste bioscopen te bouwen en te exploiteren en hier dan ook een hogere ticketprijs voor te vragen.
552. Het gevolg hiervan is dat, gelet op haar hogere ticketprijzen, Kinopolis in 'absolute' termen meer betaalt per bioscoopticket aan filmhuur dan de andere bioscoopexploitanten. (voir tableau Bijl. 4 à contredire car K ne tient pas compte du handling fee dans son calcul....)
553. Wat **avant-premières** betreft, brengt de Transactie geen wijziging mee voor Kinopolis noch voor de overige exploitanten op de markt die reeds op heden de mogelijkheid hebben om avant-premières te organiseren indien de betreffende distributeur avant-premières voor zijn film toestaat. Geen enkele distributeur heeft gesteld dat zij deze politiek zullen aanpassen.
554. Ook wat betreft **marketing investeringen**, ziet Kinopolis niet in waarom de distributeurs plots hun marketinginvesteringen die zij vermoedelijk nu reeds doen bij Utopolis, zouden verhogen omdat deze complexen een andere uitbater hebben.
555. Kinopolis ziet ook geen andere schaalvoordelen in relatie met de filmdistributeurs resulteren uit de Transactie.

VIII.3.4.b Marktbevraging

556. Nagenoeg alle bevroegde respondenten halen in eerste fase, aan dat schaalvoordelen zeer belangrijk zijn in de sector.
557. Gedurende de tweede fase, werd aan de concurrenten de volgende vraag gesteld : “Gelieve aan te geven wat volgens u de belangrijkste transactie-specifieke schaalvoordelen zijn voor Kinopolis Group. Gelieve omstandig toe te lichten. “
558. Hieronder worden de reacties van de concurrenten uit zowel eerste als tweede fase uiteengezet.

i) Utopolis

Eerste fase

¹⁶⁷ Antwoord van Kinopolis van 30 december 2015 op het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015

559. Volgens **Utopolis**¹⁶⁸ zijn de schaalvoordelen heel belangrijk, in het bijzonder vanuit het standpunt van de administratieve organisatie, de marketing en de programmatie. Cinema exploitatie is een markt geworden met gelimiteerde marges.

- Een exploitant die een belangrijk deel van zijn vaste kosten kan spreiden over meerdere sites heeft ongetwijfeld meer mogelijkheden om binnen zijn park cinema's van gemiddelde grootte, zelfs kleine, te behouden aangezien hij zijn kosten kan verminderen op elke vestiging.
- Indien men binnen een bepaalde regio beschikt over een netwerk van beduidende complexen, kan een exploitant sterk spelen op de reputatie van zijn uithangbord zonder een specifieke marketing, bijgevolg duur betaald, te moeten ontwikkelen voor elk van zijn sites. Hij kan ook aan de klanten van elke vestiging abonnementen aanbieden of diversiteit die een alleen functionerende niet zou kunnen aanbieden.
- Voor de uitvoering van andere activiteiten, zij het gerelateerd aan het aanbod van een alternatieve content (opera, theater, concerten,..) zij het gerelateerd aan B2B activiteiten, spelen de schaalvoordelen dezelfde rol als voor de hoofdactiviteit. Voor de realisatie, de promotie en de verkoop van deze activiteiten, moeten er vaste kosten worden gemaakt ongeacht men beschikt over een enkele cinema of men een belangrijker park uitbaat.

560. Het is evenwel belangrijk te benadrukken dat, naar onze mening, de geplande transactie Kinopolis niet zal toelaten om bijkomende schaalvoordelen in België te realiseren, aangezien deze zich reeds in een voldoende comfortabele positie bevindt.

Tweede fase

561. Zoals reeds eerder aangegeven is Utopolis¹⁶⁹ van mening dat de voorgestelde transactie Kinopolis niet in staat zal stellen om belangrijke bijkomende schaalvoordelen in België te realiseren.

562. Nagenoeg alle bevroegde respondenten halen aan dat schaalvoordelen zeer belangrijk zijn in de sector.

563. Volgens **Utopolis**¹⁷⁰ zijn de schaalvoordelen heel belangrijk, in het bijzonder vanuit het standpunt van de administratieve organisatie, de marketing en de programmatie. Cinema exploitatie is een markt geworden met gelimiteerde marges.

- Een exploitant die een belangrijk deel van zijn vaste kosten kan spreiden over meerdere sites heeft ongetwijfeld meer mogelijkheden om binnen zijn park cinema's van gemiddelde grootte, zelfs kleine, te behouden aangezien hij zijn kosten kan verminderen op elke vestiging.
- Indien men binnen een bepaalde regio beschikt over een netwerk van beduidende complexen, kan een exploitant sterk spelen op de reputatie van zijn uithangbord zonder een specifieke marketing, bijgevolg duur betaald, te moeten ontwikkelen voor

¹⁶⁸ Antwoord van 2 oktober 2015 van Utopolis op vraag 14 van het verzoek van 22 september 2015

¹⁶⁹ Antwoord van 15 december 2015 van Utopolis op vraag 1 "schaalvoordelen" van het verzoek van 8 december 2015

¹⁷⁰ Antwoord van 2 oktober 2015 van Utopolis op vraag 14 van het verzoek van 22 september 2015

elk van zijn sites. Hij kan ook aan de klanten van elke vestiging abonnementen aanbieden of diversiteit die een alleen functionerende niet zou kunnen aanbieden.

- *Voor de uitvoering van andere activiteiten, zij het gerelateerd aan het aanbod van een alternatieve content (opera, theater, concerten,..) zij het gerelateerd aan B2B activiteiten, spelen de schaalvoordelen dezelfde rol als voor de hoofdactiviteit. Voor de realisatie, de promotie en de verkoop van deze activiteiten, moeten er vaste kosten worden gemaakt ongeacht men beschikt over een enkele cinema of men een belangrijker park uitbaat.*

564. *Het is evenwel belangrijk te benadrukken dat, naar onze mening, de geplande transactie Kinopolis niet zal toelaten om bijkomende schaalvoordelen in België te realiseren, aangezien deze zich reeds in een voldoende comfortabele positie bevindt.*

Tweede fase

565. *Zoals reeds eerder aangegeven is Utopolis¹⁷¹ van mening dat de voorgestelde transactie Kinopolis niet in staat zal stellen om belangrijke bijkomende schaalvoordelen in België te realiseren.*

ii) Euroscop

Eerste fase

566. *Ook Euroscop¹⁷² stelt dat schaalvoordelen enorm belangrijk zijn in de bioscoopsector.*

i.) Capaciteit

- *Capaciteit speelt een rol op verschillende niveaus. Een bioscoop heeft een minimum aantal zalen nodig om leefbaar te blijven. Capaciteit is van belang ten aanzien van de distributeurs. Distributeurs eisen namelijk dat films een minimum aantal weken vertoond worden (10 weken voor grote films, 4-5 weken voor kleinere producties). Om steeds een zo ruim mogelijk aanbod aan nieuwe films te kunnen vertonen, moet het dus mogelijk zijn om een groot aantal films gelijktijdig te kunnen vertonen. Volgens Euroscop zijn daarom minstens 8 zalen nodig om een complex leefbaar te houden. Ook een groot spreidingsnetwerk versterkt de kopersmacht van een bioscoopgroep ten aanzien van distributeurs. Een groep met een belangrijke nationale aanwezigheid neemt meer kopieën af, en wordt voor de distributeurs incontournable. Bioscoopgroepen met een breed spreidingsnetwerk hebben meer onderhandelingsmacht om filmkopieën te verkrijgen tegen betere financiële voorwaarden.*
- *Capaciteit heeft bovendien een rechtstreeks effect op de aantrekkelijkheid van de bioscoop voor bezoekers, die een breed aanbod verwachten. Kinopolis kan, door de grootte van de complexen gelijktijdig films van verschillende genres en voor verschillende doelgroepen vertonen. Dit maakt Kinopolis aantrekkelijk voor families, die gelijktijdig verschillende films in hetzelfde bioscoopcomplex kunnen bekijken. Ook andere bezoekers weten*

¹⁷¹ Antwoord van 15 december 2015 van Utopolis op vraag 1 "schaalvoordelen" van het verzoek van 8 december 2015

¹⁷² Antwoord van 2 oktober 2015 van Euroscop op vraag 15 van het verzoek van 16 september 2015

dat ze in Kinopolis-complexen altijd het ruimste aanbod aan films kunnen bekijken. Kleinere bioscopen kunnen hier niet tegen concurreren.

- *Capaciteit is ook van belang voor de randactiviteiten van een bioscoop. Een bioscoop met een ruim spreidingsnetwerk en grote, centraal gelegen complexen is in de beste positie om grote evenementen te organiseren met bekende, nationale partners. Bovendien heeft een grote bioscoopgroep een sterkere onderhandelingspositie om food & beverages tegen voordelige voorwaarden aan te kopen.*

ii.) Merkbekendheid

- *Ook merkbekendheid versterkt de marktmacht van een bioscoopgroep, met name ten aanzien van (i) bezoekers, die aangetrokken zijn tot een bekend merk en de ermee geassocieerde (gepercipieerde) kwaliteitsstandaarden; (ii) distributeurs, die dikwijls internationaal georganiseerd zijn, en ten aanzien van wie een sterk, internationaal brand de onderhandelingspositie versterkt; en (iii) andere leveranciers, zoals food & beverage.*

iii.) Het uitvoeren van andere activiteiten

- *Ook het uitvoeren van andere activiteiten versterkt de marktmacht van een bioscoopgroep. Kinopolis is, als verticaal geïntegreerde groep, actief in distributie en de verkoop van schermreclame.*

Tweede fase

567. Volgens Euroscop¹⁷³, is Kinopolis de voorbije jaren steeds meer uitgegroeid tot een dominante speler, die kan genieten van schaalvoordelen wat betreft (i) capaciteit en (ii) merkbekendheid. Deze Transactie is een volgende stap in de uitbreiding van de groep, die haar zal toelaten deze schaalvoordelen nog meer uit te spelen, meer bepaald wat betreft nationale merkbekendheid en publiciteit, en onderhandelingsmacht ten aanzien van distributeurs.

Nationale publiciteit

568. Nu reeds laat de geografische spreiding en nationale merkbekendheid van Kinopolis de groep toe om nationale publiciteitsacties te voeren, en voucherverkoopacties naar bedrijven toe. Zo voert Kinopolis actief publiciteit in Total tankstations en vestigingen van Lunch Garden, ook in regio's waar de groep niet actief is. Hiermee probeert Kinopolis actief bezoekers te werven in het verzorgingsgebied van concurrerende bioscoopuitbaters.

569. Dit is ook het geval voor andere traditionele publiciteitskanalen, onder meer de verschillende nationale radiozenders, zoals Q Music, waarmee Kinopolis exclusieve contracten afsluit.

Elke schaalvergroting versterkt de positie ten aanzien van de distributeurs

570. Kinopolis speelt haar schaalvergroting ook steeds meer uit ten aanzien van de distributeurs. De voorliggende Transactie zal een volgende schaalvergroting als gevolg hebben, die Kinopolis toelaat de distributeurs nog meer onder druk te zetten. Dit heeft als gevolg dat Kinopolis eenzijdig voordelen kan afdwingen die de andere exploitanten niet krijgen.

¹⁷³ Antwoord van 15 december 2015 van Euroscop op vraag 1 "schaalvoordelen" van het verzoek van 8 december 2015

Betere voorwaarden van distributeurs

571. *De belangrijke schaalvoordelen die Kinopolis verkrijgt van distributeurs zijn de rechtstreekse betere voorwaarden. Deze worden niet noodzakelijk weerspiegeld in de contracten, maar in de effectieve gefactureerde voorwaarden. Indien het Auditoraat de vergelijking maakt, zal vastgesteld worden dat de contractueel vastgelegde tarieven bijna altijd hoger zullen zijn dan de effectieve gefactureerde.*

Bovendien kennen de distributeurs aan Kinopolis belangrijke tussenkomsten toe voor publiciteit, die niet aan onafhankelijke bioscoopuitbater worden toegekend.

572. *Ook de hogere prijzen die Kinopolis aanreket leiden tot een indirecte prijsdruk ten aanzien van de kleinere exploitanten, aangezien deze laatste hogere distributietarieven moeten aftrekken van de lagere inkomsten, met kleinere marges als gevolg.*

Gratis tickets

573. *Kinopolis geeft nu al gratis bioscooptickets voor de vestiging in Hasselt aan alle abonnees (22000) van voetbalclub KRC Genk. Hiermee geeft Kinopolis duizenden gratis tickets aan bezoekers uit het verzorgingsgebied van Euroscop Genk. Hierop komt geen reactie van de distributeurs. Dit terwijl distributeurs aan Euroscop en andere kleinere bioscoopgroepen wel verregaande beperkingen opleggen voor de verdeling van gratis tickets. Distributeurs leggen maximaal aantallen op, verbieden de verdeling van gratis tickets voor bepaalde films, en verbieden bepaalde grote promotie-acties.*

Filmrechten op supplementen

574. *Kinopolis rekent een brede waaier aan supplementen aan, en draagt daarop geen rechten af aan distributeurs. Euroscop en andere kleinere groepen dragen wel filmrechten af op alle aangerekende supplementen.*

Quasi-exclusiviteit voor avant-premières

575. *Zoals eerder aangegeven heeft Kinopolis de quasi-exclusiviteit over avant-premières. Het is duidelijk dat dergelijke schaalvoordelen enkel verder zullen worden ontwikkeld en versterkt worden naar aanleiding van onderhavige Transactie.*

iii) UGC

Eerste fase

576. *Ook volgens **UGC**¹⁷⁴ zijn schaalvoordelen in de filmsector belangrijk. Een externe groei van het netwerk van zalen leidt tot schaalvoordelen betreffende de vaste kosten. Door zijn netwerk van bioscoopcomplexen uit te breiden, kan een uitbater zijn vaste kosten over meer producten spreiden, wat hem een onbetwistbaar concurrentievoordeel geeft.*

577. *Bovendien dragen schaalvoordelen bij tot de marktmacht van een bioscoopuitbater. Kinopolis realiseert al belangrijke schaalvoordelen, die nog belangrijker (vooral in Vlaanderen) worden als de verwerving van Utopolis wordt goedgekeurd. De voornaamste elementen waarmee de*

174

Antwoord van 24 september 2015 van UGC op vraag 14 van het verzoek van 16 september 2015

Autoriteit rekening dient te houden bij het analyseren van de schaalvoordelen die de marktmacht van Kinopolis vergroten zijn de volgende:

i.) Het netwerk van bioscoopzalen :

- *Het beschikken over een uitgebreid netwerk van bioscopen in België (en Vlaanderen), gecombineerd met een groot marktaandeel, creëert de mogelijkheid van een hefboomeffect in de betrekkingen tussen Kinopolis en de filmdistributeurs.*
- *In casu, is het duidelijk dat Kinopolis een tentakel-strategie van uitbreiding van haar netwerk van bioscoopcomplexen sinds 1997 op continue wijze heeft doorgevoerd, onder meer door de acquisitie van complexen in steden en regio's waar Kinopolis voorheen niet actief was, zoals Waals Brabant, Brugge, Oostende en Leuven. Hierbij komt nog de gezamenlijke controle over het I-magixcomplex in Mons, het belemmeren van de toegang van UGC tot de Luikse markt, meer bepaald het Médiacitéproject en het uitstellen naar onbepaalde datum voor enige andere exploitant, die op de site van Médiacité een complex wil starten.*
- *Omdat Kinopolis beschikt over een wijdvertakt netwerk, wordt het voor de distributeurs van films een onontkoombare business partner voor het succes van een film. De distributeurs van films – met inbegrip van de dochterondernemingen van de Amerikaanse majors - zijn organisaties die enkel beschikken over de distributierechten voor het nationale grondgebied. Hun winstgevendheid hangt dus af van de toegang tot de zalen in België. De grootte en de aanwezigheid van Kinopolis op het hele Belgische grondgebied laat haar toe om van distributeurs voorwaarden te bekomen die heel erg “off market” zijn, met name wat betreft de volgende essentiële punten: toegang tot films, aantal kopieën, huurpercentages, bevoorrechte promotionele overeenkomsten (previews, promotionele goodies, enz.).*
- *Deze voorwaarden zijn zeer voordelig en bovendien leiden ze de distributeurs ertoe om aan andere exploitanten minder gunstige voorwaarden op te leggen om zo de gunstige voorwaarden die zij aan Kinopolis bieden in hun boekhouding te kunnen beperken of zelfs te elimineren.*
- *Bovendien zijn de schaalvoordelen die optreden door middel van een netwerk van complexen een groter pluspunt om bedrijven en verenigingen, de B2B klanten (in termen van de verkoop van onomruilbare voorafbetaalde plaatsen over de het hele netwerk, de verhuur van zalen etc...) en B2C klanten (getrouwheid via getrouwheidskaarten geldig over heel het netwerk) aan te trekken dan het bekomen van meer voordelige voorwaarden bij leveranciers of partners (zoals de media, voor bijvoorbeeld off-screen publiciteit zoals sampling en affichage).*

ii.) Het bioscoopnetwerk :

- *De mate van verticale integratie draagt ook bij aan de ontwikkeling van een substantiële marktmacht en verzwakt de mededinging op de*

stroomopwaartse en stroomafwaartse markten. De machtspositie van Kinopolis en haar verticale integratie zorgt ervoor dat Kinopolis gemakkelijker prijsstrategieën of andere kan doorvoeren zoals leveringsweigering of kostenverhoging van de kosten die gedragen worden door de concurrenten, om zo de concurrenten uit te sluiten.

UGC constateert dat Kinopolis een doorgedreven en geavanceerde strategie van verticale integratie voert op 3 niveaus, meer bepaald via haar dochterondernemingen Kinopolis Filmdistributie, actief op de markt voor de distributie van films en Brightfish, actief in de sector van reclameregie. Bovendien ontwikkelde Kinopolis ook een vastgoedactiviteit, via de welke zij de muren van UGC Toison d'Or heeft gekocht.

- *Het belang van de verticale integratie van Kinopolis is door middel van haar dochter KFD in de loop der jaren toegenomen. In 2014 is KFD de 5de grootste distributeurs op nationaal vlak met 11% van de releases op 38 verdeelde films en het is de belangrijkste distributeur wat betreft verdeelde titels. Bovendien profileert KFD zich tot leider voor de distributie van de Vlaamse films: meer dan 80 % van de Vlaamse films worden gedistribueerd door KFD en bijna allen worden door Kinopolis in avant-première vertoond.*
- *Naast de exploitatie van bioscopen, de B2B, het vastgoed en de distributie van films, is Kinopolis ook actief in reclame in bioscopen (i.e. publiciteit op de schermen). Sinds de overname van de reclameregie van Brightfish is Kinopolis de enige actief in de sector van reclameregie voor de Belgische bioscoopcomplexen en heeft dus een monopolie voor de reclame op het scherm. Dit versterkt onmiskenbaar de marktmacht van Kinopolis. De controle tot de toegang van annonceurs kan ertoe leiden dat Kinopolis betere voorwaarden verkrijgt voor de plaatsing van reclame in haar eigen netwerk. Wetende dat inkomsten uit de verkoop van advertentieruimtes meestal de derde grootste inkomstenbron is voor een bioscoopexploitant kan ertoe leiden dat de positie van concurrent-exploitanten op significatieve wijze in gevaar wordt gebracht.*
- *De ontwikkeling van een vastgoedactiviteit door Kinopolis kan als hefboom dienen om haar machtspositie op de Belgische markt van de projectie van films in bioscopen te bevoordelen Dit wordt duidelijk geïllustreerd door de verwerving van KP Immo Brussel van het gebouw van UGC Toison d'Or. In dit opzicht verwijst UGC naar haar gedetailleerde uiteenzetting in de klacht inzake dossier CONC-P / K-14 / 0027.*

iii.) Belemmeringen voor het betreden en de uitbreiding van de markt :

- *Er bestaan toetredingsdrempels op de markt voor de vertoning van films in bioscopen. Deze markt is reeds sterk geconcentreerd en (bijna) verzadigd.*
- *Bovendien neemt het proces tot oprichting van een nieuw bioscoopcomplex meerdere jaren in beslag. Er bestaan namelijk administratieve*

belemmeringen, zoals het verkrijgen van bouwvergunningen, alsook het op zoek gaan naar een geschikte locatie. De opening van een nieuwe bioscoopcomplex vergt aanzienlijke investeringen, gezien het groot aantal aan technische normen en de noden van de bezoekers; Deze investeringen zijn nog risicovoller op een reeds verzadigde markt. Deze investeringskosten zijn nog hoger wanneer een exploitant een complex wil oprichten in de buurt van een bestaand Kinopoliscomplex. Kinopolis beschikt over een dominante machtspositie en kan als hefboom optreden dankzij andere concurrentiële voordelen waarover ze beschikt.

578. *Kortom, de drie bovengenoemde elementen, onderzocht op zowel lokaal als nationaal niveau, maken het mogelijk dat een exploitant over een aanzienlijke marktmacht zal kunnen beschikken, zoals dit het geval is voor Kinopolis.*

579. *Volgens UGC is, de reputatie gekoppeld aan de merknaam van de groep van bioscopen in dit verband niet relevant.*

Tweede fase

580. *UGC¹⁷⁵ is van mening dat schaalvoordelen van groot belang zijn in de bioscoopsector. Deze worden hieronder toegelicht. Daarnaast heeft de aangemelde transactie ook rechtstreeks nefaste gevolgen voor de consument. Zoals beschreven in eerdere correspondentie met de BMA zal de aangemelde transactie hoogstwaarschijnlijk leiden tot prijsverhogingen en mogelijks ook tot de sluiting van bioscopen.*

A. Kostenbesparing

581. *De uitbreiding van een bioscoopnetwerk genereert een algemene besparing van vaste kosten. Dankzij de groei van het netwerk, kan een uitbater zijn vaste kosten (overhead kosten zoals marketing, beheer en administratie) verdelen over meerdere bioscoopcomplexen, waardoor hij onmiskenbaar een concurrentievoordeel heeft.*

582. *Een vergelijking tussen het aantal complexen (en zalen) van Kinopolis en de concurrentie geeft duidelijk een onevenwicht aan. Het lijkt evident dat de overname van Utopolis tot verdere synergiën zal leiden (m.n. wat betreft overhead kosten). Bijgevolg zal dit onevenwicht tussen Kinopolis en haar concurrenten ontegensprekelijk toenemen met de verdere uitbouw van het Kinopolis netwerk met vier bioscopen (tenzij Kinopolis bepaalde bioscopen zou sluiten wat dan weer tot andere, lokale, mededingingsbeperkende gevolgen zou leiden).*

B. Schaalvoordelen en marktmacht ten aanzien van filmdistributeurs

583. *Kinopolis is nu reeds een onvermijdelijke handelspartner voor filmdistributeurs omwille van de grote omvang van haar netwerk van bioscopen. Als gevolg van de aangemelde transactie zal het bestaande netwerk van Kinopolis met vier bioscoopcomplexen worden uitgebreid. Dit versterkt de positie van Kinopolis ten aanzien van distributeurs op twee vlakken:*

- *Het netwerk van Kinopolis zal toenemen in termen van aantal zalen (30 bijkomende zalen) en aantal zetels (5.410 bijkomende zetels).⁶ Deze toename van volume, en het verdwijnen van een concurrent van Kinopolis, betekent dat het soortgelijk gewicht van Kinopolis verder zal toenemen.*

¹⁷⁵ Antwoord van 15 december 2015 van UGC op vraag 1 "schaalvoordelen" van het verzoek van 8 december 2015

- *De bijkomende bioscopen overlappen deels met het netwerk van Kinopolis (vooral Mechelen en Aarschot) maar breiden ook de geografische dekking van haar netwerk uit (vooral in Lommel en Turnhout). Het gevolg is dat Kinopolis nu op haar eentje een volledige dekking van de Vlaamse regio kan aanbieden, hetgeen voordien niet het geval was. Geen enkele andere uitbater heeft dergelijke troeven.*

584. *De uitbreiding van haar bioscoopnetwerk geeft Kinopolis de mogelijkheid om een groter doelpubliek te bereiken en een volledige dekking van het Vlaamse grondgebied te kunnen aanbieden. Dit versterkt ontegensprekelijk de positie van Kinopolis ten aanzien van distributeurs om buitengewone economisch voordelige voorwaarden af te dwingen. Concreet kan Kinopolis makkelijker toegang krijgen tot films, een groter deel van de beperkt beschikbare filmkopieën bekomen, betere huurvoorwaarden afdwingen en een bevoorrechte positie verwerven om promotie-overeenkomsten af te sluiten (avant-premières). Met name wat betreft Vlaamse films is Kinopolis enerzijds “incontournable” en anderzijds kan zij, voor wat de films betreft die ze zelf verdeelt via KFD, “cavalier seul” spelen. Voor de andere bioscoopuitbaters wordt het daarentegen moeilijker om toegang te krijgen tot films, filmkopieën te bekomen, gunstige huurvoorwaarden af te sluiten en aanspraak te kunnen maken op promoties.*

585. *Het feit dat Kinopolis reeds in bepaalde mate van deze voordelen geniet, betekent niet dat haar positie niet verder wordt versterkt zodat de resterende, beperkte concurrentiemogelijkheden van de andere uitbaters nu volledig zullen worden ondermijnd. In markten waar de concurrentie reeds sterk is verzwakt, is een verdere verzwakking, zelfs indien deze beperkt is, erg problematisch.*

C. Schaalvoordelen en marktmacht ten aanzien van B2B en leveranciers

586. *De schaalvoordelen die een bioscoopuitbater door middel van een uitgebreid netwerk van bioscopen verwezenlijkt, verlenen deze uitbater ook een competitief voordeel om zakelijke klanten (“B2B”; bedrijven alsook collectiviteiten) aan te trekken, bijvoorbeeld via de verkoop van inwisselbare voorafbetaalde bioscooptickets die in het gehele netwerk gebruikt kunnen worden of voor het organiseren van evenementen. Met de verdere uitbreiding van haar netwerk en de vervollediging van de dekking van de Vlaamse regio, kan Kinopolis B2B klanten een nog sterker aanbod maken.*

587. *Schaalvoordelen kunnen ook worden ingezet om gunstigere voorwaarden te verkrijgen bij leveranciers of andere economische partners (media en adverteerders, bijvoorbeeld voor offscreen producten zoals monsters). Gelet op de marktmacht van Kinopolis en haar prijspolitiek (m.n. het aanrekenen van hoge prijzen die worden gemotiveerd door de specifieke “Kinopolis-beleving” i.p.v. het aantrekken van bezoekers met kortingsformules zoals UGC), is te verwachten dat Kinopolis deze schaalvoordelen niet zal doorrekenen aan de bezoekers.*

iv) I-Magix

Eerste fase

588. Volgens *I-Magix*¹⁷⁶ zijn schaalvoordelen belangrijk in de filmsector: ze kunnen leiden tot een aanzienlijke vermindering van de kosten: betere voorwaarden met de verdelers en de leveranciers, het gebruik van minder personeel (bijvoorbeeld voor de programmatie), creatie van een uniek online reserverings voor alle bioscopen in het netwerk etc...

589. De capaciteit (of meer nog het aantal bezoekers) en vertakking van het netwerk zijn zeer belangrijke factoren of het nu gaat om het niveau :

- de van de aankoop van de filmrechten: de grote distributeurs willen hun films verdelen in zo veel mogelijk bioscopen in België: ze kunnen niet door Kinopolis over het hoofd worden gezien, gezien het belang van diens netwerk.
- van de aankoop van drankjes en snacks
- van de verkoop van tickets (vouchers, etc.).

590. De reputatie en het merk zijn tevens belangrijke factoren. De klanten hebben kwaliteits- en comforteisen.

591. De horizontale en verticale integratie van Kinopolis met betrekking tot de markt van de vertoning en de distributie van films is ook een factor om de machtspositie te beoordelen:

- Op horizontaal niveau wordt de machtspositie van Kinopolis versterkt door de grote hoeveelheid in verkoop van advertentieruimtes en de verkoop van B2B evenementen.
- Op het verticale niveau wordt haar machtspositie versterkt door haar positie op de markt voor de distributie van films, in het bijzonder voor Vlaamse films (via KFD is zij de voornaamste distributeur van Vlaamse films en de grootste distributeur voor onafhankelijke films in Vlaanderen) en door haar positie in de sector van reclameregie (via Brightfish dat over een quasi-monopolie beschikt, namelijk 92%).

Tweede fase

592. *I-Magix*¹⁷⁷ is van mening dat de schaalvoordelen, die door de auditeur in de ontwerpbeslissing van 10 november 2015 werden vermeld, relevant zijn en zullen worden versterkt door de overname van Utopolis :

- Grotere landelijke spreiding
- Grotere afzetmarkt voor films
- Betere voorwaarden bij derden
- Meer mogelijkheden om nieuwe businessmodellen te toetsen
- Meer mogelijkheden om innovaties in bioscoopbeleving te introduceren en te toetsen
- Meer mogelijkheden om minder rendabele bioscoopcomplexen aan te kopen en in portfolio te houden

593. Verder benadrukt *I-Magix* de volgende punten :

¹⁷⁶ Antwoord van 15 december 2015 van *I-Magix* op vraag 1 “schaalvoordelen” van het verzoek van 8 december 2015

¹⁷⁷ Antwoord van *I-Magix* van 15 december 2015 van het verzoek op inlichtingen van 8 december 2015.

594. **Netwerk en netwerkdichtheid van bioscoopcomplexen.** De schaalvoordelen zijn zowel gerelateerd aan het aantal inkomsten/bezoekers/zalen/complexen als aan de capillaire werking van het bioscopennetwerk. Echter versterkt de overname van Utopolis zowel de marktaandeelen (in omzet/bezoekers/faciliteiten/complexen) als de capillaire werking van het netwerk van Kinopolis.
595. **Vouchers.** Vouchers zijn een essentieel onderdeel van mededingingsontwikkeling, in het heden en in de toekomst.
596. Bovendien is het een middel dat Kinopolis gebruikt om in andere bioscopen plaatsen aan te bieden en zo haar marktaandeel verder te vergroten. Om een monopolie van Kinopolis te vermijden op de vouchers en mededinging te creëren via infrastructuur, zijn er dus meerdere onafhankelijke netwerken van vouchers nodig.
597. Het bestaan van een netwerk van onafhankelijke vouchers concurrerend met die van Kinopolisvestigingen, vereist een uitgebreid netwerk en een goede netwerkdichtheid. Tot op heden kon I-Magix dit netwerk via de gemeenschappelijke GIE met Cinépointcom en Utopolis ontwikkelen. Naar aanleiding van de concentratie, zal Kinopolis Utopolis opnemen in haar vouchersysteem, wat ze nog aantrekkelijker in België zal maken. De terugtrekking van Utopolis uit GIE zal I-Magix verhinderen om vouchers te blijven aanbieden die onafhankelijk zijn van elkaar.
598. I-MAGIX wijst erop dat deze problemen ook overdraagbaar zijn op abonnementen en op klantenkaarten: een voldoende netwerkdichtheid van multiplexen op nationaal niveau is noodzakelijk voor het succes van dergelijke aanbiedingen.
599. **Distributie / Programma:** De schaalvoordelen maken het mogelijk om betere voorwaarden te verkrijgen met distributeurs. Door de overname van Utopolis, verhoogt Kinopolis nog steeds de schaalvoordelen ten opzichte van haar concurrenten, omdat Kinopolis meer dan 50% van het marktaandeel bezit en in Vlaanderen zelfs de enige aanwezige concurrent werd met Euroscop.
600. Elke filmdistributeur in België (en in Vlaanderen voor de Vlaamse films) die hun rechten wenst te verkopen behandelt bioscoopexploitanten niet op gelijke voet. In feit is Kinopolis de enige "onmisbare" exploitant voor deze distributeurs. Eigenlijk moeten ze alleen zeker zijn van verspreid te worden binnen Kinopolis. Van zodra ze toegang hebben verkregen tot de complexen van Kinopolis, worden andere bioscopen gezien als "extra's" (of zelfs als een financieel "tegengewicht") en zijn de huurprijzen van deze operators aanzienlijk hoger.
601. Deze schaalvoordelen maken het voor Kinopolis mogelijk om, naast interessantere huurtarieven, ook voordelen met betrekking tot de voorwaarden voor toegang tot films, zoals de avant-premières (in België bevinden deze zich bijna allemaal in Kinopolisbioscopen- zie bijvoorbeeld James Bond "Spectrum" of "Star Wars: Episode VII", waarvan Kinopolis als enige bioscoop op 15 december een avant-première gaf voor 600 mensen en voor de pers, terwijl de andere operators gesmeekt hadden om dit zelf te kunnen waarmaken), promotionele overeenkomsten, enz. te verkrijgen.
602. Buiten het feit dat de positie van Kinopolis versterkt wordt, vermindert de aantrekkelijkheid van de andere operators omdat hun "resterend aandeel" op de markt nog meer verlaagt door de verdwijning van Utopolis. Deze positie weerhoudt de concurrenten een kritische massa te ontwikkelen die de schaalvoordelen van Kinopolis in de onderhandelingen met distributeurs,

tegen te gaan, door bijvoorbeeld een nauwere samenwerking, een kritische massa die het schaalvoordeel van Kinopolis dwarsboomt in relaties met distributeurs.

603. *Tot slot zal Kinopolis gestimuleerd worden om in Utopolis dezelfde films te vertonen als in hun bioscoop, om zo nog betere filmdistributievoorwaarden te verkrijgen, die de keuze van de consument zal verminderen, alsook de diversificatie van de beschikbare films in de bioscopen in België en Vlaanderen, en zo uiteindelijk culturele diversiteit.*
604. **Aankoop van dranken en snacks.** *Schaalvoordelen stellen Kinopolis ook in staat om betere voorwaarden te verkrijgen van leveranciers van zoetwaren en dranken. Niet te vergeten; Utopolis was onderdeel van GIE -aankoop van drankjes en snacks- samen met I-Magix en Cinépointcom. Utopolis vertrok na de aankondiging van de overname door Kinopolis, wat de schaalvoordelen vermindert die I-Magix bij GIE kon hebben.*
605. **B-to-B / Evenementen.** *Om evenementen en innovatieve concepten te kunnen voorstellen in de B2B, zijn schaalvoordelen essentieel. Grote bedrijven zoals Coca-Cola en BNP Paribas (BNP Paribas film days), wensen om te gaan met bedrijven met een bepaalde kritische massa en een goede netwerkdictheid. Utopolis versterkt zowel de kritische massa als de netwerkdictheid van Kinopolis. Zijn verdwijning verzwakt zelfs concurrentie.*
606. **Reclame.** *Ook schaalvoordelen maken het mogelijk om gebruik te maken van een hefboom voor de contacten met adverteerders en/of reclamebureaus. Een concurrerend bestuur van Brightfish kan enkel ontstaan als meerdere multiplexen met een kritische grootte en een goede netwerkdictheid zorgen voor een alternatief. Het verdwijnen van Utopolis verwijdert die mogelijkheid. Integendeel, het verhogen van het aantal toeschouwers van Kinopolis na de overname door Kinopolis, zal verder de zichtbaarheid verhogen van Kinopolis, haar vergelijkende aantrekkelijkheid evenals haar onderhandelingspositie met adverteerders en belangrijke klanten in reclame.*
607. *Tenslotte zal Kinopolis alle uitbreidingen van hun bestaande contracten (partnerschappen, concessies, sponsoring, enz.) kunnen waarmaken binnen het complex van Utopolis. Dit zal de diversiteit van het aanbod verder verminderen en de prijzen te verhogen.*
608. **Personeelskosten.** *Om een complex te beheren, zijn er een aantal noodzakelijke werkposten, of dat nu is voor het beheer één complex (1 zaal) of voor het beheer van een complexketen: management, boekhouding, programmering, cabinebeheer, vastgoedbeheer. Hoe meer complexen een operator heeft, des te minder de bezoekerskosten zijn. Kinopolis zal na zijn verlossing zeker en vast meer werkposten (programmering, boekhouding, enz.) verwijderen binnen Utopolis.*
609. **Algemene kosten.** *Het bovenstaande geldt ook voor algemene kosten zoals software (website, boekhouding, ticketing offline en online, voorraad, evenementen). Dus, het ontwikkelen van een website voor boekingen is een vaste kost dat wordt verminderd met het aantal complexen/zalen/ bezoekers dat men heeft. Alle R&D-investeringen van Kinopolis in de signalering, het ticketingprogramma (online), de reserveringen, verschillende computerprogramma's zullen worden verspreid over meerdere complexen na de transactie, omdat zij ook van toepassing zullen zijn op de complexen van Utopolis. Op basis van het nationale marktaandeel door de bezoekers in de ontwerpbeslissing(p.81), betekent de aankoop van Utopolis een toeneming van meer dan 11% op het schaalvoordeel van Kinopolis. Omgekeerd zullen de investeringen en de toekomstige innovaties van Utopolis verdwijnen.*

610. **Inkomsten.** Tenslotte moet ook worden opgemerkt dat de inkoop van Utopolis door Kinopolis impliceert dat Kinopolis het nationale tarievenplan zal uitbreiden tot in de bioscopen van Utopolis; wat op basis van tariefvergelijking door I-Magix, een verlaging van de prijsflexibiliteit en tariefverhogingen tussen de 14 en 31% betekent.

VIII.3.4.c Positie auditeur

611. In het ontwerp van beslissing in eerste fase heeft de auditeur vastgesteld dat schaalvoordelen enorme concurrentiële voordelen bieden en belangrijke financiële risico's kunnen wegnemen. Hieronder volgt een niet-exhaustieve lijst van de versterking van de huidige schaalvoordelen van Kinopolis ten gevolge van de transactie:

- *Grotere landelijke spreiding: Utopolis bevindt zich in verzorgingsgebieden waar Kinopolis tot vandaag slechts beperkt actief is, wat een grotere landelijke visibiliteit en naambekendheid met zich meebrengt. Hierdoor wordt Kinopolis ook voor marketingdoeleinden een nog interessantere speler dan vandaag reeds het geval is (cfr. bijvoorbeeld de exclusiviteitsdeals met Q-Music en MNM).*
- *Grotere afzetmogelijkheden voor films:*
 - i. Dit bevordert de onderhandelingspositie van Kinopolis ten aanzien van filmdistributeurs.*
 - ii. Dit bevordert de positie van Kinopolis Film Distribution als distributeur, met name voor Vlaamse Films.*
- *Betere voorwaarden bij derden: de overname van de Utopolis-vestigingen zal geen substantieel verschil vormen ten aanzien van leveranciers van nevenproducten stroomopwaarts (drank, snacks, diensten,...), maar leidt uiteraard wel tot een verdere versterking.*
- *Meer mogelijkheden om nieuwe businessmodellen te introduceren en te toetsen: Kinopolis heeft met haar groot netwerk heel wat meer mogelijkheden om innoverend uit de hoek te komen. De vraag is echter of de prikkel hiervoor na de overname van Utopolis, één van de weinige grotere concurrenten in Vlaanderen, voldoende gevrijwaard blijft.*
- *Meer mogelijkheden om innovaties in bioscoopbeleving te introduceren en te toetsen: Kinopolis heeft met haar groot netwerk heel wat meer mogelijkheden om nieuwe producten en innovaties in bioscoopbeleving uit te testen op haar bioscooppubliek, om zo veel sneller dan haar concurrenten in te kunnen spelen op een gewijzigd bioscoopaanbod. De groep is daarenboven ook in staat dure nieuwe ontwikkelingen en technologieën sneller aan te kopen dan sommige van haar concurrenten. De vraag is echter of de prikkel hiervoor na de overname van Utopolis, één van de weinige grotere concurrenten in Vlaanderen, voldoende op lange termijn gevrijwaard blijft.*
- *Meer mogelijkheden om minder rendabele bioscoopcomplexen aan te kopen en in portfolio te houden: een sterk bioscoopnetwerk met voldoende rendabele vestigingen, zorgt ervoor dat een onderneming meer risico's zal durven aangaan ten aanzien van nieuwe, mogelijk risicovolle projecten, en ook in staat zal zijn om – zelfs in het geval*

deze complexen minder rendabel zijn – deze toch open te houden, in tegenstelling tot kleinere concurrenten.

612. *Via het bijkomend onderzoek in tweede fase werden volgende vaststellingen gedaan.*

613. *Het gaat eerst om elementen die specifiek verbonden zijn aan deze transactie:*

- *Kinopolis*
- *Versterking van de financiële slagkracht van Kinopolis door vermindering van de kosten van de over te nemen complexen door centralisatie van sommige diensten, [VERTROUWELIJK].*
- *Versterking van de onderhandelingsmacht van Kinopolis met distributeurs. Het gaat om het bekomen van lagere huurpercentages, de keuze voor filmprogrammatie en de duur van de programmatie. Bovendien kan Kinopolis voordelen bekomen zonder dat de distributeurs hierop kunnen reageren, terwijl concurrenten deze voordelen niet kunnen bekomen. De auditeur denkt hierbij aan gratis tickets, [VERTROUWELIJK].*

Deze versterking van de onderhandelingsmacht staat tegenover de verzwakking van de onderhandelingsmacht van de concurrenten ten gevolge van deze transactie.

- *De versterking van de positie van KFD in Vlaanderen. Deze versterking is het gevolg van het feit dat de bioscoopcomplexen van Kinopolis onontbeerlijk worden in Vlaanderen.*
- *Schaalvoordelen op het vlak van publiciteit doordat de complexen die worden overgenomen meteen opgenomen worden in de nationale publiciteitspolitiek van Kinopolis en de kosten voor specifieke campagnes voor de over te nemen Utopolis zullen verminderen of zelfs op middellange termijn verdwijnen. Reclame is zeer duur. Elke euro die je voor verschillende complexen kan inzetten rendeert dus "x" keer meer. Als Kinopolis na de transactie reclame gaat maken voor de nieuwe complexen, dan rendeert dit ook voor de anderen. Sowieso profiteren de nieuwe complexen mee van de advertentiespots die Kinopolis nu al lanceert.*

Het onderzoek heeft aangetoond dat de manier van publiciteit maken verschilt tussen concurrenten en Kinopolis:

- *Euroscoop voert geen televisiecampagnes en spendeert een gelimiteerd budget aan grotendeels Vlaamse campagnes.*
- *Utopolis voert campagnes zowel via de televisie als via andere media. Het gaat om campagnes gevoerd over heel Vlaanderen met eveneens een beperkt budget.*
- *Kinopolis voert campagnes over heel het grondgebied van België, via alle media, zowel in het Frans als in het Nederlands. Het bedrag dat aan de campagnes wordt gespendeerd is beduidend hoger dan het bedrag dat de concurrenten spenderen.*

614. *De schaalvoordelen hebben ook volgende negatieve gevolgen voor de concurrenten, waardoor de asymmetrie tussen Kinopolis en de overige spelers vergroot.*

- *Terugtrekking van Utopolis uit de aankoopvereniging voor eten en drank, waartoe ook andere bioscoopgroepen behoren. Deze terugtrekking zal tot gevolg hebben dat de rentabiliteit van de concurrenten zal dalen voor producten die belangrijk zijn voor de inkomsten - en nog meer voor de winst - van bioscopen.*
- *Terugtrekking van Utopolis uit het systeem van gezamenlijke vouchers, bijvoorbeeld VIVABOX. Om een alternatief te bieden aan Kinopolis is het noodzakelijk voor de concurrenten om een systeem te hebben dat voldoende bioscoopcomplexen omvat, met een verspreide geografische ligging. Zonder Utopolis zal het bijzonder moeilijk, misschien zelfs onmogelijk, zijn om het noodzakelijke aantal zalen en geografische spreiding te bekomen.*
- *Zonder Utopolis zal het bijzonder moeilijk, misschien zelfs onmogelijk, worden voor de concurrenten van Kinopolis om een geloofwaardig nationaal en regionaal (Vlaanderen) B2B-aanbod aan te bieden aan grote ondernemingen. Kinopolis zal ook hiervoor onontbeerlijk worden.*
- *Vermindering van de mogelijkheid voor concurrenten om te groeien of te innoveren gezien hun beperkingen ten gevolge van hun beperkte financiële middelen in België.*
- *De verhoging van het risico van het oprichten van een bioscoopcomplex door een concurrent in ongeveer alle lokale zones in België, en in het bijzonder in Vlaanderen. Gezien de hoge kosten verbonden aan de oprichting van een nieuw bioscoopcomplex en de lange tijd dat dit in beslag neemt, worden investeerders meer afgeschrikt wanneer er reeds een Kinopoliscomplex aanwezig is in de zone.*

VIII.3.5 Versterking kopersmacht op stroomopwaartse markten

VIII.3.5.a Positie aanmeldende partij

i) Kinopolis kan geen significant betere licentievergoedingen bedingen

615. [VERTROUWELIJK].

616. [VERTROUWELIJK].

617. [VERTROUWELIJK].

618. [VERTROUWELIJK].

619. [VERTROUWELIJK].

620. *Bovendien mag niet uit het oog verloren worden dat, zoals uiteengezet in het antwoord van 30 december 2015 op het verzoek tot inlichtingen van 24 december 2015, [VERTROUWELIJK].*

621. *Zoals uiteengezet in het antwoord op het Verzoek tot Inlichtingen van 24 december 2015 heeft Kinopolis [VERTROUWELIJK].*

622. [VERTROUWELIJK].

623. *Zelfs indien Kinopolis, per hypothese, na de Transactie significant voordeligere licentievooraarden zou krijgen in vergelijking met andere in België actieve bioscoopexploitanten, betekent dit nog niet dat hierdoor de expansiemogelijkheden van concurrenten worden bedreigd, de toetredingsdrempels voor potentiële concurrenten worden*

verhoogd of de mededingingsvoorwaarden voor de overige exploitanten op een andere manier daadwerkelijk zouden belemmerd worden. Met oog op de bescherming van bioscoopexploitanten tegen de dominante positie van verdelers, is trouwens door het Ministerieel Besluit van 13 maart 1986 betreffende de huurprijs van de films bestemd voor commerciële vertoning, de maximum vergoeding die een distributeur mag aanrekenen aan een bioscoopexploitant beperkt tot 50% en in uitzonderlijke gevallen tot 55%.

ii) De transactie zal Kinopolis evenmin in staat stellen op andere commerciële punten betere voorwaarden te bekomen

624. *Net zoals het geval is voor wat betreft distributievergoedingen, versterkt de transactie ook niet de onderhandelingspositie van Kinopolis om “premières” te mogen organiseren (die overigens steeds verlieslatende evenementen zijn), de release-datum van een film te bepalen (die wordt eenzijdig door de distributeur en producent bepaald en de transactie verandert daar niets aan) of “marketingondersteuning” te krijgen.*
625. *Wat de “avant-premières” betreft, herhaalt Kinopolis dat elke bioscoop een onbeperkt aantal avant -premières kan organiseren en dat zulk verzoek in principe op geen enkel bezwaar van een distributeur stuit. Het hierboven aangehaalde voorbeeld van Cinema Albert in Dendermonde die op 21 januari 2016 in avant-première en als ladies event de film “Onder de zon” programmeert is hiervan een sprekend voorbeeld.*
626. *Verder dient worden opgemerkt dat Kinopolis nog steeds is gebonden aan de eerste voorwaarde van de beslissing van 17 november 1997. Deze voorwaarde bepaalt, kort gezegd, dat Kinopolis niet om exclusiviteit- of prioriteitsrechten kan verzoeken. Kinopolis kan dan ook geen exclusieve distributieovereenkomsten met verdelers sluiten of prioriteitsrechten verkrijgen, die de beschikbaarheid van een film voor andere bioscoopexploitanten zou uitsluiten of inperken. Deze transactie brengt daar geen verandering in.*

iii) De transactie heeft niet tot gevolg dat Kinopolis distributeurs van de markt kan uitsluiten

627. *De transactie zal ook niet tot gevolg hebben dat Kinopolis in staat zou zijn of de aansporing zou hebben om concurrerende distributeurs van de markt te stoten.*
628. *Kinopolis vermoedt dat bij het Auditoraat de vrees bestaat dat Kinopolis bij een producent een geloofwaardig dreigement zou kunnen neerleggen een film niet in haar zalen te zullen programmeren als Kinopolis niet de distributierechten voor de desbetreffende film zou verkrijgen. Deze vrees lijkt zich voornamelijk toe te spitsen op de distributie van “Vlaamse” films.*
629. *Vooreerst wenst Kinopolis op te merken dat elke distributeur, inclusief elke “major” die dit wenst, van vandaag op morgen, kan overschakelen op de distributie van Vlaamse films zonder dat hier enige omschakelingskost mee gepaard gaat. De realiteit is echter dat slechts een zeer beperkt aantal distributeurs zich wensen te wagen aan de verdeling van Vlaamse films die, gelet de beperkte afzetmarkt, in ieder geval een financieel groter risico inhouden voor de producenten en distributeurs dan internationale films die ook van veel grotere reclamebudgetten kunnen genieten. Voormelde beperktere afzetmarkt in vergelijking met internationale films brengt met zich mee dat een aantal producenten zogenaamde “minimum garanties” aan distributeurs vragen om minimaal uit de kosten te komen. Het zijn onder meer deze garanties en het feit dat de marketinginvesteringen op één enkel land dienen gedragen te worden, die ertoe leiden dat de meerderheid van de distributeurs enkel geïnteresseerd zijn in de verdeling van de films met*

een groot box office potentieel zoals De Kampioenen 1 en 2 en de Loft waarvan de recuperatie van de minimum garantie minder onwaarschijnlijk is. Zoals reeds opgemerkt, werden deze films niet verdeeld door KFD maar door een andere Belgische distributeur.

630. *Voormelde risico's reflecteren zich duidelijk in het feit dat KFD, die niet enkel tracht blockbusters te verdelen maar meerdere (Vlaamse) films een kans tracht te geven, [VERTROUWELIJK].*
631. *De gedachte dat Kinopolis het risico zou lopen om aan de box office van een (mogelijk succesrijke) Vlaamse film te verzaken omdat de producent KFD de distributierechten niet verleende, is niet reëel. De omvang van de inkomsten die Kinopolis als bioscoopexploitant kan genereren, zijn in verhouding immers significant groter dan de inkomsten die zij als distributeur van een film zou verkrijgen.*
632. *Verder is het weinig waarschijnlijk dat de [VERTROUWELIJK] (in 2014 geschatte) bezoekers van Vlaamse films in de Utopolis bioscopen de positie van KFD dermate zou versterken dat producenten nu enkel nog met KFD zouden willen werken.*
633. *Ook de vrees dat KFD films zou ontzeggen aan de overige exploitanten, is onbestaande daar vooreerst een distributeur er contractueel tegenover de producent toe gehouden is om zoveel mogelijk inkomsten te genereren door de verdeling van films en het onthouden van films aan meer dan 50% van de markt, economisch geen enkele steek houdt.*
634. *Tenslotte wenst Kinopolis erop te wijzen dat niet KFD maar Belga de belangrijkste niet-Amerikaanse distributeur op de Belgische markt is met een marktaandeel in 2014 van 17,75% versus 10,74% van KFD. De marktpositie van een distributeur is dan ook enkel en alleen afhankelijk van het type-film dat hij niet verdeelt en niet van het feit of deze al of niet deel uitmaakt van een bioscoopgroep.*

iv) Berekeningsbasis voor filmhuur¹⁷⁸

635. *De prijs voor filmtickets wordt door elke bioscoopexploitant bepaald voor zijn bioscoop (bioscoopketen). Kinopolis deelt haar prijsstructuur op geregelde basis mee aan de distributeurs.*
636. [VERTROUWELIJK].
- [VERTROUWELIJK].
637. [VERTROUWELIJK].
638. [VERTROUWELIJK]:
- [VERTROUWELIJK];
 - [VERTROUWELIJK];
 - VERTROUWELIJK].
639. [VERTROUWELIJK].
640. *Bij de Fortis Film Days wordt bij alle deelnemende exploitanten het rentalpercentage toegepast op 4 euro.*
641. [VERTROUWELIJK].

¹⁷⁸ Antwoord van 17 december 2015 van Kinopolis op vragen 1 en 2 van het verzoek om inlichtingen van 11 december 2015.

642. V[VERTROUWELIJK].

643. [VERTROUWELIJK].

644. [VERTROUWELIJK]¹⁷⁹

VIII.3.5.b Marktbevraging

i) Algemene bevraging naar de versterking post-transactie van de machtspositie van Kinopolis en KFD

Concurrerende bioscoopexploitanten

645. **Euroscop** stelt dat de discriminatie zich op twee niveaus uit. Ten eerste stelt Euroscop dat “de marktmacht van Kinopolis heeft niet als gevolg dat Euroscop slechtere financiële voorwaarden verkrijgt dan andere bioscopen, maar dat Kinopolis betere financiële voorwaarden verkrijgt dan andere bioscopen”. Dit zou in de markt algemeen geweten zijn. Volgens Euroscop zou de Kinopolisgroep er geleidelijk aan in geslaagd zijn een dergelijke marktmacht te verwerven, dat dit de onderhandelingspositie van de groep ten aanzien van onder meer distributeurs versterkt heeft ten koste van andere bioscopen. Euroscop stelt verder dat bij elke uitbreiding van de Kinopolisgroep dit mechanisme zal versterkt worden. Euroscop vreest dan ook dat de huidige transactie, waarbij één van de enige overgebleven concurrenten van de Kinopolisgroep wordt overgenomen, dit proces nog meer in de hand zal werken, ten koste van de overgebleven kleinere concurrerende bioscoopgroepen. Door de transactie zal Kinopolis nog meer incontournable worden.¹⁸⁰

646. Wat de tweede discriminatie betreft, merkt Euroscop op dat avant-premières van Nederlandstalige films systematisch plaats vinden in Kinopolis Antwerpen, andere avant-premières vinden plaats in Brussel. Kleinere bioscoopgroepen maken amper kans om avant-premières te kunnen vertonen. Euroscop heeft onlangs de avant-première van Marina kunnen vertonen. Dit was enkel mogelijk omdat de Stad Genk, die de film mee gefinancierd heeft, hiervoor sterke druk heeft uitgeoefend.¹⁸¹ Verder antwoordt Euroscop dat er geen Vlaamse blockbusters zijn waarvoor zij geen distributierechten heeft gekregen.¹⁸²

647. **UGC** stelt dat de transactie zal leiden tot een versterking van marktmacht van Kinopolis ten aanzien van de distributeurs. Zij merkt op dat de voorgelegde transactie als voornaamste effect een netto verhoging is van het marktaandeel van Kinopolis van 42% naar 47% (op nationaal niveau en zelfs van 62% naar 69% op Vlaams niveau, hetgeen nog meer pertinent is voor de verdeling van Vlaamse producties) »¹⁸³ Aangezien de transactie een beduidende verhoging van het marktaandeel van Kinopolis inhoudt - en aldus een versterking van de onderhandelingsmacht tegenover filmdistributeurs - zal het gevolg hiervan zijn dat “de distributeurs, om de gevolgen van deze voorwaarden in hun eigen rekeningen te verzachten, minder gunstige voorwaarden zullen opleggen aan andere exploitanten, hetgeen meerdere schadelijke gevolgen zal hebben voor de consument. Eerst en vooral zullen de bioscopen

¹⁷⁹ Antwoord van 17 december 2015 van KFD op vraag 3 van het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015.

¹⁸⁰ Antwoord van Euroscop van 30 oktober 2015 op vraag 4.1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015. Antwoord van Euroscop van 2 oktober 2015 op vraag 25 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015.

¹⁸¹ Antwoord van Euroscop van 30 oktober 2015 op vraag 2.4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015; Antwoord van Euroscop van 2 oktober 2015 op vraag 10 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015.

¹⁸² Antwoord van Euroscop van 30 oktober 2015 op vraag 2.4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

¹⁸³ Antwoord van UGC van 26 oktober 2015 op vraag 1.4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

*uitgebaat door de kleinste exploitanten hun rendabiliteit verliezen en uiteindelijk verdwijnen. Vervolgens, de vermindering van het aantal concurrenten heeft als gevolg een mindering van het aanbod aan consumenten”.*¹⁸⁴

648. Ook UGC bevestigt niet te zijn uitgesloten van distributierechten van blockbusters. Evenwel “ de avant-premières hebben nooit plaats gevonden in de UGC cinema’s, met inbegrip van UGC Antwerpen. De Vlaamse films verdeeld door KFD (« Het Vonnis » en « K3 » als referentie films) maken systematisch deel uit van exclusieve evenementen in de Kinopolis zalen”. Dit toont aan dat de Kinopolis over marktmacht beschikt via de verticale integratie van haar distributiefiliaal KFD.¹⁸⁵

649. **I-Magix** stelt dat “ de overname van Utopolis door Kinopolis een geprivilegieerde toegang zal garanderen voor films verdeeld door KFD in de Utopolis bioscopen”.¹⁸⁶

Majors

650. De auditeur merkt op dat meerdere majors hun antwoord op bovenstaande vragen integraal als betrouwbaar hebben geïdentificeerd.

651. **The Walt Disney Company** is van mening dat de Transactie voor haar niet direct een negatieve invloed zal uitoefenen, maar wel voor de kleinere distributeurs bestaat het risico dat ze hun condities gaan moeten bijstellen omwille van de machtspositie.¹⁸⁷

Onafhankelijke filmdistributeurs

652. Volgens **Entertainment One** zal de marktmacht van Kinopolis objectief gezien groter worden, zeker voor Vlaanderen. Er zullen geen gevolgen zijn voor de rechten van avant-premières. Daarentegen zou een verhoging van de filmrechten voor de andere bioscopen kunnen.¹⁸⁸

653. **Independent Film** antwoordt dat een bioscoopgroep die qua nationaal marktaandeel met 15% groeit door het overnemen van een aantal bioscoopcomplexen, een sterkere machtspositie verwerft.¹⁸⁹

654. **Belga Film** stelt dat “de toename van het marktaandeel van een belangrijke speler leidt er over het algemeen toe dat zijn marktmacht wijzigt op de betrokken markt”.¹⁹⁰

655. **Cinéart** stelt dat « Deze transactie zal de marktmacht van Kinopolis doen toenemen want zij voegt 4 zalen toe en 4 steden en dit terwijl de groep actueel reeds dicht bij de 50% van de markt is. Eveneens verdeler zijnde, zal zij ook haar films bevoordelen in de steden met weinig schermen zoals Aarschot en Lommel. »¹⁹¹ En verder: « het is zeker dat de dominante positie noodzakelijkerwijze effectief zal versterkt worden. Kinopolis zal een enorme macht hebben in Vlaanderen met geen enkele reële concurrent tegenover hem »¹⁹²

¹⁸⁴ Antwoord van UGC van 24 september 2015 op vraag 27 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015.

¹⁸⁵ Antwoord van UGC van 26 oktober 2015 op vragen 1.2 en 1.5 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 20 oktober 2015.

¹⁸⁶ Antwoord van Imagix van 27 oktober 2015 op vraag 3.2 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 21 oktober 2015.

¹⁸⁷ Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 14 van het verzoek om inlichtingen van 23 september 2015

¹⁸⁸ Antwoord van 23 september 2015 van Entertainment One Benelux op vragen 12.1 en 14 van het verzoek om inlichtingen van 17 september 2015; antwoord van 30 oktober 2015 van Entertainment One Benelux op vraag 3 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

¹⁸⁹ Antwoord van 20 september 2015 van Independent Film op vragen 12 en 14 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

¹⁹⁰ Antwoord van 5 oktober 2015 van Belga op vragen 13 en 15 van het verzoek om inlichtingen van 11 september 2015

¹⁹¹ Antwoord van 24 september 2015 van Cinéart op vraag 13 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

¹⁹² Antwoord van 24 september 2015 van Cinéart op vraag 15 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

656. **Jekino** antwoordt: "Zoals uit voorgaand overzicht blijkt, heeft de Utopolis groep (tot nu toe) meer interesse in ons aanbod van (alternatieve) kinderfilms. Wanneer er slechts één programmator (Kinopolis) beslist, verkleint dit uiteraard onze kansen op verschillende bioscopen. Ook wat betreft de condities (percentages) zou dit voor ons een klein verschil maken. Hetgeen ook geldt voor de te betalen VPF (virtual print fee). Hierover is er met Kinopolis (die zelf innen) niet te onderhandelen; er geldt steeds de maximumprijs, ook al draait de film een beperkt programma. Verder speelt mijn inziens dat hoe minder verschillende programmatoren, hoe minder divers het filmaanbod zal zijn".¹⁹³

ii) Specifieke bevraging m.b.t. de filmhuur tarifieringspolitiek van filmdistributeurs

Criteria ter vaststelling van filmhuurpercentage

657. Aangezien de antwoorden van de aangeschreven filmdistributeurs (zowel majors als onafhankelijke distributeurs) op de vraag m.b.t. de filmhuur tarifieringspolitiek gelijkloend zijn, worden de antwoorden als volgt samengevat.¹⁹⁴

658. Een distributeur onderhandelt met een bioscoopexploitant over het percentage dat hij ontvangt op alle verkochte tickets per speelweek. Bv.: 1ste t.e.m. 3de speelweek: 50% / 4de-5de speelweek: 45% enz.

659. De onderhandelingen gebeuren individueel met iedere bioscoopgroep voor elk bioscoopcomplex en film per film. Voor de contractuele vastlegging van de huurtarieven wordt rekening gehouden met de volgende punten:

- Gross Box office potentieel van een film;
- Het potentieel van een film wordt verder niet onderverdeeld op basis van het type film (vb. blockbuster, B-film of tweede categorie, Vlaamse film, Art& Essai,...) en/of op basis van het belang van de cinema's (Kinopolis/UGC/Studio Geel,...);
- Commerciële appeal van de film (cast, trailer, US results, etc.);
- Resultaten in andere landen waar de film al is uitgebracht;
- Periode waarin de film wordt uitgebracht (bv. schoolvakantie);
- Licentievergoedingen die de filmdistributeur zelf aan de producent dient te betalen;
- Het aantal weken en voorstellingen dat een exploitant bereid is de film te vertonen;
- Het huurpercentage kan vast of degressief zijn in functie van het aantal speelweken in de zalen;

660. **20th Century Fox** voegt toe dat na de contractuele bepalingen er wekelijks in het begin van de week (vb. op maandag) onderhandeld wordt over de programmatie van de film in de bioscoop. Op dat ogenblik wordt dan in overleg met de bioscoopexploitant gekeken naar de verkregen inkomsten alsook de verwachte inkomsten in de komende week(en). Het kan zijn dat de weken dan worden aangepast (dus een week eerder naar 45% of 40%).¹⁹⁵

661. **Independent Film Distribution** maakt volgende opmerkingen. Topfilms halen gemiddelde 60% van hun totaal aantal toeschouwers in de eerste twee speelweken. Exploitanten zijn niet

¹⁹³ Antwoord 23 september 2015 van Jekino op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

¹⁹⁴ Antwoord van 28 oktober 2015 van KFD op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015; Antwoord van 30 oktober 2015 van Entertainment One Benelux op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015; Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015; Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

¹⁹⁵ Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

verplicht om het hele contract uit te voeren. Van zodra een film onvoldoende toeschouwers haalt, mag de exploitant de film stoppen. Het is dus eerder uitzonderlijk dat een film langer loopt dan 6 weken. Vooral in kleinere bioscopen (met minder schermen) lopen films slechts een beperkt aantal weken, tenzij het om een absolute blockbuster gaat.¹⁹⁶

Vaste of degressieve tariefkeuze

662. **KFD** benadrukt dat de keuze voor vast of degressief niet in functie is van het belang van de cinema evenmin in functie van het type film. Het is in functie van de manier waarop een exploitant verkiest te werken. [VERTROUWELIJK].¹⁹⁷

663. Ook bij **The Walt Disney Company** is het verschil tussen vast en degressief niet in functie van het type film of het belang van de cinema's. [VERTROUWELIJK] Utopolis en Imagix. UGC en anderen hebben een degressief tarief.¹⁹⁸ Evenwel vreest zij voor volgende risico: "Voor de distributeurs is er dan weer het risico dat het basistarief voor de berekening van de rentalpercentages zal dalen omwille van 'creatieve' kosten zoals e-ticketing, cosy seats, nieuwe audiovormen, nieuwe beeldkwaliteit, enz."¹⁹⁹

664. **Independent Film Distribution** sluit met de meeste bioscoopgroepen huurcontracten af met een degressief filmhuurpercentage. [VERTROUWELIJK]. Er is geen verschil tussen Amerikaanse en Vlaamse films. Beide worden verhuurd op basis van hun (verwacht) commercieel potentieel.²⁰⁰

665. Het huurpercentage wordt onderhandeld tussen distributeur en exploitant. Het spreekt voor zich dat de grootte van het marktaandeel van de exploitant een bepalende factor is. Hoe 'sterker' de positie van de exploitant, hoe lager het filmhuurpercentage wordt. Vergelijk het met de prijzen die Carrefour kan bedingen bij haar leveranciers t.o.v. de prijzen die de onafhankelijke kruidenier betaalt voor dezelfde producten.²⁰¹

Rol van Kinopolis in de diversificatie (vast of degressief) van de filmhuur

666. **20th Century Fox Film Belge** is op dit punt duidelijk "Kinopolis heeft al voor het eerste samengaan van de twee groepen (Bert en Claeys) en de beursgang op basis van haar volume onderhandeld over betere condities voor zijn zalen.²⁰² Dit heeft in geval van Fox uiteindelijk geleid tot een algemeen samenwerkingsakkoord met [VERTROUWELIJK]".²⁰³ Verder preciseert deze major dat: "[VERTROUWELIJK]".²⁰⁴

Compensatie post-transactie van filmhuur

¹⁹⁶ Antwoord van 26 oktober 2015 van Independent Films Distribution op vraag 2 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

¹⁹⁷ Antwoord van 28 oktober 2015 van KFD op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober.

¹⁹⁸ Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

¹⁹⁹ Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 11 september 2015.

²⁰⁰ Antwoord van 26 oktober 2015 van Independent Films Distribution op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

²⁰¹ Antwoord van 26 oktober 2015 van Independent Films Distribution op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

²⁰² Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

²⁰³ Vertrouwelijk antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

²⁰⁴ Vertrouwelijk antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 1 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

667. *Op de vraag m.b.t. de compensatie post-transactie van een mogelijks verlaagde filmhuur van Kinopolis met een verhoogd filmhuur van andere bioscopen zijn de antwoorden van de filmdistributeurs negatief.*²⁰⁵

668. **Entertainment One Benelux** stelt dat een verhoging voor de andere bioscopen zou kunnen, de vraag is evenwel of die andere bioscopen dit zouden aanvaarden. Dit zou het onderwerp uitmaken van nieuwe onderhandelingen. Voor zover bekend, heeft dergelijke compensatie nog niet in het verleden plaatsgevonden.²⁰⁶

669. **The Walt Disney Company** antwoordt dat zij gelijkaardige condities hanteert voor alle bioscoopgroepen en nog nooit omwille van machtsposities deze condities heeft moeten aanpassen. In de meeste gevallen wordt het maximale percentage al bereikt en kunnen/willen zij dit ook niet aanpassen.²⁰⁷

Berekeningsbasis voor filmhuur

670. *Aangezien de antwoorden van de aangeschreven filmdistributeurs (zowel majors als onafhankelijke distributeurs) gelijklopend zijn, worden de antwoorden als volgt samengevat.*²⁰⁸

671. *De berekeningsbasis voor filmhuur is wettelijk geregeld.*²⁰⁹ *Filmdistributeurs rekenen aan alle bioscoopexploitanten waaraan zij haar films distribueert, een filmhuurbedrag (rentalbedrag) aan dat als volgt wordt bepaald. De bruto-ontvangsten ("gross box office" (GBO)) van de betrokken film zijn de bruto-ontvangsten behaald uit de film, nl. de som van de prijzen van de verkochte filmtickets. Van deze gross box office (GBO), worden de auteursrechten, de stadstaksen en de BTW afgehouden om de netto-ontvangsten ("netto box office" (NBO)) te bepalen. De NBO vormt de basis voor berekening van de filmhuur dat gefactureerd wordt aan de bioscoop. De filmhuur is afhankelijk van het huurpercentage dat de filmdistributeur contractueel afsprekt met de bioscoop met betrekking tot de specifieke filmtitel.*

672. *Alle bioscoopexploitanten delen met de filmdistributeur via het filmhuurpercentage de totaliteit van de ontvangsten uit de filmticketprijzen (na aftrek van auteursrechten, gemeentetaksen en BTW). Er is enkel de uitzondering van de extra fee m.b.t. de bovengenoemde bijzondere*

²⁰⁵ Antwoord van 26 oktober 2015 van Independent Films Distribution op vraag 3 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015; Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 3 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

²⁰⁶ Antwoord van 30 oktober 2015 van Entertainment One Benelux op vraag 3 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

²⁰⁷ Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 3 van aanvullend het verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

²⁰⁸ Antwoord van 11 december 2015 van Independent Films op het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015; Antwoord van 16 december 2015 van 20th Century Fox op het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015; Antwoord van 6 januari 2016 van 20th Century Fox op het aanvullend verzoek om inlichtingen van 27 december 2015; Antwoord van 16 december 2015 van Belga op het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015; Antwoord van 6 januari 2016 van Belga op het aanvullend verzoek om inlichtingen van 27 december 2015; Antwoord van 17 december 2015 van Entertainment One op het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015; Antwoord van 6 januari 2016 van Entertainment One op het aanvullend verzoek om inlichtingen van 27 december 2015; Antwoord van 24 december 2015 van Sony op het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015; Antwoord van 7 januari 2016 van Sony op het aanvullend verzoek om inlichtingen van 27 december 2015; Antwoord van 23 december 2015 van Cinéart op het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015.

²⁰⁹ Wet van 30 juli 1963 betreffende het verhuren van films bestemd voor commerciële vertoning, zie http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1963073030&table_name=wet; Ministerieel besluit van 13 maart 1986 betreffende de huurprijs van de films bestemd voor commerciële vertoning, zie http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1986031330&table_name=wet

categorie en, wat Utopolis betreft, de fee voor de VIP-zaal in Utopolis Mechelen, welke niet gesplit wordt met Fox.

673. [VERTROUWELIJK].

674. *In de loop der jaren hebben de filmdistributeurs een overeenkomst bereikt met alle bioscoopexploitanten over wat valt onder content en fee deel (i.e. de split).* [VERTROUWELIJK].

- [VERTROUWELIJK]:

[VERTROUWELIJK].

- [VERTROUWELIJK]:

[VERTROUWELIJK]:

- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];

- [VERTROUWELIJK]

[VERTROUWELIJK]:

- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK]²¹⁰;
- [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK].

675. *Filmhuur is altijd een percentage op de ticketprijs, los van de hoogte van die ticketprijs. Het staat de bioscoop vrij deze te bepalen. Er wordt dus rekening gehouden met kortingen (student, diverse kaarten, senioren). Exploitanten rekenen dus filmhuur af op die lagere ticketprijs.*

676. *Evenwel is er geen enkele andere bioscoopgroep die een dermate uitgebreide [VERTROUWELIJK] toepast zoals Kinopolis, met uitzondering van de VIP-fee in Utopolis Mechelen die niet gedeeld wordt met de distributeur. Derhalve heeft de [VERTROUWELIJK] van Kinopolis op zich reeds gevolgen op de grootte van de filmhuur.*

677. *Voor formules zoals Ladies' Night waarbij de ticketprijs veel hoger ligt dan bij een standaardticket, is het in de meeste gevallen de bioscoopexploitant die bepaalt wat de basis zal zijn voor de berekening van de huurprijs. Bij speciale acties zoals BnP Paribas Fortis Filmdays waar verschillende bioscopen aan deelnemen, worden ticketprijzen bepaald door de organisatie en de deelnemende bioscopen.*

²¹⁰ Mobistar Loyal Stars is een recent programma (opnieuw niet alleen geldig bij Kinopolis bioscopen) waar Mobistar klanten een 'één+één' ticket kopen op dinsdag en waar het 'gratis' ticket wordt aangekocht door Mobistar aan een waarde van 4 euro en onder dat tarief ook op de borderellen wordt vermeld. Antwoord van 10 december 2015 van 20th Century Fox op vraag 1 van het verzoek om inlichtingen van 16 december 2015;

- Borderellen

Het filmhuurpercentage wordt toegepast op de bedragen die door de exploitanten worden meegedeeld op de borderellen, zijnde de wekelijkse aangifte-documenten op basis waarvan de distributeur vervolgens de filmhuur berekent.

KFD zelf stelt dat deze aangifte-documenten in principe de contentwaarde voor het bekijken van een film mee moeten meedelen en het reductietarief en/of toeslag voor een lange film, 3D etc., indien van toepassing.²¹¹ Uit de marktbevraging volgt evenwel dat juist elke transparantie in de borderellen van Kinopolis ver te zoeken is.

Zo merkt Sony op dat: “De exacte bedragen die toeschouwers aan de kassa betalen vinden we toeslagen, internet fees, zitcomfort toeslagen enz. worden systematisch door de exploitanten in vermindering gebracht. [VERTROUWELIJK]. Bij Utopolis worden er noch internet fees noch reservatie toeslagen afgetrokken. Onze business is volledig gebaseerd op de correcte aangifte van de ontvangen bedragen via de borderellen. De vele tarificaties op borderellen maken het ons héél moeilijk om een duidelijk zicht te hebben op wat de consument betaald.”²¹²

- Raamakkoord:

Aan de filmdistributeurs werd gevraagd naar het bestaan van raamakkoorden met de bioscoopexploitanten.

Entertainment One antwoordt: “Raamakkoorden zijn mogelijk, duurtijd is onderhandelbaar net als de hoogte van het percentage.” Volgens Sony is de grootte van de “concerns” niet bepalend voor een eventueel raamakkoord”.²¹³

Independent Films verduidelijkt dat er met kleinere, onafhankelijke bioscopen of bioscoopgroepen wordt onderhandeld per film. Met de grote groepen worden vaste huurpercentages overeengekomen en dit eventueel op basis van sliding scales. Hoe meer succesvol een film is, hoe hoger het filmhuurpercentage. Het betreft een overeenkomst van onbepaalde duur. Enkel de huurpercentages op basis van de sliding scales maken deel uit van de raamovereenkomst. Raamakkoorden worden enkel met de grootste bioscoopgroepen afgesloten.²¹⁴

[VERTROUWELIJK].²¹⁵

Specifieke bevraging naar de toegenomen marktmacht post-transactie van KFD

678. 20th Century Fox Film Belge antwoordt dat de inkoopmacht van KFD voor Vlaamse films post-transactie beduidend zal toenemen alsook de inkoopmacht voor de niet-Vlaamse films, zij het minder indrukwekkend dan voor de Vlaamse films. Zij wijst eveneens op de gevolgen op het vlak van premières, release datum, taks-shelter engagement.

²¹¹ Antwoord van 17 december 2015 van KFD op vraag 1 van het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015.

²¹² Antwoord van 24 december 2015 van Sony op vraag 1 van het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015.

²¹³ Antwoord van 24 december 2015 van Sony op vraag 6 van het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015.

²¹⁴ Antwoord van 11 december 2015 van Independent Films op vragen 4 t.e.m. 6 van het verzoek om inlichtingen van 10 december 2015.

²¹⁵ Antwoord van 17 december 2015 van Kinopolis op de vragen 4 t.e.m. 6 van het verzoek om inlichtingen van 11 december 2015.

“Door het aanbieden aan een film van een verzekerde afzetmarkt binnen het Belgische bioscooplandschap (voor Vlaamse films tot 80%, voor niet-Vlaamse films tot mogelijk 55%) versterkt Kinopolis alsook Kinopolis Film Distributie zijn macht. Dit zal zeker in overweging genomen worden door de filmproducenten (lokaal en internationaal). De onderhandelingen met de andere bioscopen – vooral voor Vlaams product – zullen zeker ook onder druk komen te staan omdat Kinopolis Film Distributie binnen zijn afzetmarkt met zijn eigen zalenpark reeds 80% van de zalen zal bedienen. De andere bioscoopexploitanten (20%) zullen harder moeten onderhandelen om ook premières te krijgen alsook bezoek van cast. Ook zal het dateren (d.i. het zoeken naar een ideale release datum voor een film) van deze Vlaamse films veelal bij één speler liggen wat de markt kan verstoren.”²¹⁶

“Kinopolis Film Distributie kan naast zijn track-record van Vlaamse films dus ook een verhoogde afzet naar bioscopen aanbieden alsook een tax-shelter engagement middels de Kinopolis-groep waarin ten gevolge van de merger ook het bioscooppark van Utopolis zal zijn ondergebracht.”²¹⁷

679. **The Walt Disney Company** acht het waarschijnlijk dat de KFD producten voorrang krijgen qua zaalcapaciteit, aantal speelweken, owned media ondersteuning, avant -premières²¹⁸ en benadrukt de gevolgen voor de relaties met filmproducenten:

“De marktmacht zal zeker toenemen omdat ze nu naar producers de grootte van hun bioscoopgroep kunnen uitspelen. Dit geldt zowel voor Vlaamse als voor andere films. Wij zien daar niet direct een verschil tussen. Het aantal schermen is een belangrijke onderhandelingspower. Daarbij komt dat ze met mediapartners een veel betere barter kunnen afsluiten waardoor ze extra mediapower kunnen inzetten. Een ander gevoelig punt naar producers toe, nl de marketing rond de film.”²¹⁹

680. **Independent Films Distribution** stelt dat KFD meer publiciteit kan garanderen voor een film in de bioscoopcomplexen van de Kinopolisgroep.²²⁰

681. Volgens **Cinéart** is KFD door de Transactie “opnieuw geprivilegieerd”.²²¹

682. **Jekino** is van oordeel dat producenten nu nog meer geneigd gaan zijn om eerst met Kinopolis Film Distribution te praten, ervan uitgaande dat hun film dan in nog meer bioscopen zal gespeeld worden. Evenwel is Jekino ervan overtuigd dat de filmproductiehuizen hen zal blijven vinden voor de distributie van kinderfilms.²²²

VIII.3.5.c Positie Auditeur

²¹⁶ Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

²¹⁷ Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

²¹⁸ Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 11 september 2015

²¹⁹ Antwoord van 28 oktober 2015 van The Walt Disney Company Benelux op vraag 4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

²²⁰ Antwoord van 26 oktober 2015 van Independent Films Distribution op vraag 4 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015

²²¹ Antwoord van 24 september 2015 van Cinéart op vraag 13.2 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

²²² Antwoord van 22 september 2015 van Jekino op vraag 12.2 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

i) M.b.t. de versterking post-transactie van de machtspositie van Kinopolis tegenover filmdistributeurs

Filmhuurpercentage

683. Door de transactie zal niet enkel de landelijke dekking van Kinopolis vergroten ook haar zalenpark zal toenemen met 30 zalen (5410 zetels) en rond de 1 miljoen bezoekers.
684. Gelet op de nationaal gevoerde onderhandelingen met filmdistributeurs, is de auditeur van oordeel dat hierdoor de onderhandelingsmacht van Kinopolis tegenover de filmdistributeurs zal worden versterkt.
685. Kinopolis zal er minstens in slagen om de gemiddelde licentievergoeding voor de Utopolis' complexen ([VERTROUWELIJK]) op het gemiddelde niveau van Kinopolis te brengen ([VERTROUWELIJK]). Vandaag bestaat er een verschil van [VERTROUWELIJK]. Alleen al op grond hiervan is aangetoond dat Kinopolis tegenover filmdistributeurs reeds pre-transactie over een machtspositie beschikt.
686. De vraag die zich verder stelt is of Kinopolis post-transactie de licentievergoedingen nog verder zal kunnen verlagen in vergelijking met de overige concurrenten. Om deze vraag te beantwoorden moet onderzocht worden hoe het komt dat Kinopolis historisch lage filmhuurpercentages heeft.
687. Kinopolis is erin geslaagd reeds pre-transactie lagere filmhuurpercentages te bekomen dan haar concurrenten door de filmdistributeurs te confronteren met haar bevoorrechte marktpositie tijdens de onderhandelingen (zijnde het landelijk verspreid netwerk aan bioscopen, het marktaandeel en het groot aantal bioscoopzalen waarover zij beschikt). In 1997 had de Raad voor de Mededinging al vastgesteld dat de aanmeldende partijen betere huurprijzen genoten bij de filmdistributeurs dan hun concurrenten. Kinopolis stelt zelf dat de gemiddelde rental de laatste 15 jaar steeds is blijven schommelen tussen [VERTROUWELIJK] ondanks de voortdurende uitbreiding van haar zalenpark.²²³
688. De auditeur merkt op dat deze continue uitbreidingen nooit gepaard gingen met opeenvolgende betekenisvolle toenames van het marktaandeel van Kinopolis. Dit blijkt uit de aangeleverde cijfers door Kinopolis. Het marktaandeel van Kinopolis bleef in de periode 2009-2014 schommelen tussen [VERTROUWELIJK]. Dit is niet verwonderlijk gelet op het bestaan van de 4^{de} voorwaarde zoals opgelegd door de Raadsbeslissing van 1997. Tot vandaag voltrokken de onderscheiden uitbreidingsprojecten van Kinopolis zich steeds door het vervangen van bestaande Kinopolis bioscoopcomplexen door nieuwe complexen (zoals uiteengezet onder sectie 7). Met de overname van de 4 Utopolis-bioscopen zal Kinopolis eensslags het zalenpark van Utopolis verwerven. Zoals berekend leidt de Transactie tot een beduidende toename van het marktaandeel van Kinopolis zowel op nationaal als Vlaams niveau. Derhalve is het volgens de auditeur niet onwaarschijnlijk dat Kinopolis haar bevoorrechte marktpositie door de transactie (opnieuw) zal uitspelen tegenover de filmdistributeurs voor het verkrijgen van betere, i.e. nog lagere, filmhuurpercentages.
689. Volgens de auditeur moeten de antwoorden van filmdistributeurs binnen deze geschetste historische context worden geplaatst. Zo stelt Walt Disney dat zij gelijkaardige condities hanteert voor alle bioscoopgroepen en nog nooit omwille van machtsposities deze condities heeft moeten aanpassen. In de meeste gevallen wordt het maximale percentage al bereikt en

²²³ Bijlage 3 bij het antwoord van 30 december 2012 van Kinopolis op het verzoek om inlichtingen van 24 december 2012.

kunnen/willen zij dit ook niet aanpassen. Evenmin laten de onafhankelijke distributeurs in hun antwoord blijken dat Kinopolis haar gewijzigde marktpositie ten gevolge van uitbreidingsprojecten systematisch heeft uitgespeeld tijdens onderhandelingen over de huurprijs. De auditeur is van oordeel dat het historisch marktgedrag van Kinopolis niet haar toekomstige onderhandelingsstrategie voorspelt. Om omzet te behalen is het voor een filmdistributeur belangrijk dat de film gespeeld wordt in zoveel mogelijk zalen. Door de overname van de 4 Utopolis-complexen is het waarschijnlijk dat Kinopolis haar filmprogrammatiepolitiek (meer toegespitst op blockbusters) ook toepast op de overgenomen bioscopen. Hierdoor bestaat het risico dat filmdistributeurs met een ander filmaanbod (B-film) minder toegang krijgen tot het zalenpark van Kinopolis.

690. Hetzelfde moet gezegd worden over de antwoorden van filmdistributeurs m.b.t. de compensatie post-transactie van een mogelijks verlaagde filmhuur van Kinopolis met een verhoogd filmhuur van andere bioscopen. De antwoorden hierop waren negatief.²²⁴ Zoals Entertainment One Benelux terecht opmerkt is de vraag evenwel of die andere bioscopen dit zouden aanvaarden. Dit zou het onderwerp uitmaken van nieuwe onderhandelingen.

691. De auditeur benadrukt dat de beoordelingstoets in het kader van de concentratiecontrole enkel vereist dat wordt aangetoond dat de machtspositie van Kinopolis post-transactie wordt behouden of versterkt. De vraag of Kinopolis daadwerkelijk zijn versterkte onderhandelingspositie verder zal gebruiken (en erin zal slagen) om nog lagere filmhuurpercentages te verkrijgen is vanuit de concentratiecontrole niet aan de orde.

692. Kinopolis stelt dat haar gemiddeld filmhuurpercentage [VERTROUWELIJK] bedraagt en dat het verschil met Utopolis ([VERTROUWELIJK]) niet belangrijk is.

693. In de hypothese dat Kinopolis de handling/reservatie fee (0,41/0,66 cent) aftrekt voor de toepassing van de filmhuur, is de filmhuur die werkelijk wordt betaald door Kinopolis eigenlijk veel lager dan Utopolis die geen aftrek toepast van een handling fee. Het werkelijk huurpercentage betaald door Kinopolis op een basisticket (10,35€) is eigenlijk [VERTROUWELIJK] (bij een fee van [VERTROUWELIJK]). Het verschil ligt dus in de grootorde van [VERTROUWELIJK] voor de aangenomen hypothesen. Er kan dus worden vastgesteld dat Kinopolis van veel meer voordelige voorwaarden geniet dan haar concurrenten.

	<i>Kinopolis (hypothese met handling fee)</i>	<i>Kinopolis (hypothese zonder handling fee van 0,41)</i>
--	--	---

²²⁴ Antwoord van 26 oktober 2015 van Independent Films Distribution op vraag 3 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015; Antwoord van 28 oktober 2015 van 20th Century Fox Film Belge op vraag 3 van het aanvullend verzoek om inlichtingen van 23 oktober 2015.

<i>Jaarlijks aantal bezoekers</i>	8.970.000	8.970.000
<i>Basisprijs (€)</i>	10.35	10.35
<i>Handling fee (0,41€)</i>	-0.41	0
<i>BTW, Stadstax, SaBam</i>	-1.52	-1.58
<i>Netto prijs (€)</i>	8.42	8.77
<i>Filmhuurpercentage</i>	[...]	[...]
<i>Filmhuur distributeurs (€)</i>	[...]	[...]
<i>Verschil (€)</i>		[...]

694. Kinopolis bevestigt overigens dat in absolute cijfers, de filmdistributeurs geen belangrijke impact zullen voelen in de toepassing van de voorwaarden van Kinopolis op de Utopolis-bioscopen. De auditeur gaat hiermee niet akkoord. Onderstaande tabel toont aan dat zonder de verhoging van de ticketprijzen van Utopolis, de filmhuurinkomsten van de distributeurs lager zullen zijn.

	<i>Kinopolis (hypothese met handling fee)</i>	<i>Kinopolis (hypothese zonder handling fee van 0,41)</i>
<i>Jaarlijks aantal bezoekers</i>	1.023.000	1.023.000
<i>Basisprijs (€)</i>	8.5	8.5
<i>Handling fee (0,41€)</i>	0	-0.41
<i>BTW, Stadstax, SaBam</i>	-1.3	-1.23
<i>Netto prijs (€)</i>	7.20	6.86
<i>Filmhuurpercentage</i>	[...]	[...]
<i>Filmhuur distributeurs (€)</i>	[...]	[...]
<i>Verschil (€)</i>		[...]

Andere commerciële voorwaarden

- Avant-premières

Uit de antwoorden van de filmdistributeurs (ook KFD²²⁵) blijkt dat zij hun politiek m.b.t. avant-premières niet zullen aanpassen ten gevolge van de transactie voor Kinopolis of de overige bioscoopexploitanten. Elke bioscoopexploitant, die de betreffende film programmeert, krijgt de toestemming om avant-premières te organiseren mits haar contractuele afspraken met de producent dit toelaten.

De antwoorden uit de marktbevraging laten niet toe om zich uit te spreken over een belangrijke voordelen die zouden zijn gegeven aan Kinopolis met betrekking tot avant-premieres.

- Marketing ondersteuning

Ook met betrekking tot marketing ondersteuning stellen de filmdistributeurs dat de transactie de bestaande concurrentie door andere bioscoopexploitanten niet zal bemoeilijken.

Uit het 2^{de} fase marktonderzoek volgt dat minstens 2 filmdistributeurs marketingvoordelen toekenden aan Kinopolis. [VERTROUWELIJK].

ii) M.b.t. de versterking post-transactie van de marktmacht van KFD

De auditeur stelt vast dat KFD hoofdzakelijk Vlaamse films distribueert en slechts enkele internationale films.²²⁶

Het team van bookers dat nu voor Kinopolis opereert zal post-transactie ook de boekingen voor de vier Utopolis-complexen verzorgen. Hierdoor is er voor filmdistributeurs post-transactie een mogelijkheid minder om – indien de film niet wordt geselecteerd door het booking-team van Kinopolis – deze in een ander netwerk van multiplexen aan te bieden. In dit verband herneemt de auditeur het antwoord van Jekino: “Zoals uit voorgaand overzicht blijkt, heeft de Utopolis groep (tot nu toe) meer interesse in ons aanbod van (alternatieve) kinderfilms. Wanneer er slechts één programmator (Kinopolis) beslist, verkleint dit uiteraard onze kansen op verschillende bioscopen. [...] Verder speelt mijn inziens dat hoe minder verschillende programmatoren, hoe minder divers het filmaanbod zal zijn”.²²⁷

De auditeur verwijst in dit verband naar het arrest van 11 maart 2010 van het Hof van Beroep (punt 41 in fine):

*(...) Het netwerk van Kinopolis **verschafft een hefboom op de huurmarkt** van films omdat het filmbeleid wordt gecentraliseerd, hetgeen een zeer gunstige onderhandelingspositie verschafft omdat het **ook mogelijk maakt** om een film een nationaal verspreid zalencomplex **te ontzeggen**.*

Het aantal en de geografische spreiding van de Kinopolis-bioscoopzalen leent zich ook beter tot ruimere commerciële samenwerking dan in het geval van spelers met slechts enkele bioscopen."

²²⁵ Antwoord van 21 september 2015 van KFD op vraag 12 en 12.1 van het verzoek om inlichtingen van 11 september 2015.

²²⁶ Bijlage 2 bij het antwoord van 11 december 2015 van KFD op het verzoek om inlichtingen van 4 december 2015.

²²⁷ Antwoord 23 september 2015 van Jekino op vraag 12 van het verzoek om inlichtingen van 16 september 2015

VIII.4 Gecoördineerde gevolgen

695. *Uit de rechtspraak van het Hof van Justitie volgt dat een risico op stilzwijgende marktcoördinatie bestaat indien:*

- *de ondernemingen tot een verstandhouding kunnen komen;*
- *de coördinerende ondernemingen kunnen controleren of de verstandhouding wordt nageleefd (monitoring);*
- *er een geloofwaardig disciplineringsmechanisme bestaat dat in werking kan worden gesteld wanneer afwijkend gedrag aan het licht komt; en*
- *de met de coördinatie beoogde resultaten kunnen niet in gevaar worden gebracht door het optreden van buitenstaanders.*²²⁸

VIII.4.1 Positie aanmeldende partij

696. *In het verzoekschrift wordt door de aanmeldende partij geen positie ingenomen over het al dan niet bestaan van gecoördineerde gevolgen.*

VIII.4.2 Marktbevraging

697. *Geen enkele van de bevroegde concurrenten en stakeholders heeft aangegeven dat onderhavige transactie zal leiden tot mededingingsbeperkende gecoördineerde gevolgen.*

VIII.4.3 Onderzoek en conclusie auditeur

698. *Op basis van de marktbevraging en het bovenstaande besluit de auditeur dan ook dat voorliggende transactie niet zal leiden tot mededingingsbeperkende gecoördineerde gevolgen op de betrokken markten.*

VIII.5 Conglomerale gevolgen

699. *De Niet-Horizontale Richtsnoeren verduidelijken dat het voornaamste probleem in de context van fusies met een conglomeraatkarakter, marktafscherming is. Om marktafscherming te toetsen moet de vraag gesteld worden of de moederondernemingen de mogelijkheid en prikkel hebben om een sterke marktpositie op de ene markt over te hevelen naar een andere markt bij wijze van koppelverkoop, bundeling of andere uitsluitende praktijken.*

700. *Om de waarschijnlijkheid van zulk scenario te kunnen toetsen, moet er worden getoetst of het fusiebedrijf:*

- *de mogelijkheid zou hebben om haar concurrenten van de markt af te schermen;*
- *de prikkel zou hebben om dit te doen; en*
- *of een marktafschermingstrategie een significant schadelijk effect op de mededinging zou hebben, en dus met andere woorden schade aan consumenten toebrengt.*

VIII.5.1 Positie aanmeldende partij

701. *In het verzoekschrift wordt door de aanmeldende partij geen positie ingenomen over het al dan niet bestaan van conglomerale gevolgen.*

²²⁸ Hof van Justitie, 10 juli 2008, *Impala.*, C 403/06, nr. 123.

VIII.5.2 Marktbevraging

702. *Geen enkele van de bevroegde concurrenten en stakeholders heeft aangegeven dat onderhavige transactie zal leiden tot mededingingsbeperkende conglomerale gevolgen.*

VIII.5.3 Onderzoek en conclusie auditeur

703. *Op basis van de marktbevraging en het bovenstaande besluit de auditeur dan ook dat voorliggende transactie niet zal leiden tot mededingingsbeperkende conglomerale gevolgen op de betrokken markten.*

VIII.6 Markttoetreding

VIII.6.1 A. Positie aanmeldende partij

704. *In het verzoekschrift wordt door de aanmeldende partij geen specifieke positie ingenomen over het de mogelijkheden voor nieuwe spelers om toe te treden op de Belgische markt.*

VIII.6.2 B. Conclusie auditeur

705. *Zoals hiervoor meermaals aangehaald, is het Belgisch bioscopenpark (nagenoeg) verzadigd. Bijgevolg lijkt markttoetreding of uitbreiding te moeten plaatsvinden via overname van bestaande bioscoopcomplexen.*

706. *In dit opzicht merkt de auditeur op dat Utopolis een van de weinige concurrenten is van Kinopolis dat in België een - weliswaar klein - netwerk aan bioscoopcomplexen van enige omvang uitbaat.*

707. *Concurrenten die de Belgische markt wensen te betreden of er willen groeien worden verder geconfronteerd met het feit dat de groep Kinopolis reeds aanwezig is in bijna alle Vlaamse steden van grote en middelgrote omvang, en daarnaast ook in Brussel, Luik en Braine L'Alleud. Daarenboven geniet Kinopolis in elk van deze lokale markten hoge marktaandelen.*

708. *Dit uitgespreid en fijnmazig netwerk brengt tevens duidelijke schaalvoordelen met zich mee voor Kinopolis, hetgeen de toetredings- en uitbreidingsdrempels voor concurrenten verhoogt. In dit verband kan onder meer gewezen worden op de opportuniteiten inzake B2B en de organisatie van evenementen.*

709. *Daarnaast moet ook gewezen worden op de verticale integratie van Kinopolis via KFD, wat zijn machtspositie in Vlaanderen verder versterkt.*

710. *De auditeur wenst ook de aandacht te vestigen op een aantal gevallen waarin Kinopolis de groei van concurrenten in België heeft belemmerd of verhinderd. Het gaat onder meer om het project van multiplex van UGC te Luik (Médiacité), waarvoor Kinopolis door de Rechtbank van Koophandel te Brussel in 2010 is veroordeeld wegens misbruik van machtspositie.*

711. *Recent heeft Kinopolis de "muren" (vastgoed) van het voornaamste complex dat UGC uitbaat in Brussel, te weten aan de Guldenvlieslaan. Afgaande op persartikels zou Kinopolis sinds de overname de huur van UGC verdrievoudigd hebben.*

712. Verder in het verleden kan ook melding gemaakt worden van het project van multiplex van de groep Euroscop te Brugge, en de klacht die deze groep in dit kader had ingediend bij de Raad met betrekking tot de oprichting door Kinopolis van een concurrerend complex te Brugge. (beslissing 2005-V/M-05).

IX. Analyse van de aangeboden verbintenissen door de auditeur

IX.1 Aangeboden verbintenissen

713. In eerste fase werd er door de aanmeldende partij geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid verbintenissen aan te bieden bedoeld om een beslissing te verkrijgen op grond van artikel IV.61, §2, 1°.

714. Op 23 december 2015 heeft de aanmeldende partij volgende verbintenis aangeboden²²⁹:

“Kinopolis Group NV en elke dochteronderneming van Kinopolis ("Kinopolis") zal gedurende een periode van drie jaar die aanvangt op het ogenblik van het verwerven van de controle (in de zin van artikel 5, Boek I, Wetboek van Vennootschappen) over de vennootschappen die betreffende complexen exploiteren ("de Periode") de bioscoopcomplexen gelegen in Aarschot, en Lommel niet sluiten (hierna "Bioscoopcomplexen/Bioscoopcomplex").

Kinopolis zal evenwel een Bioscoopcomplex kunnen sluiten indien, één van de volgende feiten, zich voordoen :

- 1. Kinopolis verliest de nodige vergunningen om het betreffende Bioscoopcomplex uit te baten of de zakelijke of contractuele rechten over het Bioscoopcomplex die de uitbating mogelijk maken.*
- 2. Een "force majeure" maakt een exploitatie onmogelijk of een verdere uitbating onrendabel.*

Kinopolis kan één of beide Bioscoopcomplexen sluiten zonder voorafgaande toestemming van de BMA indien één van deze feiten zich voordoet.

Kinopolis kan in elk geval één of beide Bioscoopcomplexen aan een derde partij verkopen. De verbintenis vervalt dan op de dag dat de eigendom van het complex aan de derde partij wordt overgedragen.

Kinopolis is enkel verplicht de BMA na sluiting of verkoop hiervan op de hoogte te brengen.

Kinopolis kan op elk ogenblik de BMA verzoeken om de verbintenis te wijzigen of op te heffen. De procedure met betrekking tot de controle van concentraties van ondernemingen die van toepassing is op het ogenblik van het neerleggen van het verzoek is ook van toepassing voor de behandeling van zulk verzoek, dat, in elk geval, per aangetekende brief per drager of per e-mail kan worden ingediend.”

715. Het aanbieden van deze verbintenis had enkel tot doel de onderzoeksperiode te verlengen met 20 werkdagen en Kinopolis in staat te stellen op een latere datum aangepaste verbintenissen

²²⁹ Zie Bijlage 2 bij deze herziene ontwerp van beslissing.

aan te bieden. Om deze reden heeft het Auditoraat geen Markttest betreffende deze verbintenis uitgevoerd.

716. Op 11 januari 2016 werd in de kantoren een vergadering gehouden met Kinopolis, waarin het Auditoraat de stand van zaken in het onderzoek meedeelde aan Kinopolis. Aan het einde van deze vergadering heeft Kinopolis mondeling de intentie geuit om bij wijze van verbintenis Aarschot en Lommel af te stoten. Het Auditoraat is daar opdat ogenblik niet verder op ingegaan aangezien de impact van deze mogelijke verbintenis nader moest worden geanalyseerd.

717. Op 18 januari 2016 werd er opnieuw een vergadering gehouden met Kinopolis om het standpunt van het Auditoraat mee te delen betreffende de door Kinopolis mondeling overgemaakte verbintenis op 11 januari. Het Auditoraat was van oordeel dat deze verbintenis niet tegemoet kon komen aan de mededingingsrechtelijke bezwaren die voortvloeien uit onderhavige transactie. Tijdens deze vergadering ging het hoofdzakelijk over de mededingingsrechtelijke problemen die voorkomen in het verzorgingsgebied Mechelen. In het kader van deze discussie heeft Kinopolis een voorstel gedaan om te garanderen dat de bioscoop te Mechelen gedurende een bepaalde tijd niet zou worden uitgebreid. Het Auditoraat heeft meteen meegedeeld dat op het eerste zicht deze bijkomende verbintenis niet voldoende is om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen en dat het Auditoraat de definitieve versie van de verbintenissen ten laatste op 20 januari dient te ontvangen.

718. Op 20 januari 2016 heeft Kinopolis de verbintenis, aangeboden op 23 december 2015, gewijzigd door volgende drie verbintenissen voor te stellen²³⁰:

"1) Kinopolis Group NV en elke dochteronderneming van Kinopolis ("Kinopolis") verbindt zich om binnen een termijn van 1 jaar na de goedkeuring van de Transactie de bioscopen in Aarschot en Lommel aan een andere exploitant over te dragen.

2) Kinopolis verbindt zich om binnen een termijn van zes maanden na de goedkeuring van de Transactie de capaciteit van de bioscoop in Antwerpen tot [VERTROUWELIJK] zalen en [VERTROUWELIJK] zetels te verminderen in plaats van de huidige [VERTROUWELIJK] zalen en [VERTROUWELIJK] zetels.

3) Kinopolis verbindt zich om gedurende een termijn van vijf jaar na de goedkeuring van de Transactie de capaciteit van de Utopolis-bioscoop in Mechelen en Turnhout (zowel in zalen als in zetels) niet uit te breiden."

719. Kinopolis omschrijft in haar aangepast aanbod tot verbintenissen de beweegredenen die tot dit aanbod hebben geleid, zoals hieronder samengevat:

Eerste verbintenis: De overdracht van de bioscopen in Aarschot en Lommel

720. De overdracht van 2 van de 4 beoogde bioscopen heeft tot gevolg dat Kinopolis slechts in een beperkt nieuw verzorgingsgebied actief wordt.

721. De door het Auditoraat gevreesde beperking van de mogelijkheid voor filmdistributeurs om hun films aan te bieden aan niet-Kinopolis exploitanten met als resultaat een gevreesde verschraling van het filmaanbod, wordt ook grotendeels weggenomen, daar een van Kinopolis onafhankelijke bioscoopexploitant(en) het filmaanbod in de bioscopen in Aarschot en Lommel zal blijven bepalen.

²³⁰ Zie Bijlage 3 bij deze herziene ontwerp van beslissing.

722. Tot slot heeft Kinopolis reeds aangetoond dat de Transactie geen aanleiding zal geven tot een versterking van haar positie ten aanzien van filmdistributeurs. Gelet echter het door het Auditoraat gevreesde risico dat Kinopolis te veel macht zou verwerven ten aanzien van de filmdistributeurs, is Kinopolis van oordeel dat door het niet verwerven van de bioscopen te Aarschot en Lommel ook aan deze bezorgdheid kan tegemoet gekomen worden.

Tweede verbintenis: De reductie van de capaciteit in Antwerpen

723. Door de verdere inperking van de capaciteit zal de invloed van Kinopolis Antwerpen, in de marktdefinitie van het Auditoraat, in de verzorgingsgebieden te Mechelen en Turnhout beperkt worden en bijgevolg de concurrentiedruk uitgaande van de bestaande concurrenten verhoogd worden. Deze structurele maatregel geeft bovendien de concurrenten die deze verzorgingsgebieden willen betreden, grotere expansiekansen en vergroot daardoor de (potentiële) concurrentiedruk van derden zowel in het verzorgingsgebied Mechelen als in het verzorgingsgebied Turnhout.

Derde verbintenis: Niet-uitbreiding van de complexen in Mechelen en Turnhout

724. De verbintenis komt tegemoet aan de bezorgdheid van het Auditoraat dat de overname door Kinopolis zou kunnen leiden tot een vermindering van de investeringskansen van derde partijen. Door voormelde verbintenis zullen de potentiële investeerders (cfr. de bestaande en reeds aangekondigde projecten ondermeer te Machelen (Uplace) en in de Mechelse binnenstad) gedurende een ruime standstill periode de mogelijkheid hebben om hun projecten verder te ontwikkelen.

X. Markttest

X.1 Inleiding

725. Ten gevolge de aangeboden verbintenis van 20 januari werd op 21 januari 2016 een markttest²³¹ uitgezonden naar zowel concurrerende bioscoopexploitanten als naar filmdistributeurs.

Concurrerende bioscoopexploitanten: Utopolis, UGC, Eurocoop, I-Magix en Cinépointcom.

Filmdistributeurs: 20th Century Fox, The Walt Disney Company, Sony Pictures, Entertainment One Belgium, Belga Films, Lumière en Independent Films Distributie.

726. Alle ondernemingen hebben op de Markttest gereageerd.

727. De auditeur geeft hieronder een synthese van ontvangen antwoorden, rekening houdend met de vertrouwelijke delen die in de antwoorden voorkomen. De auditeur zal hieronder niet verder rekening houden met de antwoorden van Utopolis gezien deze als over te nemen partij, van mening is dat de antwoorden haar niet aanbelangen en wel om volgende reden:

“Zoals eerder meegedeeld, is Utopolis van mening dat de transactie niet tot mededingingsbezwaren leidt. Utopolis is dan ook van mening dat de voorgestelde verbintenissen niet nodig zijn om enige mededingingsbezwaren weg te nemen. Voor zover het mededingingscollege toch de vermeende mededingingsbezwaren zou weerhouden, is Utopolis

²³¹ De volledige vragenlijst wordt toegevoegd in bijlage X

van mening dat de voorgestelde verbintenissen meer dan voldoende zijn om deze vermeende bezwaren weg te nemen.²³²

728. Cinépointcom heeft niet op de vragenlijst van de Markttest geantwoord omdat de recentelijke overnemer Cinéma Gaumont Pathé, als nieuwkomer op de Belgische markt, van oordeel is dat hij de markt in België onvoldoende kent. Bijgevolg houdt de auditeur hieronder geen rekening met diens antwoord.

X.2 Analyse van de markttest

X.2.1 Verbintenissen in hun totaliteit

729. Op de vraag of de verbintenissen in hun totaliteit tegemoetkomen aan de mededingingsproblemen die voortvloeien uit deze transactie antwoorden de concurrerende bioscoopexploitanten allen dat de totaliteit van de verbintenissen onvoldoende is om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen. Voor de motivering omtrent dit antwoord verwijzen ze allen naar hun antwoord betreffende elke verbintenis afzonderlijk.

730. Twee van de zeven antwoorden van de filmdistributeurs zijn vertrouwelijk. Eén distributeur is van mening dat de vraag hem niet aanbelangt. Alle overige filmdistributeurs zijn van oordeel dat de totaliteit van de verbintenissen onvoldoende is om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen.

X.2.2 Eerste verbintenis: afstoten Aarschot en Lommel

- **Oplossing voor de mededingingsproblemen:**

731. Alle concurrerende bioscoopexploitanten zijn van mening dat de eerste verbintenis onvoldoende is om volgende redenen:

- Het gaat om het afstoten van de twee kleinste complexen van Utopolis, die met 5 zalen niet tot de categorie multiplex behoren, in tegenstelling tot Mechelen en Turnhout.
- Het complex te Aarschot is eveneens gelegen in het verzorgingsgebied van Kinopolis Leuven.
- De machtspositie van Kinopolis vermindert niet door het af stoten van deze complexen.
- “loze” verbintenis.

732. Twee van de zeven antwoorden van de filmdistributeurs zijn vertrouwelijk. Twee distributeurs zijn van mening dat de vraag hen niet aanbelangt. De overige distributeurs zijn van mening dat de eerste verbintenis onvoldoende aangezien het gaat om het afstoten van kleine complexen meer bepaald met een vrij laag bezoekersaantal.

- **Levensvatbaarheid van de complexen**

733. De concurrenten zijn het er unaniem over eens dat de complexen te Aarschot en Lommel, zowel afzonderlijk als in één pakket, niet levensvatbaar zijn. Volgens hen zijn de complexen slechts rendabel als ze in bezit zijn van een reeds bestaande cinemagroep. Volgens één concurrent is het op zijn minst noodzakelijk om Utopolis Mechelen en Turnhout af te stoten. De overige twee concurrenten zijn van oordeel dat de vier Utopoliscomplexen moeten afgestoten worden.

²³² Antwoord van Utopolis van 25 januari 2016 op de Markttest van 21 januari 2016.

734. De meningen van de filmdistributeurs zijn verdeeld:

Drie van de zeven distributeurs zijn van mening dat de bioscoopcomplexen van Aarschot en Lommel levensvatbaar zijn, waarvan twee van oordeel zijn dat complexen afzonderlijk kunnen verkocht worden. Eén van deze drie haalt aan dat er ook nog steeds kleine bioscopen bestaan die rendabel zijn. Vier distributeurs zijn van mening dat de vraag op hen niet van toepassing is. Betreffende de overdracht van eventueel andere complexen stellen twee distributeurs dat Mechelen en Turnhout kunnen afgestoten worden. De overigen spreken zich niet uit wat betreft dit punt.

- **Aantrekkingspotentieel van de complexen**

735. *Zowel de concurrenten als de distributeurs schatten de aantrekkingskracht van Lommel Aarschot en Lommel en Aarschot laag tot maximum Medium in. Wat betreft de aantrekkingskracht van Turnhout en Mechelen zijn ze van oordeel dat de aantrekkingskracht Medium tot hoog is, en zelfs quasi-unaniem hoog voor Mechelen.*

- **Geschikte koper**

736. *Twee van drie van de concurrenten zijn van oordeel dat de bioscoopcomplexen kunnen gekocht worden door een Belgische bioscoopexploitant. Eén van hen is van oordeel dat ze ook gekocht kunnen worden door een buitenlandse bioscoopexploitant of door enige andere koper. Een andere is van mening dat enkel de Belgische bioscoopexploitant geschikt is. Eén onder hen is van oordeel dat Aarschot en Lommel voor geen enkel van deze categorieën kopers geschikt is.*

737. *Buiten de twee distributeurs die de vraag met betrekking tot de geschikte koper beantwoorden met niet van toepassing, zijn alle distributeurs van oordeel dat de complexen kunnen gekocht worden door een Belgische bioscoopexploitant met uitzondering van één distributeur ook door een buitenlandse bioscoopexploitant.*

738. *Voor een verdere uitleg betreffende de antwoorden van de concurrenten en de distributeurs verwijst de Auditeur naar de niet-vertrouwelijke antwoorden op de markttest.*

- **Geïnteresseerde koper**

739. *I-Magix beoordeelt zichzelf als een geschikte koper en is geïnteresseerd in een geheel of een gedeelte van de over te nemen complexen. Ook Euroscop heeft dezelfde mening maar is niet geïnteresseerd in enkel de complexen Aarschot en Lommel. Het antwoord van UGC is vertrouwelijk.*

740. *De distributeurs geven aan in de niet-vertrouwelijke antwoorden dat de vraag hen niet aanbelangt of dat ze niet geïnteresseerd zijn in de complexen.*

- **Duurtijd en Trustee**

741. *I-Magix vindt dat de periode van een jaar te lang is aangezien het risico bestaat dat er een grote onzekerheid op de markt en een verlies van competitiviteit van de over te nemen complexen gecreëerd zal worden. Volgens I-Magix is het noodzakelijk een Trustee aan te stellen.*

742. *Euroscop gaat niet akkoord met de termijn van één jaar aangezien het moeilijk zal zijn om binnen die tijd een geschikte koper te vinden voor Utopolis Aarschot en Lommel. Euroscop acht het noodzakelijk een Trustee aan te schaffen.*

743. *UGC spreekt zich niet uit over de duurtijd en het aanstellen van een Trustee omdat naar diens mening de bioscoopcomplexen van Aarschot en Lommel niet levensvatbaar zijn indien zij, afzonderlijk of gezamenlijk, worden verkocht.*

744. *De meerderheid van de distributeurs heet geen mening over de duurtijd of de Trustee. Diegene die wel antwoorden vinden dat de duurtijd lang genoeg is en dat een Trustee nuttig kan zijn.*

X.2.3 Tweede verbintenis: Capaciteitsvermindering Antwerpen

- **Oplossing voor de mededingingsproblemen**

745. *Alle concurrerende bioscoopexploitanten zijn van mening dat de tweede verbintenis onvoldoende is om volgende redenen:*

- *De verbintenis is onvoldoende gespecificeerd. Kinopolis heeft in de niet-vertrouwelijk versie van haar verbintenissen niet aangegeven hoeveel zalen en hoeveel zetels er zouden verdwijnen. Bijgevolg is het heel moeilijk om een mening hieromtrent te formuleren. Ook laat Kinopolis na om modaliteiten aan deze verbintenis te koppelen zodat de beoordeling opnieuw wordt bemoeilijkt.*
- *Het is niet voldoende om te capaciteit te verminderen zonder rekening te houden met de effectieve volume van bezoekers in de bioscoop. Zo heeft Kinopolis de zetelcapaciteit in Antwerpen reeds verminderd om diens overcapaciteit te verminderen. De vermindering van de capaciteit is bijgevolg niet pertinent.*
- *De vermindering van de capaciteit is een remedie die in het Mededingingsrecht niet wordt aanvaard²³³.*

746. *Met betrekking tot de tweede verbintenis zijn de distributeurs, die op de vraag hebben geantwoord, van oordeel dat deze verbintenis onvoldoende is om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen voortvloeiend uit de transactie. Ze halen aan dat het moeilijk is om de impact van de verbintenis te beoordelen wanneer de exacte capaciteitsvermindering niet vermeld wordt. één distributeur is van mening dat een ruime vermindering eventueel tegemoet kan komen aan de problemen. Een andere distributeur is van mening dat de vermindering van capaciteit kan resulteren in het verminderen van de mogelijkheden van kleinere of zwakkere films aangezien zij minder lang gespeeld zouden worden. De auditeur merkt op dat een aantal distributeurs niet op de vraag hebben geantwoord daar zij van mening waren dat zij niet over de juiste gegevens beschikt om de verbintenis te beoordelen.*

- **Meer expansiemogelijkheden en potentiële concurrentiele druk**

747. *Alle concurrenten zijn van mening dat de verbintenis niet zal zorgen voor meer expansiemogelijkheden voor de concurrenten die tot de verzorgingsgebieden willen toetreden. Kinopolis blijft in de betrokken verzorgingsgebieden een dominante positie behouden. Ze zijn eveneens van oordeel dat de potentiële concurrentiële druk van de concurrenten in de verzorgingsgebieden Mechelen en Turnhout niet zal verhogen gezien de marktmacht van Kinopolis. Het zou eventueel mogelijk zijn dat de marktaandelen van de concurrenten zouden*

²³³ I-Magix gaat dieper in op dit punt in haar antwoord van 27 januari op de markttest van 21 januari 2016, punt 2.2 p. 7-8.

stijgen, maar dit lijkt onwaarschijnlijk aangezien Kinopolis diens overcapaciteit in Antwerpen kan doen opslorpen.

748. Volgens het kleine aantal distributeurs, die op de vragen hebben geantwoord, geeft de verbintenis geen extra expansiemogelijkheden aan de concurrenten en wordt concurrentiële druk hierdoor niet verhoogd. Eén distributeur is van mening dat de impact afhangt van de grootte van de reductie.

X.2.4 Derde verbintenis: Niet-uitbreiding van Mechelen en Turnhout

- **Oplossing voor de mededingingsproblemen**

749. Alle concurrerende bioscoopexploitanten zijn van mening dat de derde verbintenis onvoldoende is om volgende redenen:

- De verbintenis heeft geen impact op de mededingingsrechtelijke bezwaren.
- Er is geen nood aan het uitbreiden van de complexen aangezien Kinopolis op andere manieren de complexen efficiënt kan maken.
- De marktmacht van Kinopolis zal door de verbintenis niet verminderen.
- een gedragsverbintenis is niet voldoende om te bezwaren weg te nemen.

750. Met uitzondering van één distributeur zijn alle distributeurs, die op de vraag hebben geantwoord, van mening dat de verbintenis onvoldoende is om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen voortvloeiend uit de transactie.

- **Meer investeringsmogelijkheden**

751. Volgens de concurrenten ontstaan er door de verbintenis geen extra investeringsmogelijkheden voor de concurrenten in de betrokken verzorgingsgebieden en wel om volgende redenen:

- De markt is reeds verzadigd in de betrokken verzorgingsgebieden
- De vrees voor het ondermijnen van investeringskansen voor andere partijen wordt niet weggenomen.
- De duurtijd van de verbintenis is te kort voor concurrenten om nieuwe complexen te lanceren.

752. De meerderheid van de distributeurs die geantwoord hebben op vraag, zijn van oordeel dat de verbintenis geen extra investeringsmogelijkheden bieden voor de concurrenten in de betrokken verzorgingsgebieden. Eén distributeur preciseert dat er enkel investeringsmogelijkheden zijn via reeds bestaande complexen.

- **Duurtijd van 5 jaar**

753. Alle concurrenten geven aan dat de duurtijd van 5 jaar te kort is, gezien het feit dat nieuwe bioscoopprojecten, projecten zijn van lange termijn.

754. De distributeurs spreken zich niet uit over dit punt.

X.2.5 Algemene vragen

755. De auditeur verwijst naar de antwoorden van de volgende respondenten betreffende de algemene vragen 21 en 22:

- Euroscop²³⁴
- UGC²³⁵
- I-Magix²³⁶

756. De distributeurs maken geen opmerkingen in antwoord op de algemene vragen.

X.3 Positie van de auditeur

757. De auditeur stelt zoals de ondervraagde partijen, vast dat de verbintenissen die Kinopolis voorstelt onvoldoende zijn om tegemoet te komen aan de zware mededingingsbelemmeringen die werden vastgesteld.

758. Bijkomend voegt de auditeur de volgende elementen toe:

- De transactie resulteert in een versterking van de nationale machtspositie van Kinopolis van [42-47] naar [45-50]%, en in Vlaanderen, waar het netwerk van Kinopolis verspreid is en het hele grondgebied dekt, van [55-60] naar [63-68]%;
- Bovendien heeft de transactie tot gevolg dat substantiële lokale dominante machtsposities gecreëerd of versterkt worden, in de zones Aarschot ([>90]%), Turnhout ([>90]%), Mechelen ([>90]%), Lommel ([>90]%), Leuven ([>90]%) et Antwerpen ([70-90]%) ;
- De steden Mechelen en Turnhout bevinden zich in een zone , waarin op basis van demografische gegevens het potentieel bezoekersaantal belangrijk, op de as tussen Brussel en Antwerpen.
- De totale som betaalde door Kinopolis voor de vier Utopolis-vestigingen bedraagt [VERTROUWELIJK], als volgt uitgesplitst over de 4 vestigingen :
 - [VERTROUWELIJK];
 - [VERTROUWELIJK];
 - [VERTROUWELIJK];
 - [VERTROUWELIJK].
- Kinopolis heeft tijdens het onderzoek bevestigd dat de bezettingsgraad van Kinopolis Antwerpen al frequent verminderd werd met een paar zalen. Dit blijkt ook uit het onderzoek naar het aantal georganiseerde voorstellingen gedurende de week van 7 tot 13 oktober 2015, waaruit blijkt dat gemiddeld 20 van de 24 zalen gebruikt werden.

XI. Voorstel van de auditeur

759. De beslissing van het Mededingingscollege BMA-2015-I/O-69 van 30 november 2015 heeft bevestigd dat de aangemelde concentratie valt binnen het toepassingsgebied van Boek IV van het Wetboek van Economisch recht als gevolg van de voorwaarde opgelegd door de Raad voor de Mededinging bij beslissing van 17 november 1997, zoals gewijzigd bij beslissing van 1 oktober 2008 en het arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010.

²³⁴ Zie antwoord van Euroscop van 27 januari op de markttest van 21 januari 2016.

²³⁵ Zie antwoord van UGC van 28 januari op de markttest van 21 januari 2016.

²³⁶ Zie antwoord van I-Magix van 27 januari op de markttest van 21 januari 2016.

760. *In het dispositief van zijn beslissing, heeft het College een bijkomend onderzoek geopend met een brede omvang.*
761. *Bijgevolg heeft het auditoraat bijkomende informatie verzameld teneinde de punten te verduidelijken die zijn gerezen tijdens de zitting in eerste fase. Deze bijkomende informatie is opgenomen in het herzien ontwerp van beslissing. Het auditoraat heeft ook regelmatig discussies gevoerd met het top management van Kinopolis met betrekking tot haar bevindingen inzake de aanzienlijke mededingingsbeperkingen die de transactie teweeg zou brengen.*
762. *Kinopolis heeft verbintenissen voorgesteld op 23 december 2015 en deze aangevuld op 20 januari 2016. Alhoewel deze verbintenissen het auditoraat onvoldoende leken in het oog van de bevindingen die ze aan Kinopolis had meegedeeld, heeft het auditoraat deze verbintenissen onderworpen aan een markttest. Het resultaat van de markttest bevestigt het standpunt van het auditoraat dat de aangeboden verbintenissen onvoldoende zijn om de aanzienlijke mededingingsbeperkingen die de transactie teweeg zou brengen, te remediëren.*
763. *Gelet op artikel IV.9, §4 WER dat stelt dat concentraties die tot gevolg hebben dat een daadwerkelijke mededinging op de Belgische markt of een wezenlijk deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd, onder andere door het in het leven roepen of versterken van een machtspositie, worden ontoelaatbaar verklaard.*
764. *Gelet op haar bevindingen op grond van haar onderzoek in eerste en haar bijkomend onderzoek en gelet op het ontoereikend karakter van de verbintenissen van Kinopolis zoals zij thans voorliggen, kan het auditoraat het Mededingingscollege enkel voorstellen de transactie ontoelaatbaar te verklaren conform artikel IV.62, § 7 WER.*
765. *De redenen waarom de concentratie moet worden verboden zijn hierboven reeds omstandig uiteengezet. Zij kunnen als volgt worden samengevat :*
- 1) *De transactie laat Kinopolis toe om een machtspositie te creëren of te versterken op de betrokken lokale en nationale markten. Op zich volstaat dit, in de zin van artikel IV.9 WER, om de transactie ontoelaatbaar te verklaren.*
 - 2) *De transactie heeft ook tot gevolg het verdwijnen van één van de weinige concurrenten van Kinopolis die complexen (4) van een zekere omvang uitbaat in Vlaanderen, een regio waarin Kinopolis reeds bijzonder sterk aanwezig is.*
 - 3) *De transactie belemmert bovendien de groei van concurrenten van Kinopolis in een markt die verzadigd is en waarin groei bijgevolg realistisch gezien enkel mogelijk is door de overname van bestaande bioscoopcomplexen.*
 - 4) *Het is aannemelijk dat de transactie omvangrijke negatieve unilaterale effecten tot gevolg zal hebben:*
 - (i) *naar consumenten toe (prijsstijging van bioscooptickets en vermindering van de diversiteit van het filmaanbod),*
 - (ii) *naar concurrenten toe, door een aanzienlijke versterking van het onevenwicht tussen Kinopolis en haar concurrenten (schaalvoordelen, expansiemogelijkheden, onderhandelingspositie tav. leveranciers, waaronder filmdistributeurs; en*
 - (iii) *naar distributeurs toe (versterking van de machtspositie van Kinopolis tav. distributeurs).*

IV. Schriftelijke opmerkingen van Kinopolis (herzien ontwerpbeslissing)

32. Op 10 februari 2016 legde de aanmeldende partij neer het memorandum:

"1. INLEIDING

(1) *Dit memorandum bevat de schriftelijke opmerkingen van Kinopolis Group NV ("Kinopolis") op het herzien ontwerp van beslissing ("Herzien Ontwerp") van het Auditoraat verstuurd op 29 januari 2016 in de zaak MEDE-I/O-015/0030 Kinopolis Group NV/Utopolis.*

(2) *Kinopolis stelt vast dat de Auditeur tot de conclusie komt dat de overname van de Belgische bioscoopcomplexen van Utopia door Kinopolis ("Transactie") client verboden te worden en wel blijktbaar om de volgende redenen:*

"1)De transactie laat Kinopolis toe om een machtspositie te creëren of te versterken op de betrokken lokale en nationale markten. Op zich volstaat dit, in de zin van artike!IV.9WER, om de transactie ontoelaatbaar te verklaren.

2)De transactie heeft oak tot gevolg het verdwijnen van één van de weinige concurrenten van Kinopolis die complexen (4) van een zekere omvang uitbaat in Vlaanderen, een regio waarin Kinopolis reeds bijzonder sterk aanwezig is.

3)De transactie belemmert bovendien de groei van concurrenten van Kinopolis in een markt die verzadigd is en waarin groei bijgevolg realistisch gezien enkel mogelijk is door de overname ban bestaande bioscoopcomplexen.

4)Het is aannemelijk dat de transactie omvangrijke negatieve unilaterale e.ffecten tot gevolg zal hebben:

(i) naar consumenten toe (prijsstijging van bioscooptickets en vermindering van de diversiteit van hetfilmaanbod);

(ii) naar concurrenten toe, door een aanzienlijke versterking van het onevenwicht tussen Kinopolis en haar concurrenten (schaalvoordelen, expansiemogelijkheden, onderhandelingspositie tav. leveranciers, waaronder filmdistributeurs; en

(iii) naar distributeurs toe (versterking van de machtspositie van Kinopolis tav. distributeurs)."

(3) *Kinopolis verzet zich met klem tegen deze onterechte conclusie van het Auditoraat. Kinopolis handhaaft dan ook haar standpunt zoals uiteengezet in haar verzoekschrift, in haar schriftelijke opmerkingen op het gemotiveerd ontwerp van beslissing ("Ontwerp") van het Auditoraat van 25 november 2015 alsook in haar memorandum van 6 januari 2016 ("Memorandum").*

(4) *Kinopolis blijft nog steeds van mening dat het Auditoraat de verkeerde test toepast om de toelaatbaarheid van de Transactie na te gaan. Kinopolis zal hier niet in deze fase van de procedure op terugkomen vermits het College zich hierover reeds heeft uitgesproken in de Beslissing BMA-2015- I/O-69 van 30 november 2015. Kinopolis behoudt zich echter alle rechten voor met betrekking tot dit punt.*

- (5) *Algemeen stelt Kinopolis vast dat de Auditeur een groot deel van de analyse wijdt aan schijnbare bezwaren die op geen enkele manier verband houden met de aangemelde Transactie. Alleen al om deze reden moeten de meeste bezwaren worden verworpen. De Auditeur lijkt immers voornamelijk de huidige positie van Kinopolis te analyseren en daarover een oordeel te vellen, vaak zonder feitelijke onderbouwing. De relevantie van deze analyses voor de beoordeling van de Transactie is echter vaak onduidelijk of afwezig.*
- (6) *Kinopolis is van mening dat de Transactie niet kan leiden tot een significante belemmering van de mededinging op de Belgische markt of een wezenlijk deel daarvan en verzoekt Uw College dan ook om de Transactie onvoorwaardelijk goed te keuren.*
- (7) *Kinopolis zal in deze schriftelijke opmerkingen, in ondergeschikte orde, enkele beschouwingen geven over de beoordeling van de door haar neergelegde verbintenissen. Kinopolis is immers van oordeel dat er geen verbintenissen nodig zijn om de Transactie goed te keuren.*
- (8) *Deze schriftelijke opmerkingen worden neergelegd zonder enige nadelige erkenning en met voorbehoud van alle rechten.*

2. DE RELEVANTE PRODUCTMARKTEN

2.1 DE MARKT VOORDE VERTONING VAN FILM IN DE BIOSCOOP

- (a) *De zijdelingse concurrentiedruk op de markt van de vertoning van films in de bioscoop*
- (9) *Een relevante productmarkt omvat alle producten en/of diensten die op grond van hun kenmerken, hun prijzen en het gebruik waarvoor zij zijn bestemd, door de consument als onderling verwisselbaar of substitueerbaar worden beschouwd.*
- (10) *In haar verzoekschrift (randnummers 104 tot en met 138) heeft Kinopolis aangetoond dat voor zover de productmarkt al niet client te worden uitgebreid tot de markt voor vrijetijdsbesteding, en op zijn minst tot de markt voor de uiteenlopende vormen van filmconsumptie, er in elk geval sprake is van een belangrijke zijdelingse druk die bepalend is voor het gedrag van bioscoopexploitanten en dus ook van Kinopolis, onder meer op het gebied van product- en prijsbeleid, investeringsprogramma's, doelgericht programmeren en innovatiebeleid.*
- (11) *Kinopolis heeft aangegeven dat zij de zijdelingse concurrentiedruk van andere vormen van filmbeleving (DVD's, verkoop en verhuur van films via het internet, video-on-demand, illegale downloads via het internet) voortdurend tegemoet moet treden. Die concurrentiedruk verplicht Kinopolis om te innoveren om zo de meest kwaliteitsvolle filmbeleving te garanderen, omdat zij ervan overtuigd is dat de kwaliteit van bioscoopervaring in de Kinopolis bioscoop, meer dan de prijs van substituu-producten, determinerend is voor de keuze van de consument om een film in de bioscoop te bekijken in plaats van te kiezen voor een alternatieve filmbeleving. Kinopolis heeft in haar verzoekschrift en bijlagen de feitelijke elementen aangehaald die deze zijdelingse concurrentiedruk in kaart brengen.*

- (12) *Het is erg verwonderlijk dat de Auditeur van mening is dat het door Kinopolis aan het verzoekschrift bijgevoegde artikel "Could Netflix Kill the Movie Theater Industry ?" (bijlage 1) tot het besluit noopt dat de alternatieve vormen van filmbeleving niet tot de relevante productmarkt zouden behoren, en de Auditeur deze alternatieve vormen blijkbaar om die reden volkomen buiten beschouwing laat bij de mededingingsrechtelijke analyse van deze Transactie.*
- (13) *Zoals Kinopolis van in het begin van deze procedure heeft aangegeven, is een bioscoopbezoek een andere vorm van filmbeleving dan bijvoorbeeld het kijken naar een film in een thuisbioscoop, of voor je computerscherm, of zoals de Auditeur het stelt (het artikel persiflerend) "een bioscoopbezoek is een gemeenschapsactiviteit, namelijk met onbekenden in een donkere zaal waardoor de emotie van de mede-bezoekers meteen voelbaar is. Dit is een ervaring die je niet hebt wanneer je alleen of met enkele mensen thuis naar een film kijkt."*
- (14) *Het benadrukken van de onderlinge verschillen tussen de verschillende vormen van filmbeleving sluit niet uit dat ze onderling substitueerbaar zijn. Zoals verderop meer uitgebreid aan bod komt, investeert Kinopolis volop om die verschillen te behouden en te versterken, met de bedoeling het bioscoopbezoek relevant te houden ten opzichte van de andere vormen van filmbeleving waarmee zij in concurrentie treedt.*
- (15) *Die concurrentie wordt duidelijk en onbetwistbaar beschreven in het voorgelegde artikel. Zo vermeldt het stuk dat terwijl "theater attendance continues to drop" de strategie van Netflix erin bestaat om zelf films te produceren en die onmiddellijk zonder voorafgaandelijke theatrical release en zonder de gebruikelijke "window" in acht te nemen, aan haar abonnees aan te bieden: "[...] it's a good business strategy for studios to try reaching consumers where they are: sitting at home in front of their TVs ". De reactie van de bioscoopuitbaters op deze evolutie wordt als volgt beschreven "judging by how vehemently theaters are refusing to cooperate, they clearly believe new films made available to stream at home on the same day as the theatrical release is a big threat. "*
- (16) *Ook het gewijzigde consumentengedrag en de nieuwe technologische evoluties worden in het artikel aangestipt "(i)n addition to how easy it is to rent or own a movie, watching that movie at home has evolved into an entirely different experience.[...] A better home viewing experience coupled with easier access to movies -put it all together and it's plain to see why our habits have shifted toward watching more movies in the comfort of our own homes. And that's especially true if it's a film many consider unworthy of theatre viewing- that is to say, a movie that doesn't necessarily benefit from a movie theater's larger scale and more robust sound".*
- (17) *Ook andere marktpartijen erkennen het bestaan en de impact van deze zijdelingse druk. Zo treedt Imagix, in een antwoord dat zij geeft gegeven in het kader van een ander dossier (het onderzoek naar de aankoop van het Toison d'Or vastgoed) op een ogenblik dat de Transactie nog niet was gekend in de markt, het bestaan van deze zijdelingse concurrentiedruk volkomen bij. Imagix stelt in haar antwoord « nous estimons que l'émergence de nouveaux moyens de diffusions tel que la location et/ou l'achat des films online (p.ex. netflix/l'abonnement à des chaînes de télévision optionnelles et payantes/la vidéo « on demand » 1le home-cinéma, le Pay Per View, la possibilité de regarder des films sur des nouveaux supports (Smartphone, tablet, ...) a effectivement entraîné une modification des habitudes de consommation. Nous essayons constamment de répondre à l'évolution des*

besoins du consommateur et, en tenant compte des innovations et des tendances, de favoriser de manière permanente le cinéma comme une expérience particulière ».

- (18) *Hier kan ook worden verwezen naar een artikel dat in de editie van 2 februari 2016 in de krant Le Soir verscheen, hieraan toegevoegd als bijlage 2, en waarin niet alleen de komst van een aantal nieuwe bioscopen wordt aangekondigd, maar waarin door andere exploitanten wordt gewezen op de noodzaak de bioscoopervaring opnieuw uit te vinden doordat zij zich zien "plombées par Netflix, le téléchargement illégal et autres plateformes VOD" en in het licht daarvan de nadruk leggen op "l'expérience transversale".*
- (19) *Ook al aanvaardt men in het kader van de afbakening van een relevante productmarkt niet dat de productmarkt dient verruimd te worden tot de markt voor de onderscheiden vormen van vrijetijdsbeleving, of de markt voor onderscheiden vormen van filmbeleving, niets belet deze factoren mee in rekening te brengen wanneer op de "enge" productmarkt de gevolgen van de Transactie op de "daadwerkelijke mededinging" moeten beoordeeld worden.*
- (b) *De markt voor de vertoning van de films in de bioscoop kan niet verder worden gesegmenteerd*
- (20) *Het Herzien Ontwerp stelt dat bij de afbakening van de markt voor de vertoning van film in de bioscoop geen verder onderscheid dient te worden gemaakt naar type film en type complex (randnummer 155).*
- (21) *Niettemin vervolgt de Auditeur dat in het kader van de afbakening van de relevante productmarkt "binnen de markt" een "aantal belangrijke segmenten kunnen worden onderscheiden waarop de Transactie mogelijks een andere concurrentiële impact zal hebben." De Auditeur brengt in het Herzien Ontwerp nog steeds twee segmenteringen naar voor: op basis van het type infrastructuur en op basis van de grootte van de keten, ondanks de weerlegging van de relevantie van die segmenten door Kinopolis. Op die argumentatie wordt in het Herzien Ontwerp niet ingegaan.*
- (22) *Kinopolis herhaalt dat er geen reden is om de productmarkt op basis van deze parameters verder te verengen. Wij menen dat voor dergelijke visie geen onderbouwing bestaat en zij wordt ook niet ondersteund door andere marktpartijen of door (buitenlandse) precedenten. Niettemin kunnen de volgende opmerkingen worden gemaakt.*
- (23) *Het Herzien Ontwerp lijkt te suggereren dat vanuit consumentenperspectief een multiplex moet worden onderscheiden van bioscopen met een kleinere taille. Het verwijst hierbij naar het feit dat multiplexen meer mogelijkheden zouden bieden om op een wijzigende consumentenvraag in te spelen, onder meer door het introduceren van nieuwe bioscoopconcepten, en dat multiplexen alternatieve content kunnen aanbieden en over een betere onderhandelingspositie zouden beschikken ten aanzien van distributeurs. Er is echter geen enkele feitelijke aanwijzing dat de consument exploitanten van een bioscoop met kleinere taille niet als een volwaardige aanbieder van een bioscoopervaring zou beschouwen.*
- (24) *Een multiplex moet derhalve niet onderscheiden worden van een bioscoop met een andere taille. Uit feitelijke vaststellingen blijkt immers duidelijk dat er op de lokale markt plaats is voor kleinere exploitanten, die soms slechts over één bioscoopcomplex beschikken met een beperkt aantal zalen, terwijl zij toch een programmatie voeren met de grote blockbusters,*

innoveren en investeren in zitcomfort en over de nieuwste projectie- en geluidstechnologie beschikken.

- (25) *Ais voorbeeld kan hier worden verwezen naar Cinéma Albert die volledig gedigitaliseerd is, 3D aanbiedt en een dolby 7.1 geluidssysteem heeft geïnstalleerd, de films Star Wars, Safety First, De Kampioenen, Bridge of Spies etc. programmami en een 'Ladies night" op 21 januari 2016 organiseert, waarbij de film "Achter de wolken" met Jo de Meyere en Chris Lomme in avant- première wordt aangeboden. De professionele website van de bioscoop meldt clat het evenement blijkbaar helemaal was uitverkocht.*
- (26) *Ook in de verzorgingsgebieden van de bestaande Kinopolis-bioscopen zijn kleinere bioscopen succesvol actief en deze kleinere exploitanten ondervinden sinds de digitalisering van filmprojectie geen enkele beperking meer om dezelfde programmatie te voeren ais Kinopolis. Een aantal andere voorbeelden van dergelijke kleinere exploitanten zijn Sphinx in Gent, Cartoons in Antwerpen, Studio Rubens in Zwijndrecht, Cinema4Y ou in Burcht.*
- (27) *Het spreekt voor zich clat zulke bioscoop, voor zover zij in het verzorgingsgebied van een Kinopolis- bioscoop ligt, een stevige en volwaardige concunent kan zijn. Het gegeven of een bioscoop een multiplex is of niet, is daarbij van geen enkel belang.*
- (28) *Vervolgens is het niet duidelijk waarom een kleinere bioscoop niet over de mogelijkheid zou beschikken om ook alternatieve content te programmeren indien zij dit wenst. Gelet opnieuw op de digitalisatie van de Belgische bioscoopmarkt is immers eike exploitant ook hietoe in staat. [VERTROUWELIJK].*
- [VERTROUWELIJK]
- (29) *Voorts kan een kleinere bioscoop ook activiteiten ontwikkelen in het B2B-segment (de organisatie van presentaties, bedrijfsvoorstellingen en vergaderingen). Kinopolis ziet immers niet in waarom een kleinere gedigitaliseerde bioscoop zulke activiteit niet zou kunnen ontplooien op deze in principe veel bredere markt waarbij bovendien concurrentie van hotels , evenementhallen, en andere aanbieders van gelijkaardige faciliteiten bestaat.*
- (30) *Tot slot is het onjuist te stellen dat een multiplex een significant sterkere onderhandelingspositie zou hebben dan een bioscoop met een kleiner aantal zalen. [VERTROUWELIJK].*
- (31) *Er is derhalve geen enkele reden om kleinere bioscopen die actief zijn in een verzorgingsgebied wam·in Kinopolis ook actief is, niet als een concurrent te beschouwen op de markt voor de vet1oning van een film in de bioscoop. Integendeel, zij vormen een altemat ief voor Kinopolis voor die bioscoopbezoekers die bijvoorbeeld genoegen nemen met een bioscoopbeleving die zich op een lager kwaliteitsniveau situeet1, ofvoor welke een lagere prijs doorslaggevend is bij hun beslissing tot bioscoopbezoek, of voor wie de nabijheid van de kleinere exploitant determinerend is.*
- (32) *Een tweede segmentering die het Auditoraat voorstelt is "de grootte van de keten ", waarbij wordt gesteld dat "onafhankelijke bioscoopuitbaters die slechts over één bioscoopcomplex beschikken, zijn (een) commercieel minder interessante afzetmarkt voor een filmdistributeur in vergelijking met een bioscoopgroep die defilm onmiddellijk in meerdere bioscoopcomplexen kan lanceren ".*

(33) *Deze veronderstelling strookt niet met de belangen van een filmdistributeur (en bijgevolg de producenten waarvan zij de distributierechten houden) die er immers alle belang bij hebben om voor de regio waarvoor zij over de distributierechten beschikken (dus op nationaal niveau) zoveel mogelijk kopieën van een film te distribueren om zo hoog mogelijke inkomsten te genereren, zeker nu er door digitalisatie van filmprojectie geen enkel kostbeletsel bestaat om dit niet te doen.*

(c) *De geografische markt voor de vertoning van defilms in de bioscoop is niet nationaal*

(34) *Alle precedentes in de beslissingspraktijk van zowel Belgische als buitenlandse autoriteiten en rechtbanken geven aan dat een consument slechts bereid is tot een beperkte reistijd om een bioscoopbezoek te overwegen, overwegend uitgedrukt in een rijtijd van 20 minuten. Zoals verderop meer uitgebreid aan bod komt, is er ook bij de beoordeling van de verschillende onderdelen van deze Transactie geen aanleiding om dit verzorgingsgebied te verruimen.*

(35) *Voor de beoordeling van de Transactie is een "nationale markt" van de vertoning van films in de bioscoop dus niet relevant. Imagix in Bergen concurreert niet met Euroscop in Lanaken. Terecht wordt in het Herzien Ontwerp dan ook verwezen naar de beslissingen van het OFT die stelt dat "mededinging zich hoofdzakelijk op lokaal niveau afspeelt, wat weerspiegeld wordt in het feit dat prijs, inhoud en faciliteiten bepaald kunnen worden op lokaal niveau, deels in reactie op lokale omstandigheden" (randnummer 217).*

(36) *De verwijzingen naar de eventuele nationale aspecten van een mededingingsrechtelijke analyse doen echter niet terzake aangezien de marktomstandigheden in de bioscoopsector in het Verenigd Koninkrijk beduidend anders zijn dan in België. In het Verenigd Koninkrijk zijn de bioscoopexploitanten voornamelijk grote ketens die actief zijn op nationaal niveau waardoor er inderdaad sprake kan zijn van effecten op de concurrentie op de nationale markt. 1 De nationale aspecten worden enkel beoordeeld door het OFT omdat in het VK verscheidene nationale bioscoopketens actief zijn. Dit wordt duidelijk gesteld in randnummer 9 van haar beslissing van 7 januari 2005 in de Terra/Cinema International Corporation zaak:*

"On the demand side, cinema exhibition services have strong local characteristics since customers are only willing to travel relative/y short distances to cinemas. On the supply side, where national chains exist (wij onderlijnen), certain parameters of competition (for example, negotiation with distributors for access to film content and for screen advertising fees and branding) take place at the national level. However, even national chains appear to see competition operating at a local level since they vary price, content and facilities according to local conditions. The OFT has therefore analysed competition both nationally and locally. "

(37) *Ook uit de beslissingen van de Europese Commissie waarin de positie van de partijen op zowel nationaal en lokaal vlak worden beoordeeld in andere sectoren dan de bioscoopsector, komt duidelijk naar voren dat de beoordeling van nationale aspecten enkel gebemi indien alle belangrijkste marktspelers nationaal actief zijn.² De verwijzing van de Auditeur naar beslissing COMP/M.2978 in de zaak Lagardère/NatexisNUP heeft om diezelfde reden geen relevantie. Ook in deze zaak maakten de belangrijkste marktspelers deel uit van (grote) groepen die allen actief zijn op de nationale markt.³*

(38) *Die situatie bestaat niet in de Belgische bioscoopsector. De Auditeur lijkt dit te vergeten.⁴ Naast Euroscop, in erg beperkte mate, is enkel Kinopolis landelijk actief. Ook UGC geeft zelf*

aan in haar antwoord op het aanvullend verzoek van inlichtingen van 8 december 2015 dat zij geen Belgisch marketing plan heeft.5 Kinopolis begrijpt derhalve niet hoe de Auditeur tot het besluit komt dat er "een concurrentie tussen bioscoopexploitanten (bestaat) op nationaal niveau welke effecten resorteert op de lokale markten" 6 • Op de Belgische markt zijn dus geen andere spelers aanwezig waarvan de activiteiten zich uitstrekken over een belangrijk deel van het Belgische grondgebied. Er bestaat in België bijgevolg geen "markt van nationale spelers" die elkaar beconcurreren met de door het OFT aangehaalde nationale parameters.

(39) *De rechtspraak van de Raad voor de Mededinging en het Hof van Beroep geven, zoals eerder aangegeven, tevens aan dat de relevante geografische markt voor de vertoning van films in de bioscoop lokaal is.*

(40) *De beslissing van de Raad voor de Mededinging van 17 november 1997 stelt uitdrukkelijk dat "de Raad volgt dat de bioscoopuitbaters zich in hun relatie tot de filmhuizen op een nationale markt bevinden terwijl zij ten opzichte van de bioscoopbezoekers zich op een geografisch beperkter domein begeven." De Raad voegt daaraan toe "dat de afstand die de meerderheid van gebruikers bereid is af te leggen voor bioscoopbezoek beperkt is." De Raad heeft dus niet beslist dat in 1997 de relevante markt voor de vertoning van een film in de bioscoop een nationale markt is.*

(41) *Ook het Hof van Beroep gaat in haar arrest van 18 maart 2008 uit van een lokale relevante geografische markt. Het Hof stelt in randnummer 85 van het arrest: "voor de bepaling van de relevante geografische markt werd bij de Raadsbeslissing van 17 november 1997 onderscheid gemaakt naargelang de relatie bioscoopuitbaters-distributeurs (aanbodzijde) en de relatie bioscoopuitbaters-bezoekers (vraagzijde). De eerste werd nationaal afgebakend, de tweede "beperkt".*

Uit de toelichting die hierover werd verstrekt, blijkt dat beperkt dient te worden begrepen als lokaal: er werd immers aangevoerd dat de doorsnee bioscoopbezoeker bereid is slechts een beperkte afstand af te leggen".

(42) *En in randnummer 95 vervolgt het Hof: "de Raad overweegt ook nog wel dat hij steeds het Belgische grondgebied als relevante geografische markt heeft aangemerkt bij de beoordeling van de verzoeken die Kinopolis heeft ingediend ter uitvoering van de vierde voorwaarde. Omtrent dit motief kan nochtans alleen maar worden overwogen dat zulks niet spoort met de Raadsbeslissing van 17 november 1997 die de relevante geografische markt lokaal heeft gesitueerd terwijl de Raad geen enkele toelichting verstrekt over de redenen waarom deze nieuwe afbakening zich vandaag opdringt. De verzoeken dienen dus binnen het bestek van diezelfde geografische marktanalyse te worden behandeld."*

(43) *Tot slot bevestigt de Raad in zijn besluit van 1 oktober 2008 eens te meer dat de relevante geografische markt voor de vertoning van films in de bioscoop lokaal is. In randnummer 91 van zijn beslissing stelt de Raad "de effectieve concurrentiedruk voor wat betreft de markt voor de vertoning van films in de bioscoop wordt hoofdzakelijk binnen een beperkte straal rond de bioscoop ondervonden en de concurrentie speelt zich bijgevolg vooral af op lokaal vlak. Hoewel Kinopolis en nagenoeg alle concurrenten uitgaan van zogenaamde "catchment areas" van 20 minuten rijden rond een Kinopolis bioscoop, is het in de onderhavige zaak en gezien de mededingingsrechtelijke analyse die hierna volgt niet noodzakelijk om deze lokale markten nauwkeuriger af te bakenen". In randnummer 93 besluit de Raad dat hij "voor de beoordeling van de verschillende voorl'aarden uit de Beslissing van 1997" bijgevolg uitgaat "van een lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop."*

- (44) *Het arrest van het Hof van Beroep te Brussel van 11 juni 2010 tot slot bevestigt nogmaals dat de geografische relevante markt voor de vertoning van films in de bioscoop lokaal is. In randnummer 51 van het arrest stelt het Hof "binnen het kader van de reeds vermelde rechtspleging (noot: het Hof verwijst hiermee naar het arrest van 18 maart 2008) heeft het hof beslist dat uit de dossiergegevens die ten grondslag lagen aan de Raadbeslissing van 16 april 2007 blijkt dat sedert november 1997 de relevante productmarkt niet was gewijzigd en dat evenmin bleek dat de afbakening van de relevante geografische markt die anno 1997 werd gemaakt niet langer relevant was" wat tevens bevestigd werd in randnummer 58 waar duidelijk gesteld werd " de marktmacht van Kinopolis op lokaal niveau en van haar marktmacht ten aanzien van distributeurs op nationaal niveau. "*
- (45) *De beslissingspraktijk van andere mededingingsautoriteiten bevestigen deze opvatting.*
- (46) *De Franse mededingingsautoriteit stelt dat "pour le marché de l'exploitation en salles de cinéma en France, la pratique retient une dimension locale à des zones de chalandise"?*
- (47) *Ook de Britse mededingingsautoriteit heeft bij de beoordeling van concentraties in de bioscoopsector een lokale marktafbakening gehanteerd, en zij bakent hierbij een verzorgingsgebied af met een reikwijdte van 20 minuten rijtijd.*
- (48) *Het meest recente voorbeeld kan worden gevonden in de beslissing van de Competition Commission inzake Cineworld Group plc/ City Screen Limited van 8 oktober 20138 waarbij werd beslist dat "...the 20-minute isochrones provided appropriate geographic boundaries within which to assess the theories of harm on horizontal unilateral effects. We note that 20-minute isochrones were used in previous merger inquiry reports, including the OFT's report on the anticipated acquisition by Odeon Cinema Holdings Limited of assets of Reel Cinemas (UK) Limited and the CC's report on the merger of Vue and A3 Cinema Limited".*
- (49) *De Competition Commission kwam tot dit besluit onder meer op grond van de vaststelling dat gemiddeld 58% van de bezoekers van een staal van betrokken bioscopen een rijtijd had van 0 tot 20 minuten. In het kader van deze Transactie de percentages bezoekers in die zone rond de betrokken bioscopen heel wat hoger liggen, waarbij zelfs voor sommige bioscopen veel hogere percentages worden opgetekend voor een zone van 15 minuten rond de betrokken bioscoop.*
- (50) *De enige nationale gevolgen die de Transactie mogelijk zou kunnen teweeg brengen, hebben dan ook slechts betrekking op de productmarkt voor de aankoop van films voor de vertoning in de bioscoop. Zij vormen geen mededingingsparameter in de markt voor de vertoning van films in de bioscoop.*
- (51) *Die gevolgen op de markt voor de aankoop van films voor vertoning in de bioscoop, indien die er al zijn, werken niet door op de lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop. Een stijging van het nationaal marktaandeel (in termen van aantal zalen, zetels, complexen of box office resultaten) zal immers geen effect hebben op de mogelijkheid voor andere exploitanten om films aan te kopen en het aanbod op hun lokale markt af te stemmen op de wensen van de consument op die lokale markt.*
- (52) *Zelfs indien Kinopolis erin zou slagen om betere licentievoorwaarden te verkrijgen ingevolge de Transactie, dan nog zal dit geen negatief effect hebben op de lokale markten waar Kinopolis met andere bioscoopuitbaters concurreert omdat, zoals ook door de Auditeur wordt*

aangenomen, distributeurs de beweerdelijk lagere inkomsten niet zullen compenseren met hogere vergoedingen bij andere, loutere lokale bioscoopexploitanten.

- (53) Tot slot dient in herinnering te worden gebracht, los van enig oordeel over de relevantie ervan voor marktafbakening of voor de beoordeling van de Transactie, dat de stijging van het nationaal marktaandeel van Kinopolis [VERTROUWELIJK].

2.2 De markt voor de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop

(a) De relevante productmarkt

- (54) Er is geen discussie omtrent de afbakening van de relevante productmarkt voor de verdeling van films voor vertoning in de bioscoop. Het betreft de volledige markt voor de aankoop van film voor de vertoning in de bioscoop bij de in België actieve filmverdelers.
- (55) Zoals in het verzoekschrift aangegeven, aangevuld met feitelijke gegevens die werden verschaft in het kader van de verzoeken tot inlichtingen, is er geen noodzaak tot verdere segmentering van die markt. De vaststellingen zijn dezelfde ongeacht het "type" film of het nationale of internationale karakter van de productie.

(b) De relevante geografische markt

- (56) Er kan evenmin discussie bestaan omtrent de geografische afbakening van die markt, deze is nationaal. De leveranciers-filmdistributeurs organiseren zich nationaal en exploitanten onderhandelen de voorwaarden voor al hun bioscoopcomplexen.

3. DE TRANSACTIE LEIDT NIET TOT EEN VERSTERKING VAN EEN MACHTSPOSITIE OP DE BEWEERDELIJK RELEVANTE "NATIONALE" MARKT VOOR DE VERTONING VAN FILMS IN DE BIOSCOOP

3.1 Het Auditoraat toont niet aan dat Kinopolis op de nationale markt over een machtspositie beschikt

- (57) In de veronderstelling dat de relevante geografische markt voor de vertoning van film in de bioscoop als een nationale markt kan worden aangemerkt, quod non (zie randnummers (34) e.v.), dan is het Auditoraat van oordeel dat mag worden aangenomen dat een toename van het marktaandeel leidt tot een versterking van een dominante positie.
- (58) Kinopolis kan deze stelling niet bijtreden, zoals reeds eerder in de procedure is aangegeven.
- (59) Vooreerst lijkt het Auditoraat het bestaan van een machtspositie af te leiden op grond van de beslissingen die 7 en 5 jaar geleden zijn genomen door de Raad voor de Mededinging en het Hof van Beroep waaraan vervolgens wordt toegevoegd "dat er sindsdien de situatie niet meer noemenswaardig (is) gewijzigd" (randnummer 376 Herzien Ontwerp).
- (60) Het Auditoraat kan zich echter niet zonder meer beroepen op beslissingen of anasten die in het verleden zijn genomen om het bestaan van een machtspositie vast te stellen. Uit het Coca-Cola- arrest blijkt immers dat wanneer de Europese Commissie (en derhalve elke andere mededingingsautoriteit van een lid-staat) een beslissing wenst te nemen in een dossier waarin ten laste van een onderneming een misbruik van machtspositie zou worden

vastgesteld in toepassing van artikel 102 VWEU en dus ook in die dossiers waarin een nieuwe concentratie wordt getoetst aan de vereisten van de Concentratieverordening "de Commissie de relevante markt bovendien opnieuw moeten afbakenen en de mededingingsomstandigheden opnieuw moeten analyseren, waarbij zij niet noodzakelijkerwijs zal uitgaan van dezelfde overwegingen als die welke aan de eerdere vaststelling van het bestaan van een machtspositie ten grondslag lagen" 10 en zich derhalve niet zonder meer kan verlaten op een in het verleden genomen beslissing. De verwijzingen naar eerdere beslissingen zijn dus zonder voorwerp om het bestaan van een huidige machtspositie vast te stellen.

- (61) Het valt dan ook op dat de Auditeur een hele reeks feitelijke elementen die zij in het oorspronkelijke Ontwerp aanstipte als bewijzen dat Kinopolis over een nationale machtspositie beschikt en deze sinds 1997 zou hebben versterkt gewoon overneemt in het Herzien Ontwerp zonder ook maar enig antwoord te bieden op de weerlegging van deze elementen door Kinopolis.
- (62) Kinopolis herhaalt in dit kader dat de elementen die de Auditeur in randnummer 253 aanhaalt niet correct, niet relevant of niet feitelijk onderbouwd zijn.
- (63) Wat de beweerdelijke horizontale elementen betreft, wordt in randnummer 253 van het Herzien Ontwerp (zoals in randnummer 205 van het Ontwerp) gesteld dat Kinopolis erin geslaagd is haar positie op de "bioscoopmarkt" "horizontaal" te versterken door (i) "een verbreding van de landelijke dekking", (ii) "aankoop van muren Toison d'Or" en (iii) "para/le! vinden internationaal enkele belangrijke overnames plaats waardoor de groep zich ook als internationale speler sterker op de kaart heeft gezet." Voor geen enkele van deze elementen is het duidelijk waarom zij tot een horizontale versterking aanleiding geven.
- (64) Wat het pand in de Guldenvlieslaan betreft, heeft Kinopolis enkel de eigendom van het pand verworven en baat UGC de bioscoop uit. Deze Transactie kan dan ook moeilijk als een "horizontale" versterking op de markt voor vertoning van film worden beschouwd.
- (65) Wat de internationale expansie van Kinopolis sinds 1997 betreft, stipt Kinopolis aan dat deze expansie niet tot een aanwas van het aantal bioscopen in België heeft geleid of kan leiden en het belang van dergelijke expansie voor de beoordeling van de Transactie is dan ook afwezig.
- (66) Wat de "verbreding van de landelijke dekking betreft" ingevolge de bouw van complexen in Brugge en Oostende en het complex in Braine, merkt Kinopolis op dat deze complexen, in overeenstemming met de destijds vigerende vierde voorwaarde, gepaard gingen met het sluiten van andere complexen. Van een "versterking" kan dan ook bij voorbaat geen sprake zijn.
- (67) Wat de beweerdelijk verticale elementen betreft stelt het Auditoraat dat KFD zich verder zou hebben versterkt op de filmdistributiemarkt, maar laat na aan te geven hoe zulke versterking dan vorm heeft gekregen.
- (68) Kinopolis merkt op dat zij op de distributiemarkt (overeenkomstig door UGC aangeleverde cijfers) een bescheiden marktaandeel heeft van 10,7 %. en dat het Auditoraat vervolgens stelt dat het aandeel van Kinopolis in "Vlaanderen" (een geografische omschrijving die overigens niet als een relevante markt wordt aangeduid) waarschijnlijk hoger zal zijn dan 10,7% gezien het "groeibeleefde belang van de Vlaamse film". Het "marktaandeel" van KFD is op zich niet maatgevend, maar fluctueert al naargelang het succes van de films die KFD kan

verdelen. Dit fluctuerende marktaandeel geeft op zichzelf reeds aan dat KFD over geen enkele marktmacht beschikt.

- (69) De overname van Brightfish zou, aldus het Auditoraat, ook tot een verticale versterking van Kinopolis hebben geleid. Het Auditoraat trekt al te snel conclusies en verzuimt de in het Verzoekschrift aangehaalde feiten in ogenschouw te nemen. Zoals in randnummer 84 van het Verzoekschrift werd uiteengezet, heeft Kinopolis Brightfish in het belang van de gehele bioscoopsector van de financiële ondergang gered. Indien Kinopolis Brightfish niet had overgenomen en de reclameregie geen nieuw leven had ingeblazen dan hadden de andere bioscoopuitbaters, elk afzonderlijk, de in hun bioscoop beschikbare reclameruimte moeten verkopen. Het voortbestaan van Brightfish garandemi dat alle bioscoopuitbaters nu veel makkelijker en met een gestroomlijnde ondersteuning van een kundig team medewerkers de concurrentie met andere reclaimedragers tegemoet kunnen treden. De overname van Brightfish heeft dan ook op geen enkele manier de positie van Kinopolis versterkt. Het omgekeerde is waar.
- (70) In randnummers 376 en volgende van het Herzien Ontwerp blijft de Auditeur bij het standpunt dat Kinopolis nog steeds over een machtspositie beschikt, door enkele van bovenstaande elementen opnieuw te herhalen.
- (71) In randnummer 378 wordt verwezen naar het huidige marktaandeel van Kinopolis op de markt voor de vertoning van film in de bioscoop. Daarbij wordt genoeg genomen met de vermelding van het marktaandeel (in termen van bezoekers, en in termen van omzet inclusief en exclusief verkoop van drank en versnaperingen), terwijl een marktaandeel als dusdanig slechts een indicatie kan vormen van het al dan niet bestaan van een machtspositie zonder terzake beslissend te zijn.¹¹ Een belangrijk marktaandeel wijst dus niet noodzakelijk op een machtspositie. Dit klemmt des te meer omdat de markt op een (te) enge manier wordt benaderd en elke vorm van zijdelingse concurrentiedruk buiten beschouwing wordt gelaten.
- (72) In randnummer 379 van het Herzien Ontwerp wordt vervolgens verwezen naar het lage marktaandeel van concurrenten. Concurrenten hebben op de artificieel omschreven nationale markt uiteraard een lager marktaandeel dan Kinopolis omdat zij, in vergelijking met Kinopolis, in een kleiner aantal lokale markten actief zijn. Deze vaststelling is echter op zich nog geen aanwijzing dat Kinopolis over een machtspositie zou beschikken. Zoals verderop uitvoerig wordt aangeduid, heeft het groter marktaandeel waarover Kinopolis op nationaal niveau beschikt in elk geval geen impact op de investeringskansen van derde partijen, op de onderhandelingsmacht ten aanzien van film distributeurs bij de aankoop van films, en beïnvloedt dat aandeel evenmin haar positie ten aanzien van de lokale bioscoopbezoeker.
- (73) Tot slot stelt de Auditeur dat de markt "verzadigd" zou zijn, zowel aan de aanbodzijde als aan de vraagzijde, maar het is onduidelijk uit welke feitelijke vaststellingen de Auditeur dergelijke gevolgtrekking heeft gemaakt. Kinopolis veroorlooft zich om naar de in randnummer 45 van haar Verzoekschrift verstrekte gegevens te verwijzen, waaruit blijkt dat België een laag aantal schetmen per miljoen inwoners heeft in vergelijking met andere landen. Bovendien wijst de hierna in herinnering gebrachte recente toetreding van nieuwe investeerders op de Belgische markt en de uitbreidingsplannen van bestaande marktspelers erop dat de markt allesbehalve is verzadigd. (zie randnummer (190)).
- (74) In randnummer 382 van het Herzien Ontwerp geeft de Auditeur aan dat in het tweede fase onderzoek zou zijn vastgesteld dat Kinopolis de machtspositie waarover zij zou beschikken op

de nationale markt voor vetoning van film in de bioscoop "effectief" zou benutten door (i) haar prijzen onafhankelijk vast te stellen, (ii) een bevoonechte relatie zou hebben met distributeurs, (iii) zou genieten van belangrijke schaalvoordelen en (iv) zij meer mogelijkheden heeft tot het uitwerken van een B2B aanbod. Hierna zal voor elk van deze elementen worden aangetoond dat ze hetzij nietcorrect zijn, hetzij niet relevant. 12

(75) In elk geval is Kinopolis van mening dat zij niet over een machtspositie beschikt. Zoals in het verzoekschrift uitvoerig aangetoond, moet Kinopolis, net als andere bioscoopexploitanten, voortdurend en in steeds toenemende mate de concurrentie trotseren van alternatieve vormen van filmbeleving. Kinopolis betremt dat het Auditoraat blijkbaar op geen enkele manier met deze elementen rekening heeft gehouden of in zijn analyse, in de mate dat zulke analyse is gevoerd, heeft betrokken.

3.2 De Transactie leidt niet tot een versterking van een machtspositie

(76) De Auditeur stelde reeds in het Ontwerp dat de machtspositie van Kinopolis wordt versterkt omwille van de toename van haar marktaandeel en meende dat zulke conclusie "in overeenstemming is met de rechtspraak". Deze conclusie kan echter niet gevolgd worden. De beslissingspraktijk van de Europese Commissie, maar ook van de BMA, geeft immers aan dat een proportioneel kleine groei van een onderneming die voor de concentratie reeds over een relatief groot marktaandeel beschikt, niet zonder meer tot een significante belemmering van de mededinging leidt.¹³

(77) In de beslissing van het Mededingingscollege inzake Standaard Boekhandel/Club 14 verwierf Standaard Boekhandel, die een marktaandeel van 40%-50% heeft op de markt voor de verkoop van boeken aan consumenten in Nederlandstalig België, Club, die een marktaandeel van minder dan 5% bezat op diezelfde markt. De Transactie werd toelaatbaar verklaard omdat de beperkte toename van marktaandeel geen aanleiding geeft tot ernstige mededingingsbezwaren en dit a priori zo blijft als men de druk van internet verkopen en verkopen via retail in aanmerking neemt op een stagnerende markt. In het Herzien Ontwerp geeft de Auditeur overigens zelf aan dat in deze zaak niet enkel naar de toename van marktaandeel gekeken werd, maar dat "ook andere relevante elementen de eindbeoordeling hebben beïnvloed"¹⁵

(78) In hetzelfde kader kan ook verwezen worden naar de Nederlandse zaak SENS-SNS. In deze zaak kwam de ACM tot de conclusie dat "op de markt voor loterijen en lottospelen ten hoogste beperkte concurrentiedruk bestaat tussen SENS en SNS" ¹⁶ en dit terwijl SENS een marktaandeel had van 42% en de concentratie zou leiden tot een marktaandeel van 52%.¹⁷ De ACM keurde de concentratie goed.¹⁸ Dit toont nog eens aan dat marktaandeelcijfers niet noodzakelijk iets zeggen over de reële concurrentiedruk tussen partijen.

(79) Ook in de beschikkingspraktijk van de Europese Commissie kunnen talrijke voorbeelden worden gevonden van gelijkaardige beslissingen (zie voor een beperkt overzicht bijlage 4 (de reeds eerder overgelegde bijlage 1 bij het Memorandum)).

(80) Een louter rekenkundige berekening van het marktaandeel en de door de Transactie verwachte groei is dan ook niet voldoende om aan te tonen dat er van een versterking van een bestaande machtspositie sprake is.¹⁹ Het Auditoraat zou slechts tot het besluit kunnen komen dat de groei van het marktaandeel tot een beperking van de mededinging leidt, wanneer het had aangetoond dat deze groei ook een wezenlijke verandering van de concurrentiedynamiek op de markt zou teweegbrengen en op die manier de positie van Kinopolis zou versterken?²⁰ Zulke analyse ontbreekt.

- (81) *Het tweede element waarop het Auditoraat vervolgens steunt is de "geografische expansie" die tot een situatie zou leiden waarbij "de Vlaamse ruit wordt verder afgedekt en strekt verder uit tot Turnhout". Ook hier is het niet meteen duidelijk waarom een geografische expansie door het toevoegen van bioscopen die door Kinopolis zullen worden uitgebaat, als een versterking van een machtspositie moet worden beschouwd. Dit argument lijkt slechts een andere formulering van het argument met betrekking tot de groei van het marktaandeel en het Auditoraat verstrekt geen analyse die verder reikt dat de feitelijke registratie van de overname van de Utopolis-bioscopen.*
- (82) *Het derde element dat naar voren wordt geschoven is de bewering dat de Transactie tot gevolg zou hebben dat één van de weinige marktspelers verdwijnt die binnen België beschikt over een netwerk van multiplexen, terwijl die - aldus de Auditeur - op meer effectieve wijze met Kinopolis kan concureren dan kleine, onafhankelijke bioscoopuitbaters. Opnieuw wordt niet uitgelegd of geanalyseerd waarom er sprake zou zijn van "meer effectieve concurrentie" door een exploitant met meerdere multiplexen, en evenmin waar of op welke markt die concurrentie zich afspeelt. Deze bewering lijkt dan ook een variatie op het hierboven, niet uitgewerkte thema te zijn.*
- (83) *Als vierde element stelt de Auditeur dat "door deze transactie een belangrijke consolidatiemogelijkheid (wordt) afgenomen voor de overige concurrenten in België alsook potentiële nieuwkomers ". Kinopolis begrijpt deze stelling niet. Het is vooreerst moeilijk te begrijpen waarom het loutere feit dat een onderneming niet langer een andere onderneming kan verwerven noodzakelijk leidt tot een significante beperking van de mededinging. Het is bovendien ook niet aangetoond dat andere al dan niet reeds in België of in het buitenland actieve bioscoopexploitanten (of andere groepen) interesse hadden voor Utopolis. Imagix zou beweerdelijk interesse hebben betoond (maar die interesse is enkel geuit nadat de Transactie met Kinopolis wereldkundig is gemaakt). De andere exploitanten, in het bijzonder UGC en Euroscop, lijken ook geen belangstelling te hebben gehad om Utopolis over te nemen. Het lijkt er dus sterk op dat geen van de reeds in België actieve groepen interesse hadden om de Utopolis-groep over te nemen. Dit argument is dan ook in geen enkel opzicht relevant.*
- (84) *Als laatste element stelt de Auditeur ten slotte vast dat "Kinopolis de praktijken die zij nu reeds toepast als uiting van haar machtspositie" post Transactie in versterkte mate zal kunnen doorvoeren. Het Herzien Ontwerp besluit geeft echter niet aan hoe de Transactie daar zou toe bijdragen en welke blijkbaar laakbare praktijken het betreft. Dat is verwonderlijk. De essentie van het gevoerde onderzoek zou er immers op gericht moeten geweest zijn om dit in kamt te brengen. De Auditeur verzuimt dit te doen.*
- (85) *Kinopolis stelt vast dat het Auditoraat niet aantoont dat de Transactie tot een versterking van een machtspositie op de "nationale" markt voor de vertoning van films in de bioscoop leidt. Bovendien betwist Kinopolis met klem dat deze markt een relevante markt is voor de beoordeling van de Transactie, zodat dit argument in elk geval irrelevant is.*

4. DE TRANSACTIE LEIDT NIET TOT EEN SIGNIFICANTE BELEMMERING VAN DE MEDEDINGING OP DE LOKALE MARKTEN VOORDE VERTONING VAN FILM IN DE BIOSCOOP

4.1 De Transactie leidt niet tot een creatie of versterking van een machtspositie van de in het verzorgingsgebied gelegen Utopolis-bioscoop

- (86) *Het Auditoraat heeft tijdens het tweede fase onderzoek een nieuw postcode-onderzoek gevoerd en op basis van de in dit onderzoek verzamelde gegevens, "marktaandeelen" berekend.*
- (87) *Randnummer 227 van het Herzien Ontwerp geeft aan dat daarbij twee methodes zijn gebruikt één op basis van de 20-minuten rijtijd isochroon, die de Auditeur zelf heeft vastgesteld op basis van eigen berekeningen van de rijtijden rond het onderzochte bioscoopcomplex en een tweede methode waarbij het "geografisch verzorgingsgebied" wordt gevormd door alle "relevante" postcodes in dalende volgorde van belang in rekening te nemen totdat een zone wordt bekomen dat een bezoekersaantal oplevert dat overeenstemt met 80% van het totale aantal bezoekers van de bioscoop. De berekeningsmethodes die de Auditeur heeft gehanteerd zijn op zijn minst verwanend.*
- (88) *In randnummer 298 van het Herzien Ontwerp worden de resultaten van die berekening aangereikt.*
- (89) *Kinopolis heeft verscheidene technische vragen bij de wijze van berekening van de marktaandeelen zoals die door de Auditeur zijn uitgevoerd. In het kader van deze procedure is dat echter niet nodig om daar dieper op in te gaan, maar Kinopolis behoudt zich het recht voor om dit meer in detail toe te lichten indien dit nodig zou zijn.*
- (90) *Zulke marktaandeelenanalyse is immers, wat de bioscoopsector betreft, niet van belang. Kinopolis is immers van oordeel dat een steriele analyse, gebaseerd op een beweerde stijging van het marktaandeel op de door de Auditeur afgebakende lokale mat-ken, niet tot de conclusie kan leiden dat de Transactie tot de creatie of de versterking van een machtspositie aanleiding kan geven die de mededinging op significante manier zou belemmeren.*
- (91) *Zulke marktanalysetest is immers niet geschikt om de concunentiedynamiek werkelijk in kaart te brengen omdat zij geen rekening houdt met de complexe substitutiepatronen in de markt die het gevolg zijn van de rol van afstand.*
- (92) *Het is dan ook voor Kinopolis geen verrassing dat de marktaandeelen van een bioscoop in diens eigen lokale verzorgingsgebied hoog zijn. Dat ligt immers in de lijn der verwachtingen omdat, zoals Kinopolis reeds van in het begin van deze procedure heeft betoogd, de nabijheid van een bioscoop één van de meest doorslaggevende criteria is bij de keuze van de bioscoop en zelfs bij de keuze om naar de bioscoop te gaan en niet te opteren voor een andere vorm van filmbeleving. In gebieden waar geen bioscoop is gevestigd is het bioscoopbezoek van de lokale bevolking dan ook erg laag.*
- (93) *Welke methode van marktafbakening men ook gebruikt en op welke berekeningsmethode voor het berekenen van marktaandeelen ook wordt gehanteerd, het blijkt in elk geval uit alle postcode- onderzoeken dat [VERTROUWELIJK].*
- (94) *De steriele marktaandeelenanalyse die het Herzien Ontwerp voert over het effect van de Transactie (zie randnummer 350 van het Herzien Ontwerp) met name dat de aanwas van de door het Auditoraat berekende marktaandeelen in de verzorgingsgebieden van de Utopolis-bioscopen de Transactie een machtspositie creëert en om die reden tot een significante belemmering van de mededinging aanleiding zou geven, kan dan ook niet worden aanvaard, wanneer deze conclusie in strijd is met de voorgelegde en ook door de Autoriteit zelf uitgevoerde UPP-analyses en de marktaandeelenanalyse de enige analyse is om der*

ingenomen stelling te ondersteunen. Zulke conclusie klemt inderdaad des te meer, omdat een nieuwe UPP-analyse, die is uitgevoerd met de nieuwe door de Autoriteit verzamelde postcodedata tot dezelfde, en zelfs nog robuustere conclusies leidt: [VERTROUWELIJK].

- (95) *Kinopolis heeft van in het begin van deze procedure aangegeven dat de Kinopolis-bioscopen in hun verzorgingsgebieden nauwelijks in concurrentie treden met de Utopolis-bioscopen, en dit geldt evenzo voor de Utopolis-bioscopen die in hun verzorgingsgebieden niet of nauwelijks in concurrentie treden met Kinopolis-bioscopen. Dit werd uitgebreid en in detail geanalyseerd in het Verzoekschrift aan de hand van de professioneel uitgewerkte kamten (gebaseerd op representatieve postcode onderzoeken) en de daarop gebaseerde UPP-analyse waarin [VERTROUWELIJK].*
- (96) *De kritiek die de Auditeur op het rapport van professor Verboven formuleert, wordt door professor Verboven in een afzonderlijke technische bijlage weerlegd (bijlage 6). Daarin toont professor Verboven op een overtuigende manier aan dat een marktanalysetest zoals die door de Auditeur is uitgevoerd niet geschikt is, omdat zij inderdaad geen rekening houdt met de complexe substitutiepatronen in de markt die het gevolg zijn van de rol van afstand.*
- (97) *In de technische bijlage die bij het Herzien Ontwerp is gevoegd stelt de Auditeur dat de resultaten van de UPP-analyse niet decisief zijn op zichzelf maar dat zij moeten worden beoordeeld samen met andere bewijsvoering, daarbij verwijzend naar de Telefonica/E-plus zaak.*
- (98) *In de Telefonica/Eplus zaak stelde de Europese Commissie op grond van een UPP-analyse vast dat de aangemelde Transactie tot een prijsstijging aanleiding zou geven. In verband met de kwaliteit van zulke analyse stelde de Commissie dat: "The comparison of diversion ratios to the market shares of the respective merging parties provides an important scale (wij onderlijnen) to measure the closeness of competition between these parties". De Commissie laat dus geen twijfel bestaan over de pertinentie van een UPP-analyse en zij versterkte vervolgens haar op de UPP-analyse gebaseerde conclusie met andere elementen.*
- (99) *In deze zaak stelt Kinopolis vast dat beweerdelijk "kwantitatieve of kwalitatieve bewijsvoering" waarop de Auditeur lijkt te steunen, een loutere verwijzing is naar de door het Auditoraat berekende marktaandeelen-analyse. Dat is echter een andere test en geen kwalitatiefbewijs om de conclusies van een UPP-analyse onderuit te halen.*
- (100) *Kinopolis is dan ook van oordeel dat de op de nieuwe postcode onderzoeken uitgevoerde marktanalysetesten niet maatgevend zijn. Wei van belang is dat de UPP-analyses en alle bijkomende UPP-analyses op basis van de nieuwe postcodegegevens de oorspronkelijke resultaten bevestigen: [VERTROUWELIJK].*
- (101) *[VERTROUWELIJK].*
- (102) *[VERTROUWELIJK].*
- [VERTROUWELIJK]*
- (103) *Tot slot valt het op clat ook bij deze analyse op geen enkele manier rekening wordt gehouden met de zijdelingse concurrentiedruk waarmee bioscoopuitbaters worden geconfronteerd. De Auditeur lijkt niet te hebben onderzocht waarom in gebieden waar geen "concurrentie"*

tussen gevestigde bioscopen bestaat, het prijsniveau toch niet significant veel hoger is dan in gebieden waar wel zulke concurrentie bestaat (bijvoorbeeld Antwerpen en Brussel)

(104) *Kinepolis is er dan ook van overtuigd dat de Transactie niet tot een prijsstijging aanleiding kan geven, omdat de betrokken bioscopen niet of nauwelijks met elkaar concurreren. Hierna zal ten overvloede voor elk van de betrokken bioscopen in herinnering gebracht worden.*

4.2 *De lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop voor het verzorgingsgebied rond Utopolis-Lommel.*

(105) [VERTROUWELIJK].

(106) [VERTROUWELIJK].

(107) [VERTROUWELIJK].

(108) [VERTROUWELIJK].

(109) [VERTROUWELIJK].

(110) [VERTROUWELIJK].

(111) [VERTROUWELIJK].

4.3 *De lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop voor het verzorgingsgebied rond Utopolis-Turnhout*

(112) [VERTROUWELIJK].

(113) [VERTROUWELIJK].

(114) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK].

(115) [VERTROUWELIJK].

4.4 *De lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop voor het verzorgingsgebied rond Utopolis-Mechelen*

(116) [VERTROUWELIJK].

(117) [VERTROUWELIJK].

(118) [VERTROUWELIJK].

(119) [VERTROUWELIJK].

(120) [VERTROUWELIJK].

(121) [VERTROUWELIJK].

(122) [VERTROUWELIJK].

4.5 De lokale markt voor de vertoning van films in de bioscoop voor het verzorgingsgebied rond Utopolis-Aarschot

(123) [VERTROUWELIJK].

(124) [VERTROUWELIJK].

(125) [VERTROUWELIJK].

(126) [VERTROUWELIJK].

(127) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK].

(128) [VERTROUWELIJK].

(129) [VERTROUWELIJK]

(130) [VERTROUWELIJK].

(131) [VERTROUWELIJK].

(132) [VERTROUWELIJK].

(133) [VERTROUWELIJK].

(134) [VERTROUWELIJK].

4.6 De lokale markten waarop Kinopolis actief is

[VERTROUWELIJK].

5. DE TRANSACTIE HEEFT GEEN UNILATERALE EFFECTEN OP DE LOKALE MARKT VOORDE VERTONING VAN DE FILM IN DE BIOSCOOP

5.1 De Transactie leidt niet tot een winstverhogende prijsstijging

(135) *Het eerste unilaterale effect dat het Auditoraat als bezwaar tegen de aangemelde Transactie identificeert, is dat "er vijfvaststellingen (zijn) die het waarschijnlijk maken dat post-transactie een filmbezoek dunder zal zijn in elk van de over te nemen Utopolis-bioscopen (zie randnummer 419)".*

(136) *Dit bezwaar is niet terecht, en wei omwille van volgende redenen:*

- (i) *Het door het Auditoraat aangehaalde bezwaar is niet merger specifieke*
- (137) *De redenering van het Auditoraat is, kort gezegd, de volgende : [VERTROUWELIJK].*
- (138) *Deze redenering blijft, in haar ongetwijfeld aantrekkelijke eenvoud, misleidend en volkomen irrelevant in het kader van een mededingingsrechtelijke analyse van de aangemelde Transactie.*
- (139) *Kinepolis stelt vast dat nog steeds elke analyse ontbreekt op grond waarvan wordt aangetoond dat het wegvallen van de concurrentie tussen Kinepolis en Utopolis in de verzorgingsgebieden waarin zij actief zijn, Kinepolis in staat zou stellen om de prijzen in de Utopolis-vestigingen winstverhogend te laten stijgen. Zulke analyse is van belang want een eventuele prijsverhoging is in een mededingingsrechtelijke analyse slechts relevant als zij het gevolg is van het wegvallen van concurrentiedruk door de overname. Enkel prijsstijgingen die "merger specifieke" zijn kunnen bijgevolg in acht worden genomen bij de beoordeling van de Transactie.*
- (140) *In repliek hierop stelt de Auditeur in randnummer 462 van het Herzien Ontwerp dat Kinepolis prijsverhogingen kan doorvoeren "dankzij haar economische machtspositie daar waar Utopolis deze marktmacht niet heeft", zonder verdere analyse of onderbouwing van die bewering. Het enige element dat de Auditeur ter ondersteuning aanhaalt is de vermelding dat Utopolis de nieuw ingevoerde Mechelse stadstaks van 0,30 Euro niet aan alle Mechelse bioscoopbezoekers doorrekent. De Auditeur stelt dat "Utopolis heeft deze taks enkel doorgerekend in de voornaamste tarieven en niet in de verminderingstarieven voor Utopolis Mechelen. Utopolis wil gepercipieerd worden als een prijsvriendelijke en familievriendelijke bioscoop."*
- (141) *Voor zover het voorbeeld van de stadstaks van Mechelen relevant is, stelt Kinepolis vast dat deze passage aantoont dat Utopolis-Mechelen een prijsstijging heeft doorgevoerd naar aanleiding van de door de Stad Mechelen opgelegde stadstaks, en dit voor haar "voornaamste" tarieven. Deze vaststelling toont slechts aan dat Utopolis vandaag wel degelijk in staat is om prijsstijgingen door te voeren (op een naar alle waarschijnlijkheid aanzienlijk deel van de door haar in Mechelen verkochte tickets) en dat Utopolis die prijsaanpassing moduleerde het door haar nagestreefde marktprofiel van een "prijsvriendelijke en familievriendelijke" bioscoop.*
- (142) *Nergens wordt vermeld dat Utopolis deze beleidskeuze heeft gemaakt omdat zij rekening zou hebben gehouden met mogelijke concurrentie van Kinepolis en het daaraan verbonden risico van klantenverlies. Er wordt enkel vermeld dat Utopolis zich wenst te profileren als een "prijsvriendelijke en familievriendelijke bioscoop". Dat is een beleidskeuze van Utopolis, die op geen enkele manier tegensprekt dat Utopolis, indien zij dat zou wensen, een andere positionering inzake prijsbeleid zou kunnen nastreven.*
- (143) *De bewering dat Utopolis "minder marktmacht heeft om zich onafhankelijke te gedragen" en daarom blijkbaar op dit ogenblik geen prijsstijging zou kunnen doorvoeren, wordt dan ook niet alleen tegengesproken door het in randnummer 462 van het Herzien Ontwerp aangehaalde voorbeeld, maar wordt bovendien op geen enkele manier onderbouwd.*
- (144) *Er kan evenmin worden gesteld dat hieruit volgt dat Kinepolis na de Transactie omwille van een vermeende machtspositie de prijszetting kan wijzigen. [VERTROUWELIJK].*

(145) [VERTROUWELIJK].

(146) [VERTROUWELIJK].

(147) *Het is dan ook meer dan waarschijnlijk dat de concurrentie met Kinopolis - of beter het gebrek daaraan - op dit ogenblik geen invloed heeft op de prijspolitiek van Utopolis en het Herzien Ontwerp brengt geen enkel feitelijk element aan dat zulke stelling tegenspreekt.*

(148) *Het bezwaar van de Auditeur moet worden verworpen.*

(ii) *De "vaststellingen" in verband met de prijspolitiek van Kinopolis [VERTROUWELIJK]*

(149) [VERTROUWELIJK].

(150) [VERTROUWELIJK].

(151) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK]

(152) [VERTROUWELIJK].

(153) [VERTROUWELIJK].

(154) [VERTROUWELIJK].

(155) [VERTROUWELIJK].

(156) [VERTROUWELIJK].

(157) [VERTROUWELIJK].

(158) [VERTROUWELIJK].

(159) [VERTROUWELIJK].

(160) [VERTROUWELIJK].

(161) [VERTROUWELIJK].

(162) [VERTROUWELIJK].

(163) [VERTROUWELIJK].

(164) [VERTROUWELIJK].

(165) [VERTROUWELIJK].

(iii) Conclusie

(166) [VERTROUWELIJK].

5.2 Filmaanbodverschraling

(167) Het volgende bezwaar van de Auditeur is dat "post-transactie een afvlakking van de filmdiversiteit waarschijnlijk is" (randnummer VII.3.28) omdat een "platform (zal) wegvallen voor de film distributeurs met een eerder alternatief aanbod" en omdat "Kinopolis er een andere filmprogrammatiepolitiek (op na houdt)".

(168) Dit bezwaar wekt grote verbazing. In randnummer VII.3.34 van datzelfde Herzien Ontwerp wordt immers gesteld dat "de auditeur ...het met de aanmeldende partij eens (is) dat het filmaanbod in termen van filmtitels vandaag reeds gelijklopend is tussen een Kinopolis-bioscoop en de dichtstbijzijnde Utopolis-bioscoop. "

(169) Kinopolis ziet dan ook niet hoe de Transactie zou kunnen leiden tot een verschraling van het filmaanbod als het aanbod van Utopolis op dit ogenblik reeds gelijklopend is aan het aanbod van Kinopolis en waarom de Auditeur, ondanks de uitdrukkelijk in randnummer VII.3.34 verwoorde vaststelling, die trouwens door de andere marktspelers wordt onderschreven, nog steeds van oordeel is en blijft dat de Transactie tot een filmaanbodverschraling zou leiden.

(170) In randnummer VII.3.42 van het Herzien Ontwerp wordt nog aangehaald dat Utopolis in Mechelen en Turnhout "gemiddeld meer onderscheiden filmtitels programmeren" (met name B-films en lokaal afgestemde content films)." Het is niet duidelijk op welke feitelijke analyse dit is gebaseerd en wat het vergelijkingspunt van de Auditeur is geweest om te besluiten tot "gemiddeld meer" onderscheiden titels. Er wordt niet aangeduid om welke titels het gaat en wat de relevantie ervan is geweest in de bezoekerscijfers van die Utopolis-bioscopen. Er wordt ook niet aangeduid waarom in de kwaliteit en kwantiteit van het lokale afgestemde aanbod verschil van de kwaliteit en kwantiteit van het door Kinopolis aangeboden lokale afgestemde aanbod.

(171) Zelfs indien de Utopolis-bioscopen in Mechelen en Turnhout meer B-films en op lokaal afgestemde content films zouden hebben geprogrammeerd, dan nog is er geen reden om te vermoeden dat de Transactie tot een verschraling van dit type filmaanbod zou leiden.

[VERTROUWELIJK].

(172) Tot slot wordt de dynamiek van bioscoopexploitatie miskent wanneer wordt gesteld dat Kinopolis haar "zalenpark niet maximaal exploiteert voor het opdrijven van het aantal onderscheiden filmtitels".

(173) Kinopolis heeft meermaals aangegeven dat de bioscoopsector kampt met een structureel teruglopend filmbezoek. In tegenstelling tot aanbieders van alternatieve vormen van filmbeleving, die zonder meerkost een gigantische portefeuille van filmtitels op elk ogenblik kunnen aanbieden, moet een bioscoopexploitant, voor elke titel die hij programmeert en voor elke zaal die daarvoor wordt gereserveerd, een afweging maken tussen de verwachte opbrengst en de kost van de huur van de film en inzet van personeel. Deze soms moeilijke beslissingen zijn dezelfde voor elke bioscoopexploitant die zich in een niet-gesubsidieerde omgeving bevindt, inclusief Utopolis en Kinopolis. De Transactie zal daar geen verandering in brengen.

(174) [VERTROUWELIJK].

(175) *Evenmin relevant in de mededingingsrechtelijke beoordeling van de Transactie is de vermelding in randnummer VII.3 .48 van het Herzien Ontwerp, waar de Auditeur stelt dat: "Kinopolis programmeert daarbij niet vanuit inhoudelijk-culturele overwegingen maar handel en redeneert vanuit zijn winstzoekende opdracht als commercieel bedrijf". Het komt Kinopolis voor dat de bescherming van een "inhoudelijk cultureel" filmaanbod niet tot de opdracht van de BMA behoort en dat Kinopolis, zoals elke onderneming niet alleen het recht, maar ten aanzien van haar aandeelhouders en werknemers, ook de plicht heeft om winstgevend te zijn en blijven .. In die optiek programmeert zij een zeer divers filmaanbod (met bijzondere acties zoals het Classics programma, doelgroepenprogramma's zoals Ladies at the Movies, Cinema Deluxe, Seniorennamiddagen, Obscure Nights en filmspecials zoals Doctor Who en Sherlock. Indien dergelijk waardeoordeel wordt in acht genomen is het bovendien duidelijk dat Utopolis zich door dezelfde overwegingen laat leiden en dat de Transactie hierin geen wijzigingen teweegbrengt*

(176) *Tot slot kan ook uit het versmelten post-Transactie van de Kinopolis-teams en de Utopolis-teams die verantwoordelijk zijn voor de filmprogrammatie, niet het besluit worden getrokken dat dit tot een verschraving van het filmaanbod zou leiden. De verzamelde knowhow en marktkennis zal daarentegen leiden tot een nog grotere verfijning en nog betere afstemming van het aanbod op de lokale wensen. Het speelt geen belang of één dan wel twee teams voor de programmatie verantwoordelijk zijn.*

5.3 Sluiting bepaalde vestigingen

(177) *In randnummer 473 hemeemt de Auditeur het bezwaar dat de Transactie tot gevolg zou kunnen hebben dat Kinopolis overgaat tot "de sluiting van enkele of alle Utopolis-complexen, zelfs indien hier een boete aan verboden is" of tot "de verkoop van een of meerdere vestigingen aan een andere (kleine) bioscoopexploitant of nieuwe toetreders (bijvoorbeeld een film distributeur)".* 23

(178) *Het is onduidelijk wat de mededingingsrechtelijke vrees van de Auditeur is bij de twee hypothesen.*

(179) *Wat de eerste hypothese betreft heeft Kinopolis reeds in de schriftelijke opmerkingen op het Ontwerp voldoende duidelijk aangetoond dat voor zulke veronderstelling elke financiële en economische grondslag ontbreekt.*

(180) [VERTROUWELIJK].

(181) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK]

(182) [VERTROUWELIJK].

(183) [VERTROUWELIJK].

(184) [VERTROUWELIJK].

(185) [VERTROUWELIJK].

(186) *Kinepolis stelt dan ook vast dat dit bezwaar geen grondslag heeft.*

5.4 De Transactie bemoeilijkt de investeringsmogelijkheden van concurrenten niet

(187) *Het is voor Kinepolis bijzonder teleurstellend om ook na het tweede fase onderzoek, in randnummer 537 te lezen dat "(d)oor de Transactie ...Kinepolis haar landelijke dekking binnen Vlaanderen (zal) verbreden 1-vaardoor ontv.,ikkelingsprojecten van concurrenten worden bemoeilijkt, op noemenswaardige manier".*

(188) *De Auditeur slaagt er namelijk niet in om ook maar één project van een concurrent aan te duiden waarvan de uitvoering door de Transactie bemoeilijkt wordt. Het bezwaar wordt op geen enkele manier concreet aangetoond. De Auditeur haalt twee niet-gefundeerde elementen aan:*

(189) *Het eerste element waarop de Auditeur steunt is de overweging dat concurrenten en filmdistributeurs blijkbaar "nagenoeg allemaal" van oordeel zijn dat "omwille van het netwerk van Kinepolis" de markt voor de bouw van multiplexen in Vlaanderen nagenoeg verzadigd zou zijn. Deze bewering is niet alleen onjuist, zij houdt op geen enkele manier verband met de Transactie.*

(190) *De bewering is onjuist omdat verscheidene bioscoopexploitanten, ondanks het "netwerk van Kinepolis", erin geslaagd zijn om een multiplex-bioscoop te bouwen of actueel concrete plannen daartoe hebben. Zoals in randnummer 256 van het Herzien Ontwerp is aangegeven is de groep Euroscoop ontstaan in 2002 en heeft zij sinds die datum maar liefst 5 nieuwe multiplexen ontwikkeld. Belga heeft meerdere bioscopen in de steigers staan zoals deze in Brussel (Just under the Sky), Machelen (Uplace) en Luik (Mediacité). Tevens kan verwezen worden naar de aangekondigde nieuwe bioscoop te Aalst en het project van Euroscoop te Anderlecht. De Transactie brengt hier geen verandering in, omdat zoals Kinepolis reeds van in het begin van deze procedure heeft aangegeven deze Transactie op geen enkele manier het aantal in België geëxploiteerde bioscopen doet toenemen en dus ook op geen enkele manier de bestaande investeringskansen in Greenfield projecten aantast.*

(191) [VERTROUWELIJK].

(192) *De Transactie, die zoals gezegd geen toename van het aantal zalen tot gevolg heeft, brengt hier uiteraard geen verandering in en Kinepolis ziet verder ook niet in hoe de beweerdelijk verhoogde attractiviteit van de Utopolis-complexen na de Transactie, de investeringskansen van andere partijen zou belemmeren in de betreffende of in andere zones.*

(193) *Het tweede element waarop de Auditeur steunt is dat in de "grootsteden" waar er volgens de Auditeur "nog capaciteit is in vergelijking met het inwonersaantal" (en waarbij de bewering dat de markt zou zijn "verzadigd" dus meteen wordt tegengesproken), enkel bioscopen met een "meer art& essai" profiel, zoals Lumière, nieuwe bioscopen hebben ontwikkeld. Daarbij betwijfelt de Auditeur of "eenzijdige uitbreidingsstrategie als deze van Lumière realistisch is voor de concurrenten van Kinepolis die multiplexen exploiteren en daarin voornamelijk mainstream content vertonen. Het ligt immers niet voor de hand om hun*

huidig business-mode! in toekomstige nieuwe bestemmingen, nabij een Kinopolis-vestiging, anders in te vullen om op die manier de concurrentie met Kinopolis aan te gaan".

- (194) *Vooreerst merkt Kinopolis op dat de Auditeur niettemin bevestigt dat ondanks de zogenaamde "verzadiging" er in de grote agglomeraties en andere regio's, waaronder Brugge, toch nieuwe bioscopen zijn gebouwd die in concurrentie treden met de andere, daarvoor reeds aanwezige bioscopen. In Antwerpen en Brussel (Kinopolis veronderstelt dat dit de "grootsteden" zijn waarop de Auditeur doelt) zijn bovendien nog andere exploitanten die "mainstream content" vettonen actief (waaronder UGC) en er zijn verscheidene nieuwe bioscoopcomplexen in stedelijk gebied gepland, De beweerdelijke verzadiging, voor zover zij zou bestaan, is niet enkel aan de aanwezigheid van Kinopolis te wijten en er is vastgesteld dat de aanwezigheid van een multiplex de exploitatie in hetzelfde verzorgingsgebied van een andere multiplex niet uitsluit.*
- (195) *De "twijfel" die de Auditeur uit of "eenzijdige uitbreidingsstrategie" realistisch is "voor de concurrenten van Kinopolis die multiplexen exploiteren" wordt in deze paragraaf van randnummer 538 van het Herzien Ontwerp niet onderbouwd.*
- (196) *Niettemin rijgt de Auditeur in de volgende paragraaf verscheidene veronderstellingen aan elkaar. Die zouden de indruk moeten wekken dat de twijfel toch enige grond heeft. Een gedetailleerde lezing van deze paragraaf toont echter aan dat elke onderbouwing ontbreekt:*
- Onder andere de investeringskosten nodig voor de bouw van kleinere complexen weegt relatief zwaarder door dan de investeringskosten voor multiplexen (vb; de noodzaak om in het centrum van een stad met verdiepingen te bouwen). De Auditeur lijkt hier te veronderstellen dat het rendabiliteitsniveau van een kleinere bioscoop lager ligt dan een grotere bioscoop. Dat is mogelijk maar kan niet zonder meer worden verondersteld. De netto-investering nodig voor de ontwikkeling van een bioscoopconcept hangt af van de aankoopprijs van het pand en de locatie, het aantal zalen (en de capaciteit van de desbetreffende zalen) en het concept dat de exploitant wenst neer te zetten.*
 - Ook het genereren van schaalvoordelen is beperkter. Het is niet meteen duidelijk welke schaalvoordelen de Auditeur hierbij in overweging neemt en wat de impact van die schaalvoordelen is. Is de veronderstelling dat een art-house bioscoop zoals Lumière die exploiteert minder schaalvoordelen genereert dan een multiplex? . Het potentieel bezoekersaantal wordt niet bepaald door de "attractiviteit" van een bioscoop, maar door het bevolkingsaantal in het verzorgingsgebied van de geplande bioscoop en de reeds in het verzorgingsgebied aanwezige bioscopen en het verwachte bezoekerspotentieel. Bovendien ziet Kinopolis niet in waarom een kleinere bioscoop niet even attractief kan zijn als een multiplex. De mate waarin een bioscoop attractief is, zal uiteindelijk immers afhangen van de persoonlijke voorkeur van de bioscoopbezoeker en de mate waarin de exploitant erin slaagt om op die voorkeuren in te spelen.*
 - Tenslotte, zijn er ook gevallen geweest waarbij Kinopolis de groei van concurrenten in België heeft belemmerd of verhinderd (o.a. de bouw van een multiplex te Brugge door Euroscoop, de bouw van een multiplex Mediacité (te Luik) door UGC. Voor zover deze gratuite beweringen al in overeenstemming zijn met de werkelijkheid (Kinopolis merkt op dat de Raad voor de Mededinging wat de bioscoop in Brugge betreft geen gevolg heeft gegeven aan de klacht die door een concunent werd*

ingediend), dan zijn zij op geen enkele manier relevant bij de beoordeling van de vraag of "eenzelfde uitbreidingsstrategie als deze van Lumière realistisch is voor de concurrenten van Kinopolis die multiplexen exploiteren". De Auditeur lijkt te beweren dat Kinopolis de bouw van elk nieuw multiplex zal trachten te belemmeren of verhinderen, wat een onacceptabele bewering zou zijn.

- (197) Concluderend stelt de Auditeur "(i)n conclusie, om te kunnen groeien moeten concurrenten meer risicovolle investeringen doen. Het is inderdaad zo dat zowel UGC als Pathé die laatste op de Belgische markt is toegetreden, over belangrijke investeringscapaciteiten beschikken. Evenwel verkiest UGC aanwezig te zijn in de grootsteden (zoals Kinopolis). Wat Pathé betreft, is het nog te vroeg om uitspreken te doen over hun gekozen strategie. Overigens is de aanwezigheid van Pathé in België zeer beperkt. Deze conclusie wekt opnieuw verbazing. Het is volkomen onduidelijk waarom de investeringen van concurrenten "meer risicovol" zouden zijn dan wanneer Kinopolis een gelijkaardige investering zou overwegen.
- (198) Een gedetailleerde lezing van deze paragraaf toont aan dat deze beschouwingen van de Auditeur niet aantonen dat de Transactie de investeringskansen van concurrenten zou raken. In dat verband stelt Kinopolis vast dat de Auditeur alvast erkent dat UGC en Pathé, die pas recent tot de Belgische markt is toegetreden, over "investeringscapaciteiten" beschikken. Die investeringscapaciteiten worden blijkbaar door de Transactie niet geraakt.
- (199) Kinopolis kan slechts herhalen dat het speelveld gelijk is voor alle bioscoopexploitanten: de administratieve en stedenbouwkundige vereisten, de beschikbaarheid van geschikte terreinen of panden zijn voor alle potentiële investeerders dezelfde. Bovendien verwelkomen lokale besturen de komst van een bioscoop met open armen en kunnen zij de bouw van een nieuwe bioscoop faciliteren in een verzorgingsgebied waar nog geen bioscoop wordt geëxploiteerd zodat de nieuwe bioscoop op vrij korte termijn (1 tot 1,5 jaar) operationeel kan zijn.
- (200) [VERTROUWELIJK].
- (201) [VERTROUWELIJK].
- (202) [VERTROUWELIJK].
- (203) [VERTROUWELIJK].
- (204) [VERTROUWELIJK].
- (205) Het vierde element waar de Auditeur op steunt is de veronderstelling dat "het duidelijk is dat de overige spelers niet over dezelfde financiële slagkracht beschikken en hetzelfde risico's kunnen dragen als marktleider Kinopolis" en dat Kinopolis "omwille van haar decennialange verspreide aanwezigheid van Kinopolis binnen elke Belgische grootstad ... zeker (kan) zijn van een kritische massa aan bezoekers wanneer zij actief wordt in nieuwe gebieden". Ook deze bewering snijdt geen hout. Zoals eerder aangestipt beschikken andere bioscoopuitbaters over gelijkaardige en zelfs (in het geval van de UGC en Pathé groep) over grotere financiële middelen dan Kinopolis. De Auditeur erkent overigens uitdrukkelijk dat UGC en Pathé over dergelijke investeringscapaciteiten beschikken. Het is dan ook niet duidelijk waarom de financiële draagkracht van Kinopolis tot gevolg zou hebben dat deze Transactie de investeringskansen van andere bioscoopuitbaters zou raken. Ook de bewering dat Kinopolis "zeker" kan zijn van een kritische massa aan bezoekers wekt verbazing.

- (206) *Tot slot stelt de Auditeur vast dat de Transactie een belangrijke consolidatiemogelijkheid ontnemt voor de overige concurrenten. Dat is het gevolg van elke transactie, zelfs indien een andere bioscoopuitbater de Utopolis-bioscopen zou overnemen. Kinopolis ziet niet in hoe deze overweging verband houdt met de bewering dat de Transactie de investeringsmogelijkheden van andere bioscoopuitbaters raakt. Het is evenmin duidelijk welke belangen de Auditeur beoogt te beschermen met het behoud van een "belangrijke consolidatiemogelijkheid" voor andere bioscoopexploitanten.*
- (207) *Kinopolis kan slechts vaststellen dat de Auditeur niet heeft aangetoond dat de Transactie een negatieve impact zou hebben op de investeringsplannen van haar concurrenten of van andere potentiële nieuwkomers.*

5.5 De Transactie biedt Kinopolis geen schaalvoordelen die de concurrentiepositie van derden negatief beïnvloeden

- (208) *De Transactie biedt Kinopolis geen schaalvoordelen die de concurrentiepositie van derden negatief beïnvloeden.*
- (209) *In randnummer 437 van het oorspronkelijke Ontwerp stelde de Auditeur "dat schaalvoordelen op de markt voor de vertoning van films in de bioscoop niet noodzakelijk onontbeerlijk zijn voor de rendabiliteit van een bepaalde vestiging: er zijn nog steeds onafhankelijke uitbaters en bioscoopgroepen die ondanks hun kleine schaal standhouden".*
- (210) *Deze correcte vaststelling wordt in het Herzien Ontwerp zonder enige verdere toelichting weggelaten. De mogelijkheid voor onafhankelijke bioscoopuitbaters en kleinere bioscoopgroepen om bioscopen op een rendabele manier uit te baten is nochtans een vaststaand feit. Zoals reeds in het verzoekschrift opgenomen, is het niet noodzakelijk over een uitgebreid landelijk netwerk van bioscopen te beschikken om een rendabele bioscoopexploitatie op te zetten. De rendabiliteit wordt in de eerste plaats bepaald door de inplanting van de bioscoop in een zone met voldoende bezoekerspotentieel, de afstemming van de taille van de bioscoop op het aanwezige bezoekerspotentieel, de juiste inschatting van de personeelsinzet versus de verwachte bezoekers, de afstemming van de programmatie op de doelgroepen in het verzorgingsgebied, etc. De winstgevendheid van een complex wordt dan ook voornamelijk door lokale factoren beïnvloed en niet door schaalvoordelen op landelijk vlak. Het is zonder meer mogelijk slechts één of een beperkt aantal bioscoopcomplexen te exploiteren en hierbij een voldoende aantrekkelijke winstmarge te realiseren, zoals bijvoorbeeld blijkt uit de activiteiten van Euroscop of andere op de Belgische markt actieve uitbaters, en zoals eveneens blijkt uit de activiteiten van Kinopolis in het buitenland waar zij in minder belangrijke mate aanwezig is. Opnieuw kan ook verwezen worden naar kleine spelers zoals Cinema Albert, Cinema4Y ou in Zwijndrecht etc.*
- (211) *Niettemin blijft de Auditeur in randnummer 611 van het Herzien Ontwerp betogen "dat schaalvoordelen enorme concurrentiële voordelen bieden en belangrijke financiële risico's kunnen wegnemen" en dat de Transactie - zoals reeds in de titel van dit onderdeel van het Herzien Ontwerp naar voor komt- de kloof tussen Kinopolis en concurrenten vergroot.*
- (212) *Kinopolis blijft zich met Idem tegen deze bewering verzetten.*
- (213) *De eerste bewering die het Auditoraat nog steeds ter ondersteuning van haar stelling aanreikt, is dat de grotere landelijke spreiding van Kinopolis een "grotere landelijke visibiliteit*

en naambekendheid met zich meebrengt" en dat Kinopolis "ook voor marketingdoeleinden een nog interessantere speler (wordt) dan vandaag reeds het geval is" .

- (214) *Deze bewering (die een echo lijkt van de opmerkingen van Imagix) wordt nog steeds op geen enkele manier feitelijk onderbouwd.*
- (215) *[VERTROUWELIJK].*
- (216) *[VERTROUWELIJK].*
- (217) *[VERTROUWELIJK].*
- (218) *In randnummer 613 van het Herzien Ontwerp stelt de Auditeur dat "het onderzoek heeft aangetoond dat de manier van publiciteit maken verschilt tussen concurrenten en Kinopolis". Zo wordt vastgesteld dat Euroscop geen televisiecampagnes voert en een gelimiteerd budget spendeert aan grotendeels Vlaamse campagnes. Utopolis zou campagnes voeren over heel Vlaanderen, met een beperkt budget. Deze voorbeelden bevestigen dus -zoals Kinopolis reeds eerder had aangegeven - dat andere bioscoopuitbaters geen nood hebben aan landelijke campagnes. [VERTROUWELIJK].*
- (219) *De tweede bewering die het Auditoraat in deze context nog steeds aandraagt, is dat de Transactie de onderhandelingspositie van Kinopolis ten aanzien van de filmdistributeurs, evenals de positie van Kinopolis Film Distribution ("KFD") (voor "bijvoorbeeld" Vlaamse films) bevordert.*
- (220) *[VERTROUWELIJK].*
- (221) *Wat de beweerde "marktmacht" van KFD betreft (met een geschat marktaandeel van 10.7% op de markt van de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop), vermoedt Kinopolis dat de "themij of harm" die het Auditoraat naar voren lijkt te schuiven betrekking heeft op het risico voor distributeurs die in concurrentie treden met KFD om van de verdeling van "Vlaamse" films te worden uitgesloten.*
- (222) *Elke analyse om dit volkomen ongegrond bezwaar te onderbouwen ontbreekt. In principe zou het Auditoraat moeten aantonen dat Kinopolis op een geloofwaardige manier ten overstaan van filmproducenten kan dreigen om een film niet in de Kinopolis-zalen te vertonen- en dus te verzaken aan de box office inkomsten die een film zou kunnen genereren - wanneer zij niet de garantie bekomt om via KFD de bijkomende commissie-inkomsten als distributeur te kunnen genereren. Het spreekt voor zich dat Kinopolis geen enkele financiële aansporing heeft om het risico te lopen om de box-office inkomsten te verliezen met het oog op de relatief onbelangrijke commissie-inkomsten als distributeur te genereren. Nogmaals, en zoals eerder in deze procedure reeds vermeld, het feit dat een Vlaamse kaskraker als "De Kampioenen 2" niet door KFD werd verdeeld, toont aan dat dit bezwaar niet overeenstemt met de werkelijkheid.*
- (223) *[VERTROUWELIJK].*
- (224) *Het Herzien Ontwerp beperkt zich er nu toe te stellen dat de Transactie de onderhandelingsmacht van Kinopolis ten overstaan van distributeurs zou versterken (zie randnummer 613, tweede punt Herzien Ontwerp).*

- (225) *Kinopolis veronderstelt dat de Auditeur de in het oorspronkelijke Ontwerp vermelde bezwaren die hiennet verband hielden niet langer wenst in te roepen, meer bepaald de beweerde geprivilegieerde positie waarover Kinopolis zou beschikken om "avant premières" te organiseren. Kinopolis heeft aangetoond dat elke uitbater van een bioscoop naar zijn keuze één of meerdere avant premières kan organiseren. In randnummer 694 van het Herzien Ontwerp stelt de Auditeur nu dat "de antwoorden van de marktbevraging laten niet toe om zich uit te spreken over een belangrijke (sic) voorde/en die zouden zijn gegeven aan Kinopolis met betrekking tot "avant-premières ". De releasedatum van een film wordt vastgesteld door de producent en de distributeur, zonder enige inspraak van de bioscoopexploitant. Over andere "commerciële voorwaarden" meldt het Herzien Ontwerp nu dat " de film distributeurs stellen dat de transactie de bestaande concurrentie door andere bioscoopexploitanten niet zal bemoeilijken. "*
- (226) *De Auditeur stelt echter dat Kinopolis haar onderhandelingsmacht zou versterken door "het bekomen van lagere huurpercentages, de keuze van filmprogrammatie en de duur van de programmatie ". Dat is natuurlijk een circulaire redenering. Een onderhandeling die zou resulteren in een lagere vergoeding zou in die gedachtegang het bewijs leveren van het bestaan van een sterkere onderhandelingspositie terwijl het bestaan van zulke sterkere onderhandelingspositie precies het gegeven is dat vooraf moet worden aangetoond en de veronderstelling van het bekomen van lagere huurpercentages daar een mogelijk gevolg van is (maar bovendien ook nog eens afzonderlijk moet worden aangetoond).*
- (227) *[VERTROUWELIJK].*
- (228) *[VERTROUWELIJK].*
- (229) *[VERTROUWELIJK].*
- (230) *Zie in dat verband ook uit het uitvoerige antwoord van Kinopolis op vraag 14 van het verzoek om inlichtingen van 24 december 2015 (bijlage 7).*
- (231) *De derde bewering die het Auditoraat in dit verband naar voren schuift wordt in randnummer 611 van het Herzien Ontwerp als volgt omschreven : "Betere voorwaarden bij derden : de overname van de Utopolis-vestigingen zal geen substantieel verschil vormen ten aanzien van leveranciers van nevenproducten stroomopwaarts (drank, snacks, diensten ...), maar leidt uiteraard wel tot een verdere versterking.*
- (232) *Het bezwaar wordt zonder meer behouden in het Herzien Ontwerp, ondanks de opmerkingen die Kinopolis zowel in haar eerdere schriftelijke opmerkingen als in de gesprekken met het case-team heeft verstrekt. Het blijft onduidelijk op welke feitelijke grondslag dit bezwaar steunt. De Auditeur bevestigt, zoals Kinopolis in het verzoekschrift heeft aangevoerd, dat de Transactie geen impact heeft op de onderhandelingspositie van Kinopolis, maar trekt vervolgens de opmerkelijke conclusie dat dit "uiteraard" wel leidt tot een verdere "versterking" (naar Kinopolis vermoedt van de onderhandelingspositie van Kinopolis).*
- (233) *Het spreekt voor zich dat Kinopolis zulke stelling niet kan bijtreden. Indien, zoals het Auditoraat vaststelt, de positie van Kinopolis ten aanzien van leveranciers niet substantieel verschilt voor en na de Transactie, dan kan op basis van deze feitelijke vaststelling elke verdere analyse achterwege worden gelaten.*

- (234) *In randnummer 614 verwijst de Auditeur nu naar enkele elementen die niet Kinopolis betreffen, maar wel haar concurrenten. Vooreerst wordt vermeld dat de terugtrekking van Utopolis uit de GIE- aankoopvereniging tot gevolg zou hebben dat de rentabiliteit van de concurrenten zou dalen. Deze stelling wordt zonder meer geponeerd zonder dat ook maar een begin van bewijs wordt voorgelegd dat de leden van de desbetreffende aankoopvereniging in de toekomst slechtere inkoopvoorwaarden zullen behalen. Tot slot belet niets 1-Magix en haar om sarnen met de talrijke onafhankelijke bioscoopuitbaters een aankoopvereniging te sluiten of Euroscop en UGC uit te nodigen om de plaats van Utopolis in te nemen.*
- (235) *Wat betreft het Vivabox-systeem waarnaar de Auditeur verwijst en de veronderstelling dat het voor concurrenten zonder Utopolis bijzonder moeilijk zou worden om een voldoende geografische spreiding te bekomen, vergist de Auditeur zich. Er is geen gemeenschappelijke verkoop van vouchers door bioscoopexploitanten. Vivabox is een onafhankelijke verkoper van cadeaubonformules, wantoe bioscoopexploitanten vrij kunnen aansluiten en waarbij de kopers duidelijk worden ingelicht over de aangesloten exploitanten en inruilmogelijkheden. Er bestaan verschillende dergelijke aanbieders en het is Kinopolis niet duidelijk welke impact de Transactie zou hebben op de mogelijkheden voor bioscoopexploitanten om succesvol alternatieve verkoopkanalen te ontwikkelen.*
- (236) *Eenzelfde bemerking kan worden gemaakt omtrent de beweerde onmogelijkheid voor concurrenten om na de Transactie nog een geloofwaardig nationaal en regionaal B2B aanbod te doen. De Auditeur legt immers niet uit welk B2B-aanbod een kritische nationale dekking zou vereisen en op welke manier die de Transactie een significante impact op de concurrentiepositie van andere bioscopen zou hebben. Kinopolis heeft reeds aangetoond dat B2B activiteiten een voornamelijk lokale inslag hebben. Tot slot moet opnieuw worden aangestipt dat de B2B markt veel ruimer is dan bioscopen alleen, en dat er op die markt vooral concurrentie wordt ondervonden van aanbieders van faciliteiten zoals hotels en eventzalen.*
- (237) *De vierde bewering die het Auditoraat poneert is dat Kinopolis meer mogelijkheden heeft om nieuwe businessmodellen te toetsen.*
- (238) *Deze bewering indien zij al zou worden toegelicht en gestaafd, blijft grote verbazing wekken. Zij is vooreerst niet relevant want zij wordt niet aan de aangemelde Transactie gelinkt. Het is nog steeds niet duidelijk welke "business modellen" Kinopolis op dit ogenblik niet zou kunnen toetsen die zij wel zou kunnen toetsen nadat de vier Belgische bioscopen van Utopolis in haar portfolio zouden zijn opgenomen.*
- (239) *De bewering hangt nauw sarnen met de vijfde bewering die ook in het Herzien Ontwerp wordt behouden en wam-in wordt gesteld dat Kinopolis "meer mogelijkheden heeft om innovaties in bioscoopbeleving te introduceren. Zij gaat er blijkbaar ook vanuit dat Kinopolis enkel tot innovatie wordt geprikkeld door de concurrentie van andere bioscoopuitbaters en lijkt te suggereren dat Kinopolis "op lange termijn" alle grote concurrenten van de markt wenst te verdrijven.*
- (240) *Zulke stelling doet de waarheid geweld aan en miskent de het concept waarmee Kinopolis zich in de markt positioneert om de concurrentie van meerdere vormen van filmbeleving (internet, betaaltelevisie, DVD). Die concurrentie noopt bioscoopuitbaters om blijvend te investeren in het optimaliseren van filmbeleving in de bioscoop, om op die manier bioscoopbezoek te blijven stimuleren. Dit wordt niet door het Auditoraat weerlegd. Kinopolis*

betreurt dan ook dat zulke bewering, zonder enige feitelijke grondslag, in het Ontwerp werd opgenomen en in het Herzien Ontwerp zonder meer wordt hemomen, zonder op de eerdere opmerkingen van Kinopolis rekening wordt gehouden.

- (241) *De zesde en laatste bewering is dat Kinopolis "meer mogelijkheden heeft om minder rendabele bioscoopcomplexen aan te kopen en in porifolio te hoztden". Ook deze stelling is volkomen irrelevant aangezien zij op geen enkele manier aan de Transactie kan worden gelinkt. Bovendien kan niet worden begrepen welke negatieve gevolgen de consument zou ondervinden bij het openhouden van minder rendabele bioscoopcomplexen*
- (242) *Kinopolis ziet niet in welke significante belemmering van de mededinging wordt veroorzaakt door het feit dat een onderneming met een netwerk" meer risico's zal durven aangaan ten aanzien van nieuwe, mogelijks risicovolle projecten en ook in staat zal zijn om -zelfs in het geval deze complexen onvoldoende rendabel zijn- deze langer op te kunnen houden dan kleine concurrenten". Vrijwaart zulke situatie niet de keuzemogelijkheden van de consument?*
- (243) *In randnummer 614 (pagina 149) wordt in het Herzien Ontwerp toegevoegd dat de schaalvoordelen die Kinopolis zou verkrijgen, leiden tot een "vermindering van de mogelijkheid voor concurrenten om te groeien of te innoveren gezien hun beperkingen ten gevolge van hun beperkte jinanciële middelen in België" alsook "tot een verhoging van het risico van het oprichten van een bioscoopcomplex door een concurrent in ongeveer alle lokale zonder in België en in het bijzonder in Vlaanderen ". Ook hier blijft het Herzien Ontwerp eike vorm van concrete, feitelijke onderbouwing schuldig. Indien de Auditeur stelt clat (waarschijnlijk sommige) bioscoopuitbaters minder kans hebben om te groeien ten gevolge van hun beperkte financiële middelen, dan lijkt de oorsprong van die euvel, voorzover het al terecht is, bij de financiële positie van die ondernemingen en niet bij de Transactie. Voorts is het niet duidelijk hoe de aan de Transactie verbonden schaalvoordelen tot een verhoging van het riscico voorde bouw van een nieuwe bioscoop leiden (ais clat het beweerdelijke bezwaar is clat in randnummer 614 wordt neergelegd).*
- (244) *Kinopolis kan slechts vaststellen clat het Auditeur zelfs na het uitgebreide tweede fase onderzoek op geen enkele manier heeft aangetoond dat de mogelijke schaalvoordelen die Kinopolis zou verkrijgen door de aangemelde Transactie een negatieve impact zouden hebben om andere bioscoopexploitanten.*

6. DE TRANSACTIE LEIDT NIET TOT EEN SIGNIFICANTE BELEMMERING VAN DE MEDEDINGING OP DE MARKT VAN DE VERDELING VAN FILMS VOOR DE VERTONING IN DE BIOSCOOP

6.1 [VERTROUWELIJK]

(245) [VERTROUWELIJK].

(246) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK]

(247) [VERTROUWELIJK]

(248) [VERTROUWELIJK].

(249) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK]

(250) [VERTROUWELIJK].

(251) [VERTROUWELIJK]

(252) [VERTROUWELIJK].

(253) [VERTROUWELIJK].

6.2 De Transactie heeft niet tot gevolg dat Kinopolis exclusieve rechten of ander privileges kan bedingen

(254) [VERTROUWELIJK].

(255) [VERTROUWELIJK].

(256) [VERTROUWELIJK].

(257) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK].

6.3 De Transactie heeft niet tot gevolg dat Kinopolis distributeurs van de markt kan uitsluiten

(258) [VERTROUWELIJK].

(259) [VERTROUWELIJK].

(260) [VERTROUWELIJK].

(261) [VERTROUWELIJK].

(262) [VERTROUWELIJK].

(263) [VERTROUWELIJK].

(264) [VERTROUWELIJK].

7. DE DOOR KINEPOLIS AANGEBODEN VERBINTENISSEN

(265) Zoals uit bovenstaande blijkt, betwist Kinopolis dat de Transactie tot een significante beperking van de mededinging aanleiding geeft en is derhalve van oordeel dat er geen verbintenissen moeten worden aangeboden om een goedkeuring te verkrijgen.

(266) [VERTROUWELIJK].

7.1 De concurrenten die opmerkingen hebben gemaakt hebben er belang bij dat de verbintenissen niet worden aanvaard

(267) [VERTROUWELIJK].

(268) [VERTROUWELIJK].

(269) [VERTROUWELIJK].

(270) [VERTROUWELIJK].

(271) [VERTROUWELIJK].

7.2 De aangeboden verbintenissen komen tegemoet aan de beweerdelijke bezwaren

(a) *Technische opmerkingen bij de voorgestelde verkoop van de bioscopen Lommel en Aarschot Aarschot en Lommel zijn rendabele bioscopen*

(272) [VERTROUWELIJK].

(273) [VERTROUWELIJK].

(274) [VERTROUWELIJK].

(275) [VERTROUWELIJK].

(276) [VERTROUWELIJK].

(277) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK]

(278) [VERTROUWELIJK].

(279) [VERTROUWELIJK].

(280) [VERTROUWELIJK].

[VERTROUWELIJK]

(281) [VERTROUWELIJK].

(282) [VERTROUWELIJK].

(b) [VERTROUWELIJK]

(283) [VERTROUWELIJK].

(284) [VERTROUWELIJK].

(285) [VERTROUWELIJK].

(286) [VERTROUWELIJK].

(287) [VERTROUWELIJK].

(288) [VERTROUWELIJK].

(289) [VERTROUWELIJK].

8. CONCLUSIE

(290) *Kinapolis stelt vast dat op grond van al deze elementen de Auditeur niet tot de conclusie kan komen dat de Transactie de mededinging op een significante manier belemmert.*

(291) [VERTROUWELIJK].

(292) [VERTROUWELIJK].

V. Aanvullend ontwerp van beslissing van het Auditoraat

33. Op 16 februari 2016 heeft het Auditoraat door het Mededingingscollege neergelegd wat als volgt :”

I. Inleiding

1. *Bij het lezen van de schriftelijke opmerkingen van de aanmeldende partij is de auditeur genoodzaakt vast te stellen dat deze haar initiële positie blijft aanhouden en nog steeds diametraal tegenover het Auditoraat staat aangaande deze transactie. Dit ondanks een ongezien aantal uitgevoerde opzoeken en analyses, alsook een grote inspanning tot dialoog met de aanmeldende partij om de informatie en de verschillende stappen in de redeneringen over te brengen.*

2. *De auditeur moet eveneens vaststellen de partijen er zelfs toe komen om onjuiste beweringen te doen, en bepaalde waarheden te ontkennen of te proberen op een onrechtvaardige manier het niveau van vereisten te verhogen waaraan het auditoraat moet voldoen om haar standpunt in dit dossier te rechtvaardigen in het licht van de verzamelde elementen. Deze praktijken zijn op zich al interpellierend.*

3. *In het Aanvullend Ontwerp van Beslissing (hierna: “Aanvullend Ontwerp”) zal de auditeur kort ingaan op enkele punten die zijn aangehaald door Kinapolis in haar Schriftelijke Opmerkingen van 10 februari 2016. De auditeur benadrukt dat hierbij niet op alle punten wordt ingegaan. Hieruit mag echter niet worden afgeleid dat de auditeur het eens zou zijn met de punten in de Schriftelijke Opmerkingen van Kinapolis die hieronder niet uitdrukkelijk worden besproken.*

4. *Er wordt verwezen naar het Gemotiveerd Ontwerp van Beslissing van 10 november 2015 (hierna: “Ontwerpbeslissing”) en het Herzien Ontwerp van Beslissing van 29 januari 2016 (hierna: “Herzien Ontwerp”), waarin alle punten uitvoerig werden besproken.*

II. UPP Analyse

II.1 Algemene bemerkingen

5. Professor Verboven stelt dat de CRA-nota op de oktober studie van de eerste fase slaat. Dit is niet correct. Zoals vermeld in de inleiding van de CRA-nota, is deze gebaseerd op de analyse zoals voorgesteld in het rapport, en op basis van verdere uitwisselingen en verduidelijkingen tussen de auditeur en Professor Verboven. De experts ontvingen ook de volledige November nota en stukken met betrekking tot efficiëntieverbeteringen en winstmarges uit de januari nota.

6. Professor Verboven stelt dat de auditeur enkel de stata-software heeft overgemaakt. Dit is evenmin correct. In folder D. Ondersteunende Documenten Ontwerp Beslissing, subfolder D.4 Scenario UPP, bevindt zich het document Doc 222 "Scenario's UPP". Dit is een Excelbestand waarin de tabbladen "Scenario1" tot en met "Scenario9", de eindresultaten van de STATA-analyses bevatten, alsook de verdere doorrekeningen om de diversion ratios te bepalen, en de daaruit voortvloeiende UPP-resultaten.

7. De sensitiviteitsanalyses uitgevoerd door de auditeur hadden slechts tot doel om aan te tonen op welke manier de verschillende parameters de eindresultaten beïnvloeden. Dit werd ook duidelijk gesteld in randnummer 213 en volgende.

8. In volgende secties wordt dieper ingegaan op een aantal elementen die door Professor Verboven werden besproken, die de auditeur beschouwt als de voornaamste resterende discussiepunten.

II.2 Algemene opmerkingen over de UPP-methodologie

9. De auditeur gaat niet akkoord met de stelling van Professor Verboven dat de UPP-methodologie die hij heeft toegepast, een vrij standaard benadering is. De methode die in de ziekenhuisfusies in Nederland werd toegepast, wijkt af van de traditionele aanpak waar de impact van een prijsverhoging wordt beoordeeld.

10. Professor Verboven stelt dat er uitvoerig rekening werd gehouden met de nadelen van UPP-analyses die algemeen gekend zijn. De auditeur verwees hier onder meer naar een artikel van Amelia Fletcher waar ze onder andere vermeldt dat UPP geen rekening houdt met de reactie van concurrenten. De auditeur ziet niet op welke manier er met deze aspecten werd rekening gehouden in de analyse van Professor Verboven. Dit is immers een nadeel dat inherent is aan de UPP-test.

II.3 Modelering afstandsmodel en betrouwbaarheid diversion ratio's

11. Professor Verboven stelt dat de opmerkingen van de CRA-experten over de zin van de UPP-test in de context van kwaliteitsverbeteringen onjuist zijn. De CRA-experten blijven bij hun standpunt, dat door de auditeur wordt gedeeld. Wat economisch onderzoek (zie i.h.b. Willig paper) aantoont is dat in het normale UPP-model geen rekening wordt gehouden met een aantal aspecten, zoals verhoogde (waargenomen) kwaliteit van de producten van de fusieondernemingen. Een uitbreiding van het model kan hier wel rekening mee houden. Echter, indien de (waargenomen) kwaliteitsverhogingen van de Utopolis-complexen rechtstreeks het gevolg zijn van bijkomende investeringen, dan moeten

deze kosten hiervan uiteraard ook in rekening worden gebracht. Deze zullen immers worden doorgerekend aan de consument.

12. Professor Verboven stelt daarnaast dat het onjuist is om te beweren dat het model met geen andere zaken dan afstand rekening houdt, gezien het model gebruik maakt van *fixed effects* voor elk complex. De *fixed effects* in de analyse van Professor Verboven maken het mogelijk om een aantal niet observeerbare karakteristieken van een bioscoop in de analyse in aanmerking te nemen. Bijvoorbeeld, indien een bioscoop A meer bezoekers aantrekt dan een bioscoop B, dan zal de analyse dit opnemen. Voor de *diversion ratios*, analyseert Professor Verboven de impact van een hypothetische sluiting van een bioscoop, waarbij afstand de belangrijkste factor is die bepaalt of een consument na sluiting al dan niet nog naar de bioscoop zal gaan, en zo ja, naar welke bioscoop. Maar het model zou specifiekere kunnen zijn. Bijvoorbeeld, indien ook de interactie tussen het *fixed effect* per bioscoop en afstand zou worden opgenomen, dan zouden schattingsresultaten ook de reisbereidheid van bezoekers naar een bepaald bioscoopcomplex in rekening brengen. Onderzoek heeft aangetoond dat die reisbereidheid voor sommige complexen hoger ligt dan voor andere complexen.

II.4 Elasticiteit van de geaggregeerde vraag en grootte outside good

13. De auditeur blijft bij het standpunt dat de potentiële markt van 6x de bevolking betwistbaar is. De korte lijst gemeenten met een relatief hoge ratio (groter dan 3) verschilt tussen de verschillende onderzoeken. Daarnaast hebben de meeste gemeenten, waarvan evenzeer een aantal die zeer dicht bij een bioscoopcomplex gelegen zijn, een extreem lage ratio. De resultaten op gemeentenniveau zeggen te weinig over wat een aanvaardbare potentiële marktomvang zou zijn. Ook de andere aangehaalde argumenten zijn onvoldoende overtuigend, om de 6x bevolking als ondergrens van de potentiële marktomvang te beschouwen.

14. Wat belangrijk is, is dat de potentiële marktomvang de eindresultaten weldegelijk en merkbaar beïnvloedt, omdat er een groot marktaandeel gegeven wordt aan de restoptie “niet naar de bioscoop gaan”.

15. Professor Verboven verwijst verder naar de schatting van een *log log* model, waarbij geen enkele veronderstelling wordt gemaakt over de grootte van de potentiële markt. Hieruit blijkt dat de afstandselasticiteit zeer groot is. Zowel voor de experts als de auditeur is echter niet duidelijk wat dit resultaat zegt over de rol van prijs en andere factoren in het kader van *switching* gedrag tussen de betrokken bioscopen onderling, naar concurrenten of naar andere entertainment mogelijkheden.

II.5 Efficiëntieverbeteringen

16. De auditeur blijft bij het standpunt dat [VERTROUWELIJK], niet als efficiëntieverbeteringen kunnen worden bestempeld, en verwijst hiervoor naar de richtsnoeren van de Europese Commissie, hoofdstuk 7, randnummer 76 tot en met randnummer 88. Bovendien blijft het voor de auditeur onduidelijk waarom deze investeringen als *merger specific* moeten worden beschouwd. [VERTROUWELIJK].

17. De auditeur blijft bij het standpunt dat de voorgestelde efficiëntieverbeteringen [VERTROUWELIJK] niet kunnen weerhouden worden op basis van de aangeleverde onderbouwing.

Het variabel karakter van [VERTROUWELIJK] is op geen enkele manier aangetoond. Dit is echter noodzakelijk indien men deze kostenbesparing gedeeltelijk of integraal in aanmerking wilt nemen in het kader van efficiëntieverbeteringen. Partijen hebben daarnaast ook de wijze waarop de prognoses [VERTROUWELIJK] werden berekend onvoldoende aangetoond.

II.6 Winstmarges

18. In de UPP analyse probeert men de marginale winst die een bioscoopcomplex met elke bijkomende bezoeker maakt, te schatten. Deze marges bepalen mee de prikkels voor de fuserende ondernemingen om hun prijzen te laten stijgen: hoe hoger de marge, hoe hoger de prijsstijgingen. Elementen die mee moeten worden opgenomen, zijn opbrengsten en kosten die kunnen worden toegeschreven aan de extra bezoekers na prijsstijging (in dit geval sluiting). Bepaalde kosten, zoals bijvoorbeeld personeelskosten of technologische investeringen, veranderen slechts nauwelijks of zelfs niet wanneer een bioscoopcomplex de bijkomende bezoekers ten gevolge van de prijsstijging (in dit geval sluiting) moet bedienen. Deze moeten bijgevolg niet worden opgenomen in de berekening.

19. Wat de in-theatre sales betreft, blijven de experts en de auditeur bij het standpunt dat deze weldegelijk in rekening moeten worden gebracht bij het bepalen van de winstmarge, gezien zij samenhangen met een bioscoopbezoek, en bijgevolg variabel zijn.

20. Professor Verboven stelt dat wanneer besloten wordt om ITS op te nemen in de berekeningen, zij dan ook moeten worden meegenomen de berekening van de diversion ratios. De auditeur is hier niet mee akkoord. ITS zijn duidelijk een afgeleid product van een bioscoopbezoek. Consumenten kiezen om al dan niet naar de bioscoop te gaan, en soms kopen ze daar een frisdrank, maar beslissen niet om een frisdrank in de bioscoop te drinken in plaats van thuis of op café. Het feit dat consumenten bij een bioscoopbezoek ook drank en snoep consumeren, dient bijgevolg niet te betekenen dat de ITS mee verantwoordelijk moeten worden geacht voor substitutiepatronen tussen bioscopen onderling.

21. Het standpunt van Professor Verboven om ITS (al dan niet gedeeltelijk) weg te laten, kan in aanmerking worden genomen indien de ITS-consumptiepatronen tussen Kinopolis en Utopolis sterk verschillen, en bijvoorbeeld de bezoekers aan de overgenomen Utopoliscomplexen een ander ITS-aankooppatroon zouden hebben dan voor de fusie. Uit de cijfers betreffende ITS bij beide ondernemingen, kan deze conclusie echter niet worden getrokken. Er is dan ook geen reden om ITS niet op te nemen in de winstmargeberekeningen.

II.7 Conclusie betreffende UPP-analyse

22. De auditeur blijft bij het standpunt dat de studie nog te veel twijfels bevat, en mogelijks verkeerde resultaten voorspelt, zodat ze onvoldoende bewijst dat er post transactie geen significante belemmeringen van de mededinging zullen plaatsvinden op de verschillende lokale markten die betrokken zijn in de transactie. Om die reden besluit zij dat andere bewijsvoering deze vraag moet beantwoorden. De verschillende paragrafen in de Schriftelijke Opmerkingen van Kinopolis Groep NV op het Herzien Ontwerp van beslissing waar partijen zich baseren op de resultaten van de UPP-analyse, dienen als onvoldoende bewezen te worden beschouwd, en kunnen geen rol spelen in de beoordeling van de transactie.

III. Analyse van de Schriftelijke Opmerkingen van Kinopolis van 10 februari 2016

III.1 Markt voor de vertoning van films in de bioscoop

III.1.1 Zijdelingse concurrentiedruk

23. Hoewel Kinopolis zich akkoord verklaart met de wijze waarop de productmarkt werd afgebakend, haalt zij herhaaldelijk het concept van “zijdelingse concurrentiedruk” aan in de context van het beoordelen van de mogelijke mededingingsbeperkende gevolgen van de transactie.²³⁷

24. Onderzoek van EC rechtspraak toont aan dat dit concept door Kinopolis uit haar juridische context wordt gehaald, zodat het niet van toepassing is op deze zaak. In de rechtspraak van de Europese Commissie wordt het concept “zijdelingse concurrentiedruk” voornamelijk gebruikt in de context van de geografische marktafbakening, om te wijzen op de druk die op een geografische markt wordt uitgeoefend door ondernemingen die actief zijn in een naburige geografische markt.²³⁸ In enkele gevallen is er ook sprake van zijdelingse concurrentiedruk wanneer een onderneming op korte termijn en met beperkte investeringen haar productaanbod kan wijzigen om te concurreren met de producten van de aanmeldende partijen²³⁹. Geen van beide benaderingen gaan op voor onderhavige transactie. Kinopolis betwist dit ook niet.

25. Immers, Kinopolis bespreekt de “zijdelingse druk” enkel vanuit het perspectief van alternatieve vormen van filmbeleving (zoals DVD, video on demand, Netflix,...) voor de consument.

26. Wat deze “zijdelingse druk” betreft, komt de auditeur tot de conclusie dat:

- a. Het in de eerste plaats aan Kinopolis is om concreet aan te tonen hoe haar concurrentiepositie hierdoor wordt beïnvloed. Kinopolis heeft dit nagelaten te doen.
- b. Uit de overgemaakte interne documenten van Kinopolis [VERTROUWELIJK]. Integendeel, ondanks de opmerkelijke prijsdalingen van DVD's en Home Cinema apparatuur of nog het succes en de agressieve prijszetting van Netflix, verhoogt Kinopolis haar filmticketprijzen periodiek [VERTROUWELIJK]. Daarnaast moet het belang van Netflix gerelativeerd worden aangezien dit platform hoofdzakelijk series aanbiedt. Overigens zijn Netflix, video on demand, of abonnementen op TV zenders eerder in concurrentie met TV zenders.²⁴⁰ Een reden hiervoor is, naast de sociale dimensie van een bioscoopbezoek, het feit dat films een aantal maanden exclusief beschikbaar zijn in de bioscoop vooraleer ze beschikbaar zijn op andere dragers / kanalen.
- c. Zelfs indien deze druk zou bestaan, dan nog moet worden aangenomen dat [VERTROUWELIJK] minder gevoelig is aan deze druk dan haar concurrenten, wat zich ook vertaalt in haar prijszetting.

²³⁷ Zie randnummers 71, 75, 76, 103, 165, 173 en 240 van de Schriftelijke Opmerkingen van Kinopolis van 10 februari 2016 op het Herzien Ontwerp.

²³⁸ Zie bv. Zaak nr. IV/M.781 Schering/Gehe-Jenapharm 96/C 241/03; Zaak nr. IV/M.890 Blokker/Toys 'R 'US [1998] OJ L316/1.

²³⁹ Zie bv. Zaak nr. IV/M.477 Mercedes-Benz/ Kässbohrer [1995] OJ L211/1.

²⁴⁰ Zie antwoord van I-Magix van 8 september 2015 op vraag 2. a) van het verzoek om inlichtingen van 1 april 2015.

27. De auditeur concludeert dat de productmarktdefiniëring ongewijzigd blijft en dat niet is aangetoond dat de “zijdelingse concurrentiedruk” die zou uitgaan van alternatieve vormen van filmbeleving van die aard zou zijn dat er post-transactie geen sprake zou zijn van een significante belemmering van de mededinging.

III.1.2 Productmarktsegmentering

28. De auditeur begrijpt niet dat Kinopolis dit punt in deze fase van de procedure opnieuw opwerpt. In randnummer 155 van het Herzien Ontwerp stelt de auditeur duidelijk dat zij het bestaan van segmenten binnen de productmarkt van de vertoning van films in de bioscoop niet ontkent. Evenwel noopt deze marktsegmentering niet tot het definiëren van onderscheiden productmarkten. Op dit punt treedt de auditeur dus de aanmeldende partij bij dat deze marktsegmentering niet tot gevolg heeft dat de relevante productmarkt enger moet gedefinieerd worden.

29. De auditeur is van mening dat binnen de markt voor vertoning van films in de bioscoop wel een aantal belangrijke segmenten kunnen worden onderscheiden (bv. multiplexen, “art & essai”,...) waarop de transactie mogelijks een gedifferentieerde concurrentiële impact zal hebben. Dit is onder meer het geval voor de mededingingsrechtelijke gevolgen van de Transactie op de uitbreidingsopportuniteiten van concurrenten (zie onder andere randnummer 538 van het Herzien Ontwerp).

III.1.3 Nationale markt

30. Uit de beslissingspraktijk van de Europese Commissie en van nationale mededingingsautoriteiten blijkt dat de geografische markt voor de vertoning van films in de bioscoop als nationaal en lokaal moet worden beschouwd.²⁴¹

31. Volgens de auditeur wijzen volgende elementen op een nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop (vanuit aanbodzijde):

- Films worden nationaal verdeeld (filmdistributeurs);
- Dezelfde films (ihb. blockbusters) worden in cinema’s gespeeld over het hele Belgische grondgebied;
- De promotie van films gebeurt op nationaal niveau;
- De belangrijkste uitbaters van bioscoopcomplexen in België hebben een aanwezigheid die het lokale niveau overstijgt (bv. Euroscop, Utopolis, UGC);
- één kwaliteit (i.c. filmbeleving, i.e. zitcomfort, audiovisuele technologie; er bestaan kleine verschillen volgens bioscoopgroep en per bioscoopcomplex);
- één nationale prijspolitiek.

32. Echter, dit neemt niet weg dat men bij de beoordeling van de mededinging op de lokale markt rekening moet houden met de nationale elementen .

²⁴¹ Zaak Nr. COMP/M.6977 – OMERS/AIMCo/Vue van 25 juli 2013, C(2013) 4921 final; Case No IV/M.902, Warner Bros/Lusomundo/Sogecable, Commission decision of 12 May 1997; Case No COMP/M.2813, Carlton+Thomson/Circuit A, RMBI, RMBC, Commission decision of 21 June 2002; Case No COMP/M.5076, Odeon/Cineworld/CSA JV, Commission decision of 23 April 2008. Zie Alistair Lindsay & Alison Berridge, The EU Merger Regulation: Substantive issues, 4th edition (2012), p. 197-198; Vue Entertainment International Limited / Apollo Cinemas Limited, OFT beslissing van 24 augustus 2012, §56.

33. Kinopolis is van oordeel dat de nationale aspecten enkel in ondergeschikte orde in de mededingingsanalyse moeten opgenomen worden wanneer de bioscoopexploitanten actief zijn op nationaal niveau waardoor er inderdaad sprake kan zijn van effecten op de concurrentie op de nationale markt. Zij haalt voor haar stelling OFT en EC rechtspraak aan waaruit blijkt dat het telkens om grote marktspelers ging.

34. De auditeur treedt dit standpunt van Kinopolis niet bij en verwijst naar beslissing nr. 2008-C/C-56 van 29 oktober 2008 waarbij de Raad voor de Mededinging werd gevraagd naar haar instemming met de transactie tussen Kinopolis Group NV en Multiscope Palace NV op grond van de 4^{de} voorwaarde van de beslissing van 1997. Daarin stelde de Raad expliciet dat “niet enkel gekeken dient te worden naar de positie van Kinopolis op de lokale markt voor het vertonen van films in de bioscoop, maar dat gezien het netwerk van bioscopen waarover Kinopolis beschikt, de Raad ook de positie van Kinopolis op nationaal niveau in overweging dient te nemen.” (eigen onderlijning)

35. De auditeur wijst op de feiten in deze zaak. Het ging hierbij over de bioscoop Imagimons te Bergen. Deze bioscoop werd gecontroleerd door Multiscope Palace NV die ook nog een bioscoop te Doornik controleert. Derhalve was Multiscope niet actief op een belangrijk deel van het Belgisch grondgebied. Uit de beslissing blijkt dat Kinopolis zelf absoluut niet actief was in de betrokken lokale markt. De auditeur besluit hieruit dat het aanknopingspunt voor een beoordeling van de nationale aspecten ligt bij het landelijk netwerk van Kinopolis ongeacht de geografische aanwezigheid van de andere partij.

III.2 Nationale machtpositie van Kinopolis post-transactie

36. Uit rechtspraak van het Hof van Justitie kan worden afgeleid dat een marktaandeel van 50 % of meer een weerlegbaar vermoeden van machtpositie inhoudt ²⁴².

37. Op nationaal niveau overschrijdt het geconsolideerd marktaandeel van partijen post-transactie de grens van [48-53]%. Dit betekent in termen van omzet [50-55]%. Dit gaat nog meer op voor het geconsolideerd marktaandeel in termen van omzet, inclusief “in theatre sales” ([52-57]%).

38. De HHI-waarden post-transactie in termen van omzet bedragen [VERTROUWELIJK] met een delta van [VERTROUWELIJK]. Deze cijfers overschrijden ruimschoots de in de EC Horizontale Richtsnoeren voorziene drempels van respectievelijk 2000 en 250 zodat deze transactie mag beschouwd worden als problematisch.

39. Daarnaast moet bij een analyse van de machtpositie eveneens rekening worden gehouden met het marktaandeel van de voornaamste concurrenten. Wanneer er een duidelijk verschil is tussen het marktaandeel van de mogelijk dominante onderneming en haar concurrenten kan dit beschouwd worden als een bevestiging van het bestaan van een dominante machtpositie ²⁴³. De kloof tussen het marktaandeel van Kinopolis en haar rechtstreekse concurrenten is nu reeds bijzonder groot en zal post-transactie nog vergroten gelet op het feit dat Kinopolis de derde grootste bioscoopexploitant overneemt.

²⁴² Arrest van het Hof van Justitie van 3 juli 1991, zaak C62-86, AKZO Chemie BV v. Commission.

²⁴³ Arrest van het Hof van Justitie van 13 februari 1979, Hoffman-La Roche v. Commission, ECR 3461.

40. Bovenop de toename van het geconsolideerd marktaandeel heeft de auditeur in de randnummers 385 t.e.m. 392 van het Herzien Ontwerp ook andere elementen aangehaald waaruit het bestaan van een machtspositie post-transactie moet worden besloten, waaronder:

- *Verbreiding van landelijke dekking;*
- *Verdwijning van één van de weinige marktspelers die binnen België beschikt over een netwerk van multiplexen;*
- *Wegvallen van een belangrijke consolidatiemogelijkheid.*

41. Gelet op de hoge marktaandelen van Kinopolis en de hoge HHI-waarden, de kloof met de concurrenten alsook andere factoren gerelateerd aan de betrokken marktsituatie (zie randnummers 385-392 van het Herzien Ontwerp), stelt de auditeur vast dat Kinopolis post-transactie over een machtspositie beschikt op de nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop.

42. Kinopolis verwijst naar rechtspraak die aangeeft dat een proportioneel kleine groei van een onderneming die voor de concentratie reeds over een relatief groot marktaandeel beschikt, niet zonder meer tot een significante belemmering van de mededinging leidt.

43. Wat de door Kinopolis aangehaalde vergelijking met de zaak Standaard Boekhandel/Club betreft, benadrukt de auditeur dat de goedkeuring door het Mededingingscollege er in eerste plaats kwam omdat er duidelijk een zeer beperkte horizontale overlap qua producten bestaat voor hun activiteiten. Daarnaast is Club slechts beperkt actief in Vlaanderen via haar vestigingen in Gent en Leuven (2 vestigingen tegenover 141 verkooppunten van Standaard Boekhandel). De omstandigheden uit deze zaak zijn dus niet van toepassing op onderhavige transactie.

44. Gelet op bovenstaande en gelet het Herzien Ontwerp, is de auditeur van oordeel dat de machtspositie van Kinopolis post-transactie voldoende aangetoond is.

III.3 Lokale machtspositie van Kinopolis post-transactie

45. Het onderzoek heeft aangetoond dat de transactie een machtspositie van Kinopolis zal creëren of versterken op een aantal lokale markten.

46. Om de gevolgen van de transactie op deze lokale markten te beoordelen, maakt aanmeldende partij gebruik van de resultaten van de UPP-analyse. Het onderzoek heeft echter aangetoond dat deze resultaten als onvoldoende bewezen moeten worden beschouwd, en bijgevolg niet kunnen worden aangewend bij de beoordeling van gevolgen van de transactie op de lokale markten.

47. Daarenboven gaat Kinopolis niet in op de door de auditeur uitgewerkte methodologie, resultaten en conclusies aangaande de vaststelling van de machtspositie van Kinopolis in de onderscheiden verzorgingsgebieden. De auditeur verwijst naar de analyse gedaan onder randnummers 298 e.v. van het Herzien Ontwerp waaruit volgt dat de volgende lokale machtsposities worden gecreëerd of versterkt :

- *Utopolis Turnhout: [96-100]%*
- *Utopolis Mechelen: [91-95]%*
- *Utopolis Aarschot: [96-100]%*
- *Utopolis Lommel: [91-95]%*

- Kinopolis Brussel: [66-70]%
- Kinopolis Antwerpen: [76-80]%
- Kinopolis Leuven: [96-100]%
- Kinopolis Hasselt: [56-80]%

III.4 Prijsverhogingen

48. Kinopolis stelt aan de hand van de UPP-analyse aan [VERTROUWELIJK]. Het onderzoek heeft echter aangetoond dat deze resultaten als onvoldoende bewezen moeten worden beschouwd, en bijgevolg niet kunnen worden aangewend bij de beoordeling van gevolgen van de transactie op de lokale markten.

49. Het onderzoek heeft aangetoond dat Kinopolis – [VERTROUWELIJK]²⁴⁴. In tegenstelling tot wat Kinopolis stelt moeten deze prijsstijgingen bijgevolg wel als “merger specific” worden beschouwd.

III.5 Sluiting vestigingen

50. De auditeur bevestigt dat dit punt niet verder is uitgewerkt in het Herzien Ontwerp. De auditeur neemt akte van het feit dat Kinopolis niet de intentie heeft om vestigingen te sluiten voor zowel economische als financiële redenen.

III.6 Expansiemogelijkheden

51. De stelling dat de markt voor de bouw van multiplexen in Vlaanderen nagenoeg verzadigd is, is volgens Kinopolis incorrect en houdt geen verband met de transactie. Uit het marktonderzoek blijkt echter dat de markt niet volledig, maar nagenoeg verzadigd is, en dan vooral in Vlaanderen waar er weinig of bijna geen mogelijkheden overblijven, in het bijzonder voor complexen van enige omvang.

52. Daarnaast worden de expansiemogelijkheden voor de concurrenten rechtstreeks beïnvloed op twee manieren:

- Er is vastgesteld dat Kinopolis een groter lokaal verzorgingsgebied kan realiseren met haar bioscoopcomplexen dan de bestaande concurrenten op de Belgische markt. Dit betekent dat onmiddellijk ten gevolge van de transactie de bestaande verzorgingsgebieden van de overgenomen Utopolis-complexen verder zullen worden vergroot, wat de resterende expansiemogelijkheden voor concurrenten doet dalen;
- Daarnaast wordt door de transactie een belangrijke consolidatiemogelijkheid voor de concurrenten geëlimineerd.

53. Daarenboven is de auditeur van mening dat de rendabele investeringskansen voor de concurrenten in de [VERTROUWELIJK], door Kinopolis aangehaalde sites, na de transactie afgezwakt worden. Onder meer de zeer uitgebreide kennis van de Belgische bioscoopmarkt die op continue wijze verder wordt versterkt en gemonitord dankzij haar uitgebreide bioscoopnetwerk, de hefboomwerking van haar nationale merkbekendheid, en de grotere financiële slagkracht in

²⁴⁴ Voor een uitgebreide uiteenzetting betreffende de prijspolitiek van Kinopolis verwijst de auditeur naar §§419-462 van het Herzien Ontwerp.

vergelijking met een aantal van haar rechtstreekse concurrenten, leiden ertoe dat zowel voor bestaande spelers, als potentiële nieuwe toetreders deze aangehaalde sites niet op dezelfde manier kunnen worden beoordeeld.

54. De auditeur wenst opnieuw aan te halen dat de ondervraagde concurrenten van oordeel zijn dat er weinig mogelijkheden zijn om nieuwe multiplexen te openen (buiten de geplande projecten te Brussel). Meer in het bijzonder verwijst de auditeur naar het antwoord van Lumière²⁴⁵, waarin gesteld wordt dat er mogelijkheden bestaan voor nieuwe vestigingen die een andere programmatie aanbieden (anders dan een “mainstream-aanbod”) zodoende een gevarieerder aanbod te creëren. Dit komt ten goede aan zowel de consument, de filmdistributeur als de bioscoop zelf.

55. Kinopolis haalt de grote geplande projecten aan (U-Place in Vlaanderen en andere projecten in Brussel). Het gaat om projecten die reeds lange tijd gepland zijn maar nog niet meteen zullen openen. De versterking van de positie van Kinopolis ten gevolge van de transactie zal de realisatie van deze projecten verder bemoeilijken.

III.7 Schaalvoordelen

56. Kinopolis bespreekt enkele schaalvoordelen afzonderlijk, en stelt hierbij telkens de vraag hoe dit schaalvoordeel op zichzelf tot een mededingingsrechtelijk én merger specifiek probleem kan worden beschouwd. De auditeur merkt echter op dat het in hoofdzaak gaat om het gezamenlijk manifesteren van deze verschillende schaalvoordelen. Gezamenlijk versterken deze schaalvoordelen de machtspositie van Kinopolis verder in de lokale verzorgingsgebieden en op nationaal niveau. Bovendien ontstaat een nog groter onevenwicht tussen Kinopolis en haar voornaamste concurrenten.

57. Voorts blijft de auditeur bij haar standpunt betreffende de vastgestelde schaalvoordelen :

- [VERTROUWELIJK]²⁴⁶
- [VERTROUWELIJK] huurpercentages [VERTROUWELIJK].
- Kinopolis heeft dankzij de transactie meer mogelijkheden om de filmprogrammatie te beïnvloeden. Het gaat hier niet enkel om het al dan niet opnemen van een film in de programmatie, maar eveneens het aantal speelweken, het tijdstip van vertoning en de zalen waarin een film wordt vertoond. Zeker met betrekking tot Nederlandstalige films alsook kleinere distributeurs (niet de majors) kan en zal Kinopolis haar sterkere positie op de vertoningsmarkt post-transactie kunnen aanwenden.
- Dankzij de transactie en de daaruit voortvloeiende geografische spreiding zullen de naambekendheid en visibiliteit van Kinopolis verder toenemen. Dit zorgt er bovendien voor dat onder meer alle reclame- en marketinginspanningen die Kinopolis nu reeds voor haar bestaande groep uitvoert, ook rechtstreeks ten goede zullen komen aan de overgenomen Utopolis-complexen.
- Ten gevolge van de transactie is er een onmiddellijke negatieve impact op concurrenten door de terugtrekking van Utopolis uit bepaalde aankoopverenigingen / producten. (zie GIE “Drank en Snacks” en Vivabox).

²⁴⁵ Zie VOI 16 september 2015, eerste fase, DOC 33, p. 10.

²⁴⁶ Doc 14 van proceduredossier in eerste fase – antw. 21 10 2015 VOI 14 10 2015 Bijlage 3.

- [VERTROUWELIJK].

58. Tot slot wil de auditeur er op wijzen dat, zoals de Commissie stelt in haar Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies, indien men bij de beoordeling van de fusie rekening wil houden “met beweerde efficiëntieverbeteringen” en tot de conclusie wil komen “dat er dankzij die efficiëntieverbeteringen geen reden is om de fusie onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt te verklaren”, dan “moeten de verbeteringen ten goede komen aan de verbruikers, specifiek uit de fusie voortvloeien en verifieerbaar zijn. Deze voorwaarden gelden cumulatief”.

59. Volgens § 79 “moeten de efficiëntieverbeteringen substantieel en tijdig zijn en in beginsel de verbruikers ten goede komen op die relevante markten waar anders waarschijnlijk mededingingsproblemen zouden ontstaan.” De efficiëntieverbeteringen moeten leiden tot lagere prijzen of andere voordelen voor de gebruikers (§ 80).

60. In casu kan de auditeur stellen dat de overname niet zal leiden tot een daling van de prijzen. De schaalvoordelen waarover Kinopolis reeds beschikt, en die vergroot worden na de transactie, zullen niet of slechts beperkt worden doorgegeven aan de consument.

61. Bovendien wil de auditeur benadrukken dat conform § 84 de prikkel voor het doorgeven van efficiëntieverbeteringen aan de verbruikers, “vaak gerelateerd is aan het bestaan van concurrentiedruk die uitgaat van de op de markt overblijvende ondernemingen en van potentiële nieuwkomers op de markt. Hoe groter de mogelijke negatieve mededingingseffecten zijn, des te meer moet de Commissie zeker zijn dat de beweerde efficiëntieverbeteringen substantieel zijn, naar alle waarschijnlijkheid tot stand zullen worden gebracht, en in voldoende mate aan de verbruikers worden doorgegeven”.

62. De auditeur kan vaststellen dat de concurrentiedruk die uitgaat van de concurrenten op de markt laag is en dat de schaalvoordelen niet substantieel genoeg zijn om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen.

III.8 Relatie met de filmdistributeurs

63. [VERTROUWELIJK]huurpercentages [VERTROUWELIJK].

64. De auditeur is van oordeel dat het niet pertinent is om de graad van huurpercentages te vergelijken met die in het buitenland, gezien de grote verschillen in marktwerking tussen landen die een eenvoudig vergelijk van de huurpercentages niet mogelijk maken.

65. Kinopolis heeft dankzij de transactie meer mogelijkheden om de filmprogrammatie te beïnvloeden. Het gaat hier niet enkel om het al dan niet opnemen van een film in de programmatie, maar eveneens het aantal speelweken, het tijdstip van vertoning en de zalen waarin een film wordt vertoond. Zeker met betrekking tot Nederlandstalige films alsook kleinere distributeurs (niet de majors) kan en zal Kinopolis haar sterkere positie op de vertoningsmarkt post-transactie kunnen aanwenden. Voor een distributeur van een Nederlandstalige – en nog meer een Vlaamse – film zal een film niet voldoende bioscoopbezoekers kunnen halen indien het niet wordt getoond in de Kinopolis-complexen.

66. De auditeur stelt vast dat KFD de voornaamste filmdistributeur is wat betreft Vlaamse films (met een schommelend marktaandeel tussen [56-63] en [85-90]% afhankelijk van het jaar en de

gedistribueerde films – Zie DOC 126, bijlage 1 , tweede fase). Na de overname van Utopolis zal KFD nog meer dan voordien de onvermijdelijke partner worden voor de verdeling van Vlaamse films.

III.9 Aangeboden verbintenissen

67. De auditeur stelt vast dat Kinopolis het noodzakelijk achtte om verbintenissen aan te bieden om tegemoet te komen aan de mededingingsbezwaren voortvloeiend uit de transactie.

68. De auditeur is verbaasd dat, na alle discussies betreffende de verbintenissen, Kinopolis opeens in haar Schriftelijke Opmerkingen op het Herzien Ontwerp, van oordeel is dat geen enkele verbintenis noodzakelijk is en dat de transactie volgens hen, toelaatbaar verklaard moet worden. Doch bieden ze de verbintenissen in subsidiaire orde aan.

69. De auditeur is van oordeel dat het op zijn minst paradoxaal is om verbintenissen aan te bieden om tegemoet te komen aan mededingingsbezwaren die volgens Kinopolis niet bestaan.

70. [VERTROUWELIJK].

IV. Voorstel van de auditeur

71. De beslissing van het Mededingingscollege BMA-2015-I/O-69 van 30 november 2015 heeft bevestigd dat de aangemelde concentratie valt binnen het toepassingsgebied van Boek IV van het Wetboek van Economisch recht als gevolg van de voorwaarde opgelegd door de Raad voor de Mededinging bij beslissing van 17 november 1997, zoals gewijzigd bij beslissing van 1 oktober 2008 en het arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010.

72. In het dispositief van zijn beslissing, heeft het College een bijkomend onderzoek geopend met een brede omvang.

73. Bijgevolg heeft het auditoraat bijkomende informatie verzameld teneinde de punten te verduidelijken die zijn gerezen tijdens de zitting in eerste fase. Deze bijkomende informatie is opgenomen in het herzien ontwerp van beslissing. Het auditoraat heeft ook regelmatig discussies gevoerd met het top management van Kinopolis met betrekking tot haar bevindingen inzake de aanzienlijke mededingingsbeperkingen die de transactie teweeg zou brengen.

74. Kinopolis heeft verbintenissen voorgesteld op 23 december 2015 en deze aangevuld op 20 januari 2016. Alhoewel deze verbintenissen het auditoraat onvoldoende leken in het oog van de bevindingen die ze aan Kinopolis had meegedeeld, heeft het auditoraat deze verbintenissen onderworpen aan een markttest. Het resultaat van de markttest bevestigt het standpunt van het auditoraat dat de aangeboden verbintenissen onvoldoende zijn om de aanzienlijke mededingingsbeperkingen die de transactie teweeg zou brengen, te remediëren.

75. Gelet op artikel IV.9, §4 WER dat stelt dat concentraties die tot gevolg hebben dat een daadwerkelijke mededinging op de Belgische markt of een wezenlijk deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd, onder andere door het in het leven roepen of versterken van een machtspositie, worden ontoelaatbaar verklaard.

76. Gelet op haar bevindingen op grond van haar onderzoek in eerste en haar bijkomend onderzoek en gelet op het ontoereikend karakter van de verbintenissen van Kinopolis zoals zij thans voorliggen.

77. Gelet op het herzien ontwerp van beslissing van 29 januari 2016 en het huidig aanvullend ontwerp van beslissing kan het auditoraat het Mededingingscollege enkel voorstellen de transactie ontoelaatbaar te verklaren conform artikel IV.62, § 7 WER.

78. De redenen waarom de concentratie moet worden verboden zijn reeds omstandig uiteengezet in het herzien en het aanvullend ontwerp van beslissing. Zij kunnen als volgt worden samengevat :

1) De transactie laat Kinopolis toe om een machtspositie te creëren of te versterken op de betrokken lokale en nationale markten. Op zich volstaat dit, in de zin van artikel IV.9WER, om de transactie ontoelaatbaar te verklaren.

2) De transactie heeft ook tot gevolg het verdwijnen van één van de weinige concurrenten van Kinopolis die complexen (4) van een zekere omvang uitbaat in Vlaanderen, een regio waarin Kinopolis reeds bijzonder sterk aanwezig is.

3) De transactie belemmert bovendien de groei van concurrenten van Kinopolis in een markt die verzadigd is en waarin groei bijgevolg realistisch gezien enkel mogelijk is door de overname van bestaande bioscoopcomplexen.

4) Het is aannemelijk dat de transactie omvangrijke negatieve unilaterale effecten tot gevolg zal hebben:

- naar consumenten toe (prijsstijging van bioscooptickets en vermindering van de diversiteit van het filmaanbod);
- naar concurrenten toe, door een aanzienlijke versterking van het onevenwicht tussen Kinopolis en haar concurrenten (schaalvoordelen, expansiemogelijkheden, onderhandelingspositie t.a.v. leveranciers, waaronder filmdistributeurs; en
- naar distributeurs toe (versterking van de machtspositie van Kinopolis t.a.v. distributeurs).

V. Schriftelijke opmerkingen van Kinopolis (aanvullend ontwerpbesl.)

34. Op 26 februari 2016 legde de aanmeldende partij neer deze schriftelijke opmerkingen op het aanvullend ontwerp van beslissing :

1. INLEIDING

(1) Samen met de auditeur stelt Kinopolis vast dat de standpunten van de auditeur en Kinopolis met betrekking tot de analyse van de aangemelde transactie op het einde van dit tweede fase onderzoek nog ver uit elkaar liggen.

(2) Kinopolis heeft niet de bedoeling in deze schriftelijke opmerkingen haar standpunt volledig en in detail te herhalen.

(3) In deze schriftelijke opmerkingen zal Kinopolis dan ook slechts antwoorden op de belangrijkste punten aangehaald in het aanvullend ontwerp van beslissing van de Auditeur van 16 februari 2016 (hierna "Aanvullend Ontwerp"). Deze opmerkingen zijn complementair en doen geen afbreuk aan het standpunt van Kinopolis dat zij uitvoerig uiteengezet heeft in haar verzoekschrift,

in haar schriftelijke opmerkingen op het gemotiveerd ontwerp van beslissing van het Auditoraat van 25 november 2015, in haar memorandum van 6 januari 2016 alsook in haar schriftelijke opmerkingen op het herzien ontwerp van beslissing van de Auditeur van 10 februari 2016.

- (4) Kinopolis legt deze schriftelijke opmerkingen in alle sereniteit neer, met twee voorafgaande opmerkingen.*
- (5) Kinopolis betwist niet dat het auditoraat een groot aantal verzoeken om inlichtingen heeft uitgestuurd en andere onderzoeksdaden heeft gesteld en evenmin dat er verscheidene vergaderingen hebben plaats gehad waarin het Auditoraat en Kinopolis over de transactie van gedachten hebben gewisseld. In het kader van een tweede-fase onderzoek lijkt dit geen ongewone gang van zaken. 1 Het aantal onderzoeksdaden is echter niet maatgevend voor de uitkomst van het onderzoek of de robuustheid van het opgebouwde onderzoeksdossier.*
- (6) Voorts wenst Kinopolis op te merken dat zij geenszins het bewijsniveau "op een onrechtvaardige manier" wenst te verhogen. Kinopolis heeft in deze procedure de elementen die in haar ogen belangrijk zijn voor de beoordeling van de transactie feitelijk trachten te onderbouwen en, zoals uit haar vorige schriftelijke opmerkingen blijkt, vastgesteld dat zulke feitelijke ondersteuning in de stellingname van de Auditeur, op wie de bewijslast rust², op verscheidene punten ontbreekt.*

2. WELKE ANALYSE IS GEPAST VOORDE BEOORDELING VAN DE TRANSACTIE ?

- (7) De hamvraag die volgens Kinopolis door het College moet worden beslecht - en in ruime mate aan de basis ligt van de tegenstelde opvattingen van de Auditeur en Kinopolis - is de vraag welke analysemethode moet worden gebruikt om vast te stellen of de aangemelde transactie tot een significante belemmering van de mededinging aanleiding geeft.*
- (8) Kort gezegd, vormt een marktaandeelanalyse het zwaartepunt van het voorstel van de Auditeur om de transactie te verbieden. De Auditeur stelt dat de nieuwe combinatie over hoge marktaandelen op de lokale markten zal beschikken en om die reden moet worden verboden.*
- (9) Kinopolis steunt zich, van in het begin van deze procedure, op een door professor Verboven uitgevoerde UPP-analyse, [VERTROUWELIJK].*
- (10) Het is van erg groot belang om vast te stellen dat de data waarop beide analyses steunen dezelfde zijn. Zowel de Auditeur als Kinopolis hebben dezelfde postcodegegevens gebruikt die in het kader van het tweede fase onderzoek door de BMA zijn verzameld. Er bestaat dus geen discussie over het representatieve karakter en de betrouwbaarheid van de postcodegegevens.*
- (11) Uit de postcode onderzoeken blijkt ontegensprekelijk [VERTROUWELIJK].*
- (12) Afstand is derhalve, naast andere parameters, een doorslaggevend criterium voor een bioscoopbezoeker bij de keuze van de bioscoop (of zelfs bij de keuze van bioscoopbezoeker om niet naar de bioscoop te gaan).*

(13) Een marktaandeelanalyse laat niet toe om rekening te houden met deze factor en dus met de complexe substitutiepatronen die hiervan het gevolg zijn. Een marktaandeelanalyse is een methode die slechts de positie van ondernemingen in een beweerdelijke relevante markt in kaart brengt, maar geeft op geen enkele manier zicht op de concurrentiedynamiek die er tussen de fuserende ondernemingen bestaat.

(14) De loutere vaststelling dat de transactie het marktaandeel van Kinopolis na de transactie laat stijgen, is dan ook niet maatgevend om te besluiten dat een transactie tot een significante belemmering van de mededinging aanleiding geeft. De BMA kan slechts tot deze conclusie komen voorzover is vastgesteld dat de fuserende bioscopen daadwerkelijk met elkaar in concurrentie treden. Het bestaan van een reële concurrentiedruk kan echter niet uit een loutere berekening van de respectievelijke marktaandelen van de fuserende partijen worden afgeleid.

(15) De UPP-analyse brengt de onderlinge concurrentie tussen de fuserende partijen wei in beeld en geeft vervolgens een veel verfijndere en genuanceerdere analyse van het effect van de voorgenomen transactie op de concurrentiedynamiek. Zo is het derhalve mogelijk dat mededingingsautoriteiten (en Kinopolis heeft reeds verwezen naar enkele voorbeelden in haar eerdere schriftelijke opmerkingen) een concentratie tussen partijen die aanleiding gaf tot bijzonder hoog gezamenlijk marktaandeel, toch goed te keuren omdat zij geen aanleiding gaf tot het neutraliseren van de onderlinge concurrentie van de fuserende partijen en geen significante belemmering van de mededinging veroorzaakten. Ten overvloede wijst Kinopolis naar beslissingen van andere mededingingsautoriteiten wam-in de UPP-analyse een doorslaggevende rol speelde bij de goedkeuring van een transactie ondanks het hoge gezamenlijke marktaandeel van de fuserende partijen. Kinopolis verwijst hier bijvoorbeeld naar de door de Zweedse autoriteit goedgekeurde transactie tussen Akademibokhandel/Bokiaboekenwinkels, waar de twee grootste boekhandelketens met elkaar fuseerden en de uitgevoerde UPP-analyse een doorslaggevend element was in de onvoorwaardelijke goedkeuring.

(16) De Auditeur stelt dat de resultaten van de UPP-analyse "mogelijks verkeerdt" zijn en dat de studie nog veel twijfels bevat. Deze onterechte kritiek is reeds puntsgewijs weerlegd door professor Verboven. Kinopolis verwijst hier opnieuw, naar haar opmerkingen in randnummers 86 en volgende van haar schriftelijke opmerkingen van 10 februari 2016 en naar het daaraan gehechte uitgebreide rapport van professor Verboven.

(17) In een aan deze schriftelijke opmerkingen toegevoegde memo zal Professor Verboven ingaan op de bezwaren van de Auditeur en de onterechte kritiek nogmaals weerleggen.

3. MARKT VOORDE VERTONING VAN FILMS IN DE BIOSCOOP

3.1 De zijdelingse concurrentiedruk

(18) Kinopolis wenst op dit ogenblik van de procedure niet plots in debat te gaan over het concept "zijdelingse concurrentiedruk". Zoals reeds van in het begin van deze procedure aangehaald, heeft Kinopolis om het debat niet nodeloos te verlengen (en zonder enige nadelige erkenning), gesteld dat de BMA bij de beoordeling van het effect van deze transactie rekening moest houden met de concurrentiedruk die zij minstens van andere vormen van filmbeleving ervaart, zonder

daarbij aan te dringen dat deze alternatieve vormen tot de relevante productmarkt moeten worden gerekend.

(19)De BMA stelt nu voor het eerst dat Kinopolis heeft nagelaten aan te tonen dat haar concurrentiepositie door de zijdelingse concurrentiedruk wordt beïnvloed. Deze eerste en plotse stelling verbaast, aangezien Kinopolis verscheidene elementen in haar verzoekschrift heeft aangehaald die de realiteit van deze concurrentiedruk aantonen.³ Kinopolis stelt ook vast dat de BMA op geen enkele manier verder heeft onderzocht of deze alternatieve vormen van filmbeleving nu een concurrentiedruk op bioscoopuitbaters uitoefenen. ⁴

(20)In tegenstelling tot wat wordt beweerd door de Auditeur, heeft Kinopolis nochtans aangetoond dat zij rekening houdt met de alternatieve vormen van filmbeleving. Kinopolis wijst hierbij naar de verscheidene bewijselementen die reeds in het verzoekschrift werden vermeld en als bijlagen werden aangeleverd.⁵

(21)In deze schriftelijke opmerkingen wijst Kinopolis op een recente ontwikkeling die eens te meer aantoont dat alternatieve platformen alsmear meer concurrentiedruk op de bioscoopsector uitoefenen. Zo heeft Netflix onlangs de exclusieve wereldwijde rechten verworven op de film *Belgica* van Felix van Groeningen.⁶ Deze rechten hebben weliswaar geen betrekking op de Benelux en enkele andere gebieden maar dit toont wei aan dat Netflix meer en meer een directe (i.p.v. zijdelingse) concurrent wordt van de bioscopen. De overeenkomst betekent immers dat 'Belgica' in de meeste landen niet in de bioscoop zal worden vertoond en verhoogt aldus het risico op illegaal downloaden daar het niet ondenkbaar is dat de film in het buitenland beschikbaar zal zijn nog tijdens de bioscoopcarrière in België. Omgekeerd mag dus ook verwacht worden dat Netflix gelijkaardige overeenkomsten in buitenlandse territoria zal afsluiten met als resultaat dat de betreffende film niet zal vertoond worden in Belgische bioscopen. Dit voorbeeld toont eens te meer aan dat de concurrentiedruk uitgeoefend door de verschillende vormen van alternatieve filmbeleving reëel is en steeds groter zal worden.

(22)Voorts is het van belang dat Kinopolis in haar jaarrapport van de voorbije jaren gewag maakt van deze concurrentiedruk en de noodzaak te innoveren. "De positie van Kinopolis Group als bioscoopexploitant is, net zoals elk product of dienst waarvoor substitutie bestaat, onderhevig aan concurrentie. De positie van Kinopolis Groep wordt beïnvloed door een toenemende concurrentie van andere vormen van vrijetijdsbeleving zoals concerten, sportevenementen, enz. die een invloed kunnen uitoefenen op het gedrag van de Kinopolis-klanten. Deze concurrentie resulteert tevens enerzijds uit de aanwezigheid van bioscopen van andere exploitanten in de markten waar de Groep actief is en uit de mogelijke opening van nieuwe bioscoopcomplexen in die markten en anderzijds uit de toenemende verspreiding en beschikbaarheid van films via andere kanalen dan het bioscoopmedium zoals video-on-demand, pay-per-view, internet en dergelijke meer. Deze evolutie kan verder beïnvloed worden door een verkorting van de periode, die gebruikelijk gehanteerd wordt door de distributeurs, tussen de eerste vertoning van een film in de bioscoop en de beschikbaarheid ervan via andere kanalen evenals door de voortdurende technische verbetering van de kwaliteit van deze alternatieve manieren van het bekijken van een film. Naast deze legale alternatieven wordt de bioscoopsector tevens geconfronteerd met illegale downloads. Kinopolis werkt actief samen met de distributeurs aan het opzetten van

maatregelen om een mogelijke toenemende illegale verspreiding van materiaal via het internet te vermijden. Kinopolis Group tracht haar concurrentiepositie als bioscoopexploitant te verstevigen door het implementeren van haar strategische visie, die erop gericht is de klanten een premium service en filmbeleving aan te bieden." Deze officiële stellingname in een jaarrapport is geen lichtzinnige bewering, maar meldt aan de aandeelhouders het bestaan van een reële concurrentie, waarmee het bedrijf bij de uittekening van haar strategie en de omschrijving van het bedrijfsrisico rekening houdt.

(23) Tot slot is het niet duidelijk waarom Kinopolis minder gevoelig zou zijn aan deze zijdelingse concurrentiedruk dan andere bioscoopexploitanten. De Auditeur lijkt Kinopolis te verwijten [VERTROUWELIJK] en er precies op gericht zijn om zich te kunnen onderscheiden van die andere vormen van filmbeleving. Kinopolis moet het bioscoopbezoek telkens heruitvinden om zich ervan te verzekeren dat bioscoopbezoek niet verder terugloopt. De investeringen die Kinopolis doet om het bioscoopbezoek relevant te houden en zich met andere vormen van filmbeleving te meten door het aanbieden van een superieure kwaliteit, tonen net aan dat Kinopolis, net als andere exploitanten, met andere vormen van filmbeleving in concurrentie moet treden.

3.2 Er is geen nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop

(24) Kinopolis deelt het standpunt van de Auditeur met betrekking tot een nationale marktafbakening niet.

(25) In alle door de Auditeur geciteerde Europese concentratiebeslissingen (in voetnoot 5) liet de Europese Commissie de geografische marktdefinitie open, buiten in de zaak M.5076 Odeon/Cineworld waar de Commissie de zaak doorverwees naar de OFT.⁷ De OFT concludeerde in die zaak het volgende over de geografische marktafbakening: "In the current case the parties submitted that the film exhibition market is local, and the OFT has not seen any evidence to persuade it to deviate from the approach of the previous cases. However, the OFT does not consider that it is necessary to conclude on the geographic market in this case. To the extent that local film exhibition has been considered at all, the OFT has examined it at a local level."⁸ (wij onderlijnen) Kinopolis is dan ook verbaasd dat de Auditeur zich door deze beslissingen gesteund voelt in haar marktafbakening.

(26) Verder valt het op, dat net zoals in de besproken rechtspraak in de schriftelijke opmerkingen van 10 februari 2016, de beslissingen opnieuw grote marktspelers betreffen. De Auditeur tracht dit te ontkrachten door te stellen dat het volstaat dat een marktspeler over een landelijk netwerk beschikt. Zij baseert zich hiervoor op één beslissing, nl. beslissing nr. 2008-C/C-56 van 29 oktober 2008.

(27) Echter, in deze beslissing wordt geen nationale markt afgebakend en besloot de toenmalige auditeur in randnummer 22 dat de markt voor de vertoning van films lokaal is. Dit wordt bevestigd in het jaarrapport van 2008 van de Raad voor de Mededinging, dat stelt: "Vaar de geografische markt voor vertoning van films in de bioscoop gaat de Raad in deze zaak uit van een zogenaamde 'catchment area' van 20 minuten rijden rond het Imagix Mons complex. De stroomopwaartse markt voor de verdeling van films voor vertoning in de bioscoop is nationaal van aard."⁹

(28) Het is dus duidelijk dat de positie van Kinopolis op de nationale markt dient geanalyseerd te worden in het kader van de productmarkt van de verdeling van films voor de vertoning in de bioscoop. De markt voor de vertoning van films in de bioscoop is lokaal.

(29) De Auditeur vermeldt verder enkele elementen die volgens haar een nationale marktafbakening zouden rechtvaardigen.

(30) Vooreerst wordt verwezen naar het feit dat de verdeling van films en dat promotie van films op nationaal niveau gebeurt. Dit is een juiste vaststelling en geeft ook aan waarom de stroomopwaartse markt als nationaal afgebakend dient te worden. De nationale verdeling van films heeft als (logisch) gevolg dat nationaal vaak dezelfde films worden aangeboden maar zegt niets over de reikwijdte van de verzorgingsgebieden van de bioscoopcomplexen zelf. Film promotie wordt door de filmdistributeur georganiseerd, die actief is op een nationale markt. Deze elementen kunnen dan ook alvast geen bewijs vormen dat bioscoopexploitatie op nationaal gebied plaatsvindt.

(31) Vervolgens haalt de Auditeur aan dat "de belangrijkste uitbaters van bioscoopcomplexen in België [...] een aanwezigheid [hebben] die het lokale niveau overstijgt" waarbij ze verwijst als voorbeeld naar Euroscop, Utopolis en UGC. Het is moeilijk deze redenering van de Auditeur te volgen. UGC die enkel actief is in Brussel en Antwerpen zou dus, volgens de Auditeur, nationaal aanwezig zijn. Ook Utopolis met zijn 4 complexen wordt beschouwd als een nationale speler. Die redenering volgend zou elke bioscoopexploitant die actief is in minstens 2 steden een nationale speler zijn. Imagix met twee bioscoopvestigingen in Bergen en Doornik, en Lights in the City (met een bioscoop in Rixensart en Jodoigne) en Grand'Angle (Ciney en Nismes) zouden dan nationaal actieve bioscoopexploitanten zijn. Dit element is weinig geloofwaardig.

(32) Tot slot verwijst de Auditeur naar de "één kwaliteit" en "één nationale prijspolitiek" om aan te tonen dat een nationale markt voor de vertoning van films in de bioscoop moet worden afgebakend. Het is onduidelijk op welke stukken in het dossier de Auditeur zich baseert om deze stellingen te poneren. Ook rijst de vraag of men kan spreken van één nationale prijspolitiek bij bijvoorbeeld bioscoopuitbaters van bijvoorbeeld 2 bioscopen. [VERTROUWELIJK].

4. DE ANALYSE VAN DE NATIONALE POSITIE VAN KINEPOLIS IS NIET RELEVANT- DE TRANSACTIE LEIDT NIET TOT EEN CREATIE OF EEN VERSTERKING VAN EEN MACHTSPOSITIE

(33) Aangezien er geen redenen zijn die een nationale marktafbakening zouden rechtvaardigen, zoals hierboven nogmaals werd aangetoond, is Kinopolis van mening dat de analyse van de Auditeur wat betreft haar positie op de nationale markt dan ook niet relevant is.

(34) De Auditeur stelt ook dat het verschil in marktaandeel van Kinopolis en marktaandeel van haar concurrenten "als een bevestiging" van het bestaan van een machtspositie moet worden beschouwd. Zulke redenering loopt al te snel door de bocht. Het "lagere" marktaandeel van de concurrenten spruit immers enkel voort uit het feit dat de Auditeur de markt onterecht als nationaal omschrijft. In vergelijking met Kinopolis hebben concurrenten een lager marktaandeel omdat zij op een lager aantal lokale mm·kten actief zijn. Het leidt geen twijfel dat zij in hun lokale

verzorgingsgebieden een significant hoger marktaandeel hebben. De vaststelling dat zij een lager marktaandeel hebben vormt dus geen bevestiging dat Kinopolis over een machtspositie zou beschikken maar is enkel het gevolg van het feit dat de Auditeur een artificiële al te grote relevante geografische markt heeft afgebakend. Hetzelfde geldt voor de vergroting van deze kloof post-transactie.

(35)Wat de punten van "een verhoging van het geconsolideerd marktaandeel, verbreding van landelijke dekking, de verdwijning van één van de weinige marktspelers die binnen België beschikt over een netwerk van multiplexen en het wegvallen van een belangrijke consolidatiemogelijkheid " betreft heeft Kinopolis al gereageerd en aangetoond dat deze op geen enkele manier kunnen overtuigen dat er post-transactie sprake zou zijn van een machtspositie 11

(36)Ten slotte is het feit dat de Transactie leidt tot het wegvallen van een consolidatiemogelijkheid een logisch gevolg die iedere overname met zich meebrengt. Dit kan niet betekenen dat elke overname dient beschouwd te worden als een significante belemmering van de mededinging. Voorts is het niet aangetoond dat dit wegvallen van een consolidatiemogelijkheid de expansieplannen van één van de concurrenten heeft verstoord. 12

5. KINOPOLIS BESCHIKT NIET OVER EEN LOKALE MACHTSPOSITIE

(37)De Auditeur steunt op haar marktaandelenanalyse om te stellen dat Kinopolis post-transactie een machtspositie creëert of versterkt. Zij legt de UPP-analyse gedaan door professor Verboven naast zich neer omdat onderzoek zou hebben aangetoond dat de resultaten van de UPP-analyse onvoldoende zouden zijn bewezen.

(38)Nochtans is Kinopolis van mening dat in onderhavige zaak, zoals uitvoerig besproken in het begin van deze schriftelijke opmerkingen, waar afstand (tot de bioscoop) een cruciale rol speelt, een marktaandelenanalyse niet gepast is. Deze laat immers niet toe om rekening te houden met de complexe substitutiepatronen kenmerkend voor de bioscoopsector en geeft geen correcte weergave van de concurrentiedynamiek.

(39)De hoge marktaandelen van een bioscoop in zijn eigen verzorgingsgebied verbazen ook niet. De nabijheid van een bioscoop is immers één van de doorslaggevende criteria bij de keuze van de bioscoop en zelfs bij de keuze om al dan niet naar de bioscoop te gaan.

6. DE TRANSACTIE LEIDT NIET TOT UNILATERALE EFFECTEN OP DE LOKALE MARKT

6.1. De beweerdelijke prijsverhogingen worden niet veroorzaakt door het verdwijnen van de onderlinge concurrentie

(40)De Auditeur beweert nu, voor het eerst (!), [VERTROUWELIJK].

(41)Deze volkomen nieuwe stelling spoort op geen enkele manier met de in het Herzien Ontwerp neergelegde gedachtegang [VERTROUWELIJK] en van het Ontwerp [VERTROUWELIJK].

(42)Nu wordt plots de idee naar voren geschoven dat [VERTROUWELIJK].

(43)Deze bewering wordt op geen enkele manier onderbouwd.

(44)Zij is ook moeilijk te begrijpen.

(45)Wat de prijszetting in de Utopolis-bioscopen betreft, tracht de Auditeur het bewijs te leveren dat [VERTROUWELIJK]. Dat lijkt sterk op een cirkelredenering.

(46)[VERTROUWELIJK].

(47)[VERTROUWELIJK].

(48)[VERTROUWELIJK]. Dit bezwaar kan dus niet weerhouden worden.

6.2. Behoud van groeimogelijkheden

(49)De Auditeur herhaalt haar standpunt met betrekking tot de expansiemogelijkheden van de concurrenten zonder enige objectieve onderbouwing.

(50)Zo stelt zij dat "uit het marktonderzoek blijkt" dat de markt nagenoeg verzadigd is, en dan vooral in Vlaanderen, en in het bijzonder voor complexen van enige omvang maar de antwoorden van de concurrenten bevatten geen ondersteunende documenten. 15

(51)Kinopolis verwijst naar punten 190 e.v. van haar Schriftelijke Opmerkingen op het Herzien Ontwerp waar ze een overzicht geeft van de groei van haar concurrenten en aantoont dat er geen verzadiging van de markt is.

(52)De Auditeur herhaalt verder dat de expansiemogelijkheden beïnvloed worden door enerzijds het feit dat Kinopolis een groter lokaal verzorgingsgebied zou hebben en anderzijds door het feit dat een belangrijke consolidatiemogelijkheid wordt afgenomen.

(53)Wat betreft het feit dat een Kinopolis-bioscoop een groter lokaal verzorgingsgebied zou hebben en om die reden de door Kinopolis aangegeven investeringsmogelijkheden negatief zouden worden beïnvloed [VERTROUWELIJK].

(54)In elk geval wordt zulke mogelijke negatieve impact tegengesproken door de opening van een Eurocoop te Genk terwijl Kinopolis reeds een vestiging exploiteerde in Hasselt en de opening van Citycoop Roeselare in het verzorgingsgebied van Kinopolis Kortrijk. Ook heeft Eurocoop plannen om een bioscoop te openen in Anderlecht, gelegen in het verzorgingsgebied van Kinopolis Brussel.

(55)[VERTROUWELIJK], relativeert de Auditeur ten onrechte deze groeikansen. Hiervoor verwijst zij naar de marktkennis, de nationale merkbekendheid en de grotere financiële slagkracht die Kinopolis zou hebben in tegenstelling tot haar concurrenten.

(56)Het is niet duidelijk op welke feitelijke elementen de Auditeur steunt om te beweren dat Kinopolis een betere marktkennis zou hebben dan UGC of Eurocoop. Het is evenmin duidelijk waarom de

zgn 'nationale' merkbekendheid het Kinopolis makkelijker zou maken een nieuwe bioscoop op te starten en te exploiteren. Het is immers in de eerste plaats niet het 'merk' van de bioscoop dat voor een bepaalde bioscoop doet kiezen maar de nabijheid ervan. Wat betreft de beweerde grotere financiële slagkracht van Kinopolis tegenover haar concurrenten, lijkt de Auditeur te vergeten dat één van de belangrijkste concurrenten van Kinopolis, UGC in 2014 nog het vastgoed van 13 cinemacomplexen die zij huurde heeft gekocht in Frankrijk voor een bedrag van ongeveer 200 miljoen euro. Bovendien erkent de Auditeur expliciet in haar Herzien Ontwerp dat zowel UGC als Pathé over investeringscapaciteiten beschikken.

(57) Bij de beoordeling van de vraag of de markt al dan niet verzadigd is, lijkt de Auditeur er opnieuw van uit te gaan dat "complexen van enige omvang" enkel concurrentie zouden ondervinden van andere "multiplexen". Kinopolis betwist dit ten stelligste. Dit wordt trouwens expliciet erkend in OFT-beslissing Cineworld Group pic/City Screen Limited van 5 juni 2013 waarin gesteld wordt dat: "[f]irst, the OFT considers that the decision of cinema operators to choose to focus their business activities on different types of films does not mean that there is no competition between them; they may still be competing to attract cinema audiences. In addition, while a smaller-sized cinema may provide a weaker competitive constraint than a large-sized cinema on other large sized cinemas, other things equal, this does not preclude a smaller-sized cinema from competing with a larger cinema, or indeed to demonstrate that a large cinema does not place a strong competitive constraint on a smaller cinema." ¹⁶Het bestaan van meerdere kleine, zelfstandige bioscopen in België, en het feit dat deze rendabel zijn, toont aan dat ook deze bioscopen concurrentie uitoefenen op de multiplexen. Zulke complexen hebben nog ruime investeringskansen zoals trouwens ook uit het Herzien Ontwerp blijkt.

(58) Ten slotte ziet Kinopolis niet in hoe de Transactie enige invloed zou kunnen hebben op de realisatie van projecten zoals U-Place en Just under the Sky. De Transactie brengt immers geen verandering teweeg in het aantal zalen dat op dit ogenblik worden geëxploiteerd. Waarop steunt de Auditeur trouwens om zulke vaststelling te doen? Hoe zou de Transactie deze projecten bemoeilijken? Als er al moeilijkheden zijn voor die projecten lijken die eerder gelinkt te zijn aan problemen met de bouwvoorschriften (die overigens voor iedereen gelden) en niet met deze Transactie. De Auditeur onderbouwt deze stelling op geen enkele manier.

6.3 Geen schaalvoordelen die de concurrentiepositie van derden negatief beïnvloeden

(59) De Auditeur stelt nu dat de schaalvoordelen gezamenlijk, en dus niet apart, "de machtspositie van Kinopolis [versterken] in de lokale verzorgingsgebieden en op nationaal niveau". Ook herhaalt ze dat de schaalvoordelen zouden zorgen voor een nog groter onevenwicht tussen Kinopolis en haar voornaamste concurrenten.

(60) Nochtans aanvaardt de Auditeur dat "schaalvoordelen op de markt voor de vertoning van films in de bioscoop niet noodzakelijk onontbeerlijk zijn voor de rendabiliteit van een bepaalde vestiging: er zijn nog steeds onafhankelijke uitbaters en bioscoopgroepen die ondanks hun kleine schaal standhouden." Het is Kinopolis onduidelijk waarom de Auditeur deze eerder gedane vaststelling van haar niet meer heeft opgenomen in haar Herzien Ontwerp en waarom ze in haar Aanvullend Ontwerp niet uitlegt waarom deze vaststelling plots niet meer relevant zou zijn.

(61) Kinopolis betwist nogmaals met klem dat de Transactie de kloof tussen Kinopolis en concurrenten zou vergroten en verwijst naar punten 208 e.v. van haar schriftelijke opmerkingen op het Herzien Ontwerp waarin ze uitvoerig aantoont dat de mogelijke schaalvoordelen die zouden volgen uit de Transactie geen negatieve impact zouden hebben op andere bioscoopexploitanten. 17 De Auditeur biedt hier geen antwoord op.

(62) Zelfs als de mogelijke aangehaalde schaalvoordelen gezamenlijk zouden bekeken worden, dan nog komt Kinopolis tot dezelfde conclusie. De mogelijke schaalvoordelen die zouden voortkomen uit de Transactie zijn immers niet significant.

(63) Kinopolis beperkt zich hieronder tot het weerleggen van de twee nieuwe argumenten van de Auditeur.

(64) [VERTROUWELIJK].

(65) [VERTROUWELIJK].

(66) De Auditeur bespreekt zelfs in haar Aanvullend Ontwerp ook de mogelijkheid om de door haar opgesomde schaalvoordelen als efficiëntieverbeteringen te beschouwen. In haar analyse stelt zij dat de zgn. lage concurrentiedruk en "de schaalvoordelen niet substantieel genoeg zijn om tegemoet te komen aan de mededingingsproblemen". Wat de ROI van de efficiëntieverbeteringen betreft voor de UPP-analyse verwijst Kinopolis naar de opmerkingen van professor Verboven.

(67) De beschouwingen die de Auditeur voor het overige wijdt aan de analyse van efficiëntieverbeteringen in het licht van de horizontale richtsnoeren, zijn nieuw en niet relevant. Kinopolis heeft immers van in het begin aangegeven dat de schaalvoordelen niet van die aard zijn dat zij de concurrentiepositie van concurrenten bedreigen ([VERTROUWELIJK]). De nieuwe beschouwingen van de Auditeur doen dan ook niet ter zake.

(68) Kinopolis stelt derhalve vast dat het Aanvullend Ontwerp ook niet heeft aangetoond dat de eventuele schaalvoordelen die Kinopolis zou hebben na de Transactie een negatieve impact zouden hebben op haar concurrenten.

6.4 De relatie met filmdistributeurs

(69) De Auditeur herhaalt dezelfde argumenten als deze die reeds eerder zijn besproken, [VERTROUWELIJK] en zou meer mogelijkheden hebben om de filmprogrammatie te beïnvloeden.

(70) [VERTROUWELIJK].

(71) [VERTROUWELIJK].

(72) Kinopolis begrijpt ook niet waarom de vergelijking van filmhuurpercentages die Kinopolis betaalt in andere landen niet relevant zou zijn omwille van de "grote verschillen in marktwerking". De Auditeur benoemt immers niet welke verschillen in marktwerking er zijn tussen België en

Nederland, Frankrijk, Spanje en Zwitserland die zulke vergelijking nutteloos zou maken. De Auditeur verwijst ook niet naar stukken of relevante passages in haar Ontwerpen?

(73)De Auditeur toont ook hier niet aan dat de Transactie zou leiden tot meer mogelijkheden om de filmprogrammatie te beïnvloeden en hoe dit negatieve effecten op de concurrenten zou kunnen hebben.

(74)[VERTROUWELIJK].

(75)Voorts zou KFD, volgens de Auditeur, een onvermijdelijke handelspartner worden voor de verdeling van Vlaamse films.

(76)De Auditeur legt niet uit waarom na de Transactie KFD nog meer dan voordien de onvermijdelijke partner zou worden voor de verdeling van Vlaamse films. Zij herhaalt gewoon haar standpunt en heeft geen weerwoord op het feit [VERTROUWELIJK].

7. DE DOOR KINEPOLIS AANGEBODEN VERBINTENISSEN

(77)Kinopolis wenst op te merken dat het aanbieden van verbintenissen in subsidiaire orde allerm minst paradoxaal is en vaak voorkomt in concentratiezaken.

(78)Kinopolis is en blijft van mening dat de Transactie geen significante belemmering van de mededinging op de betrokken mat-kten met zich mee zal brengen en dus onvoorwaardelijk moet goedgekeurd worden.

(79)[VERTROUWELIJK].

8. CONCLUSIE

(80)Kinopolis stelt vast dat het Aanvullend Ontwerp ook niet heeft aangetoond dat de Transactie zou leiden tot significante belemmering van de mededinging.

(81)Kinopolis verzoekt het College dan ook om deze Transactie onvoorwaardelijk goed te keuren. Indien het College echter van oordeel zou zijn dat het gepast is om de door Kinopolis voorgestelde verbintenissen te aanvaarden en de Transactie met oplegging van deze verbintenissen goed te keuren, dan verzet Kinopolis zich hier niet tegen.

(82)Kinopolis behoudt zich het recht voor om desgevallend de ingediende verbintenissen verder toe te lichten en de door de Auditeur geformuleerde bezwat-en verder te weerleggen.

VI. Markttest van 15 maart 2016

VI.1 E-mail van het Auditoraat

35. Op verzoek van het College, heeft het Auditoraat op 15 maart 2016 de markttest voor de verbintenissen in de versie zoals door Kinopolis neergelegd op 14 maart 2016 uitgestuurd naar de volgende marktspelers:

Concurrerende bioscoopexploitanten :

- Euroscop
- UGC
- Utopolis
- Cinépointcom
- I-Magix

Filmdistributeurs :

- Fox
- Disney
- Sony
- Entertainment One
- Independent films
- Lumière
- Belga Films

36. De inhoud van de e-mail luidt als volgt:

“Geachte,

In bijlage vindt u een herwerkt voorstel van verbintenissen zoals gisterenavond ingediend door Kinopolis.

Gelieve uw standpunt te formuleren met betrekking tot de aangeboden structurele en gedragsverbintenissen alsook de uitvoeringsmodaliteiten. Gelieve in het bijzonder aandacht te geven aan de volgende aspecten:

- 1) de geschiktheid van de structurele verbintenissen om tegemoet te komen aan de vastgestelde mededingingsbezwaren;*
- 2) de voorwaarden en modaliteiten aangaande de koper;*
- 3) de mogelijkheid voor Kinopolis om een “pakket” aan bioscopen te verkopen;*
- 4) de procedure, termijn en controlemechanismen van het afstotingsproces;*
- 5) de geschiktheid van de gedragsverbintenissen om tegemoet te komen aan de vastgestelde mededingingsbezwaren;*
- 6) de controlemechanismen voor deze gedragsverbintenissen.*

Het Auditoraat wens te benadrukken dat deze markttest wordt uitgevoerd op verzoek van het College.

[...]”

VI.2 Analyse van het Auditoraat

37. Tijdens de zitting van 18 maart 2016 heeft het Auditoraat alsook UGC, I-Magix en Euroscop hun standpunt m.b.t. de aangeboden verbintenissen van 14 maart 2016 mondeling uiteengezet.

38. Met uitzondering van Disney hebben alle aangeschreven marktspelers deelgenomen aan de markttest.

39. Utopolis is van oordeel dat voor zover het mededingingscollege toch de vermeende mededingingsbezwaren zou weerhouden, zij van mening is dat de voorgestelde verbintenissen meer dan voldoende zijn om deze vermeende bezwaren weg te nemen.

40. Belga Film verwijst naar haar antwoorden op de verzoeken om inlichtingen waaronder de eerste markttest en benadrukt de rol die Kinopolis speelt op het gebied van de Vlaamse film.

41. Gelet op de gelijklopende standpunten van de overige marktspelers, worden deze hierna op samenvattende wijze hernomen.

42. De Auditeur merkt op dat enkele belangrijke punten door Kinopolis als vertrouwelijk werden aangemerkt tegenover de deelnemers aan de markttest waarvoor geen vorken werden gebruikt of een niet-vertrouwelijke samenvatting werd gegeven. Over de volgende punten heeft de markt zich dus niet kunnen uitspreken:

- de totale duur van de investeringsperiode;
- de fases waarin de investeringsperiode wordt opgesplitst, [VERTROUWELIJK];
- [VERTROUWELIJK] (randnummer 9).

43. Op Belgafilm na, antwoorden alle deelnemers aan de markttest dat de aangeboden structurele en gedragsverbintenissen de vastgestelde mededingingsbezwaren niet remediëren. De verbintenissen verschaffen verder geen informatie of verklaring over hoe de anticoncurrentiële impact van de Transactie wordt opgelost. Indien niet alle Belgische Utopolis-complexen worden afgestoten, moet de Transactie worden verboden.

44. De concurrenten wijzen erop dat het aangewezen is om de modeltekst van de Europese Commissie in haar mededeling betreffende aanvaardbare corrigerende maatregelen te volgen.

45. De concurrenten stellen vast dat ondanks de aangeboden verbintenissen Kinopolis haar machtspositie nog steeds zal versterken. De uitvoeringsmodaliteiten leiden er immers toe dat een bestaande effectieve concurrent wordt opgesplitst en er dan ook geen sterke concurrent wordt gecreëerd die kan opboksen tegen Kinopolis. Dit gebeurt op twee manieren.

46. Ten eerste, Kinopolis mag niet de keuze hebben om het vastgoed en het handelsfonds van de af te stoten complexen afzonderlijk te verkopen. Dit zou immers een middel kunnen zijn voor Kinopolis om een verkoop aan een effectieve concurrent te verhinderen, de positie van de koper te verzwakken of een latere verwerving door Kinopolis voor te bereiden. Er worden vragen gesteld bij de mogelijkheid voor Kinopolis om zelf een handelshuurovereenkomst af te sluiten met de koper van de zakelijke rechten van de vestigingen te Mechelen en Aarschot. Indien deze hypothese kan, dan moet de handelshuurovereenkomst worden overgedragen binnen de desinvesteringsperiode.

47. Ten tweede, Kinopolis mag ook niet de keuze hebben om de vestigingen te Aarschot en Mechelen afzonderlijk te verkopen. Een afzonderlijke verkoop van beide vestigingen zal de markt verder versnipperen in het voordeel van Kinopolis en het aantrekkingspotentieel van de af te stoten bioscopen verminderen.

48. Wat de koperscriteria betreft, zijn alle concurrenten het erover eens dat de mogelijkheid tot aankoop door een professionele financiële investeerder moet uitgesloten worden. Zoniet bestaat de kans dat Kinopolis het vastgoed m.b.t. de desinvesteringen parkeert bij een financiële investeerder en na verloop van tijd het vastgoed opnieuw verwerft.

49. Het Auditoraat moet zowel de koper als de koopovereenkomst goedkeuren.

50. De totale desinvesteringsperiode moet kort zijn.

51. De concurrenten benadrukken dat gedragsverbintenissen in deze zaak niet effectief zijn. De termijn van 3 jaar waarbinnen de vestigingen te Turnhout en Lommel niet gesloten mogen worden is te kort. Wat de derde verbintenis m.b.t. de prijspolitiek van Kinopolis betreft, deze bevat geen enkele kwantitatieve parameter, is op geen enkele wijze afdwingbaar of kan geen aanleiding geven tot enig betekenisvol gevolg. Er wordt vastgesteld dat het Auditoraat geen controle- en sanctiebevoegdheden heeft over de gedragsverbintenissen.

Tenslotte is het raadzaam om een verbod voor Kinopolis op te nemen voor het afsluiten van commerciële en distributieovereenkomsten (vouchers, getrouwheidskaart, abonnementen, etc.) met de toekomstige koper van de af te stoten complexen.

VII. Positie van het Auditoraat over de verbintenissen van 21 maart 2016

52. Het Auditoraat stelt vast dat de thans voorliggende versie van verbintenissen slechts minimaal herwerkt is in vergelijking met de vorige versie van 11 maart 2016.

53. De vorige versie hield zo goed als geen rekening met de opmerkingen van het Auditoraat. De actuele versie houdt geen rekening met de resultaten uit de markttest. Nochtans zijn de opmerkingen van de marktspelers in lijn met het standpunt ingenomen door het Auditoraat.

54. Aangezien zowel het Auditoraat als de deelnemers aan de markttest hun visie reeds omstandig hebben toegelicht, zal het Auditoraat zich beperken tot het overmaken van de belangrijkste punten.

1) Afstoting van de Desinvestering in haar geheel of via opsplitsing vastgoed/handelsfonds (randnummers 4 t.e.m 7) :

De markt is quasi unaniem tegen een opsplitsing vastgoed/handelsfonds. Op de zitting van 18 maart werd daarom door het Auditoraat voorgesteld om in de tekst op te nemen dat Kinopolis "prioritair" de Desinvesteringen in haar geheel verkoopt . Indien uw College de markttest hierin volgt, dan moet dit principe worden vooropgesteld in randnummer 2. Vervolgens moeten de subtitels van randnummers 6 en 7 deze "ranking" expliciet vermelden.

2) De gezamenlijke verkoop van de Utopolis-bioscopen te Aarschot en Mechelen (randnummers 4 t.e.m 7) :

Ook hier is de markt quasi unaniem tegen een afzonderlijke verkoop van beide bioscoopcomplexen, zoniet wordt een versnipperd concurrentieel tegengewicht gecreëerd. Derhalve heeft het Auditoraat op de zitting van 18 maart voorgesteld om in de tekst op te nemen dat Kinopolis "prioritair" de Desinvesteringen gezamenlijk verkoopt .

3) [VERTROUWELIJK] (randnummer 9):

[VERTROUWELIJK].

4) Koperscriteria (randnummer 20, c): professionele financiële investeerder:

Het Auditoraat wenst het College er nogmaals op te wijzen dat de koperscriteria (zoals de uitvoeringsmodaliteiten) erop moeten gericht zijn de verzwakking van de concurrentie te herstellen en er niet zijn om voor Kinopolis het meest rendabel afstotingsproces te bewerkstelligen.

5) Goedkeuringstermijn voor Trustee en Auditoraat (randnummer 21):

Wanneer Kinopolis een overeenkomst met de Koper heeft bereikt, moet Kinopolis binnen één week een gemotiveerd en met documenten gestaafd voorstel, vergezeld van een kopie van de definitieve overeenkomst(en), bij het Auditoraat en de Trustee indienen. Zowel het Auditoraat als de Trustee moeten beschikken over een termijn van 12 werkdagen voor het geven van hun goedkeuring.

Het Auditoraat verzoekt het College met aandrang alsnog een procedure uit te werken voor het geval het Auditoraat en/of de Trustee niet akkoord kan/kunnen gaan met de voorgelegde ontwerpovereenkomst. Deze bepalingen moeten een effectieve controle mogelijk maken en voorzien in een sanctiemechanisme bij niet-naleving.

6) Bijkomende verbintenissen (randnummer 40):

Het Auditoraat heeft steeds gesteld dat gedragsverbintenissen niet geschikt zijn om tegemoet te komen aan de vastgestelde mededingingsbezwaren. De uitvoeringsmodaliteiten zoals deze nu voorliggen, mislopen het beoogde doel. Dit is in het bijzonder zo voor wat betreft de prijscontrole.

VIII. Beoordeling door het College

VIII.1 Betreffende de aangemelde operatie

55. Het Mededingingscollege dient bij toepassing van artikel IV 61 § 1 WER eerst gemotiveerd te beslissen of de aangemelde operatie onder het toepassingsgebied valt van boek IV van het Wetboek van Economisch recht. In deze zaak volgt de bevoegdheid van de BMA en het van toepassing zijn van boek IV WER uit de voorwaarde opgelegd door de Raad voor de Mededinging bij beslissing van 17 november 1997, zoals gewijzigd bij beslissing van 1 oktober 2008 en het arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010.

56. In haar beslissing van 30 november 2015 (BMA-2015-I/O-69) stelt het College dat alle bepalingen van de concentratiecontrole op de aangemelde concentratie moeten toegepast worden, inclusief de voorziene beoordelingstoets. –In deze beslissing stelt het College vast dat er geen twijfel over bestaat dat deze hoger genoemde voorwaarde nog steeds van toepassing is aangezien de koper tot op heden geen verzoek tot opheffing van deze voorwaarde heeft ingediend. Hierdoor beoordeelt het Mededingingscollege de aangemelde concentratie op basis van de hoger genoemde vierde voorwaarde zoals opgelegd door de Raad voor de Mededinging bij beslissing van 17 november 1997, zoals gewijzigd bij beslissing van 1 oktober 2008 en het arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010; deze voorwaarde luidt ondermeer als volgt: *“4. De groep die uit de concentratie ontstaat, zal geen nieuw één-of-meer-zalencomplex oprichten of overnemen noch een bestaand complex uitbreiden, renoveren of vervangen zonder de voorafgaande instemming van de Raad voor de Mededinging. (...)”*.

57. Het College dient dan ook - bij toepassing van artikel 61 § 2 WER - te beslissen of de concentratie, al dan niet onder voorwaarden, toelaatbaar is, dan wel of daar ernstige twijfel over bestaat. Een concentratie is niet toelaatbaar indien zij in de zin van artikel IV.9 § 4 WER gelet op artikel IV.9 § 2 WER als gevolg heeft dat de daadwerkelijke mededinging significant wordt beperkt. In zijn beslissing van 25 oktober 2013 in de zaak *Mediahuis*, heeft het College beslist dat de ernst van de twijfel beoordeeld moet worden gelet op de waarschijnlijkheid dat negatieve gevolgen zich zullen voordoen, op de ernst van de gevolgen indien zij zich voordoen, en op de waarschijnlijkheid dat die negatieve gevolgen door de concentratie zijn veroorzaakt. Indien er naar het oordeel van het College ernstige twijfel bestaat over de toelaatbaarheid van een concentratie, en de partijen verbintenissen aanbieden, dient het College te beslissen of die verbintenissen, al dan niet gewijzigd tijdens de procedure voor het College, die twijfel wegnemen.

58. Het College heeft vastgesteld dat de aanmeldende partij verklaard heeft dat de huidige hoger genoemde vierde voorwaarde haar niet enkel verbiedt bioscoopcomplexen over te nemen – zelfs voor een concentratie, zoals onderhavige concentratie, onder de drempels die door de wet bepaald zijn – maar ook zulke complexen op te richten (organische groei) zonder voorafgaande instemming van de Mededingingsautoriteit, en dit sinds 1997. Het College heeft ook vastgesteld dat onderhavige procedure enkel een ontwerp van concentratie (overname van Utopolis S.A. door de aanmeldende partij) betreft.

59. Het College wil duidelijk maken dat zij de eventuele beperking van de daadwerkelijke mededinging in de feiten moet nagaan. Bijgevolg kan het College in haar feitelijke beoordeling rekening houden met de beperkte omvang van de aangemelde operatie, een omvang die blijft onder de omzeldrempels zoals bepaald in artikel IV.7 § 1 WER. Het College is het dan ook oneens met de stelling dat zij bij de beoordeling van de aangemelde operatie geen merkbaarheidsvereiste zou mogen toepassen. Het College wijst erop dat de omzeldrempels een soortgelijke rol vervullen. Zo laat de WER overnames toe – zelfs door ondernemingen met een machtspositie – zolang de betrokken omzeldrempels niet worden gehaald.

60. Het College stelt vast dat er ook na het bijkomend onderzoek diepe meningsverschillen blijven bestaan tussen het auditoraat en de aanmeldende partij over vrijwel alle aspecten van de zaak.

61. Het College is ervan overtuigd dat de hoge marktaandelen van de aanmeldende partij pre en post transactie zowel op de nationale als op de lokale markten voldoende grond vormen voor ernstige twijfel. Het betreft immers marktaandelen die de [VERTROUWELIJK] benaderen en soms zelfs overtreffen. In haar beslissing van 30 november 2015 gaf het College dan ook de opdracht een tweede fase te openen.

62. In zijn beoordeling heeft het College de effecten van de aangemelde operatie nagegaan op de relevante markten. Concreet betreft het de markt voor de vertoning van films in de bioscoop, zowel op nationaal als op lokaal vlak en de nationale markt voor de distributie van films voor de vertoning in de bioscoop.

VIII.2 Betreffende de verbintenissen

VIII.2.1 Finale verbintenissen na markttest

63. Het College stelt vast dat de aanmeldende partij op 24 maart 2016 de laatste versie van haar verbintenissen heeft ingediend. Dit herwerkte voorstel is het resultaat van de gevoerde besprekingen

tussen het College, de aanmeldende partij en het auditoraat, en van de ontvangen reacties op de door het auditoraat georganiseerde markttest. Ook hier stelt het College vast dat er tussen de betrokken partijen vaak fundamentele meningsverschillen bestonden over de volledigheid en effectiviteit van de aangeboden verbintenissen. Het College stelt vast dat de finale verbintenissen van 24 maart 2016, zoals aangepast aan een aantal bezwaren geformuleerd door het auditoraat ondermeer naar aanleiding van de markttest, voldoende zijn en beantwoorden aan de meeste fundamentele bezwaren rekening houdend met de relevante huidige concurrentiedruk in de betrokken markten.

64. De finale verbintenissen bevatten structurele verbintenissen en gedragsverbintenissen. De structurele verbintenissen betreffen het afstoten door de aanmeldende partijen van de bioscoopcomplexen in Mechelen en in Aarschot. De gedragsverbintenissen betreffen de bioscoopcomplexen in Turnhout en in Lommel.

65. Inzake de nationale markt voor de distributie van films voor vertoning van films in de bioscoop en reclame is het College van oordeel dat de aangeboden afstoting van de vestigingen in Mechelen en Aarschot volstaan om de ernstige twijfels over de toelaatbaarheid van de concentratie weg te nemen. Door het afstoten van de vestigingen in Mechelen en Aarschot wordt de omvang van de aangemelde transactie met ongeveer 60% verminderd, zowel op vlak van zalen, zetels en bezoekers. Het College is van oordeel dat een dergelijke vermindering op zich voldoende is om de mogelijke negatieve effecten – zoals beschreven door het auditoraat - op te vangen ten aanzien van de consument (vermindering diversiteit van het filmaanbod), de concurrenten (schaalvoordelen, onderhandelingspositie t.a.v. leveranciers waaronder filmdistributeurs) en ten aanzien van filmdistributeurs.

66. Ten aanzien van de nationale en lokale markten voor de vertoning van films in de bioscoop, heeft het College kennis genomen van de aangeboden verbintenissen. Zij is van oordeel dat het hierdoor niet noodzakelijk is om uitspraak te doen over de exacte geografische afbakening van de lokale markten noch over de vraag of de aanmeldende partij nog steeds beschikt over een machtspositie zoals vastgesteld door de Raad in 2008 en door het Brussels Hof van Beroep in 2007 en 2010. Het College stelt echter vast dat de reistijd van doorslaggevend belang is bij het bioscoopbezoek en dat de beoordeling van de concurrentiedruk tussen bioscoopcomplexen hoofdzakelijk met dit criterium rekening moet houden.

67. Het College heeft kennis genomen van de door aangemelde partij uitgevoerde UPP studie. [VERTROUWELIJK] Verder neemt het College kennis van de opmerkingen van het auditoraat op de UPP studie en stelt vast dat er tussen het auditoraat en de aanmeldende partij meningsverschillen bestaan over de parameters van de uitgevoerde UPP analyse. Na hierover ter zitting het advies te hebben ingewonnen van de directeur economische studies, is het College van oordeel dat de UPP analyse op zich een valabel instrument is om de effecten van de aangemelde operatie te meten. Het College heeft de UPP studie in deze zaak dan ook in haar beoordeling in overweging genomen, in aanvulling op de bestudering van de marktaandelen pre en post transactie.

VIII.2.2 Structurele verbintenissen

68. Ondanks meningsverschillen over de parameters van de UPP studie komen de aanmeldende partij en het auditoraat tot de gezamenlijke conclusie dat de diversion ratio's het hoogst liggen in de verzorgingsgebieden Mechelen en Aarschot. Het College stelt dan ook vast dat de daadwerkelijke mededinging tussen de betrokken concurrenten zich hoofdzakelijk afspeelt in de verzorgingsgebieden Mechelen en Aarschot. Het onvoorwaardelijk goedkeuren van de aangemelde operatie zou wel

degelijk de significante concurrentiedruk verminderen die de Utopolis vestigingen van Mechelen en Aarschot uitoefenen op de bestaande nabijgelegen Kinopolisvestigingen. Het College oordeelt dat de aangeboden volledige en definitieve afstoting van de vestigingen in Mechelen en Aarschot als structurele maatregel volstaat om tegemoet te komen aan de mededingingsbezwaren ten aanzien van consumenten (prijsverhogingen, verminderde diversiteit, sluiting bepaalde vestigingen) en concurrenten (toetredings- en groeibelemmeringen, schaalvoordelen). Het College is ervan overtuigd dat de te desinvesteren vestigingen voldoende significant en aantrekkelijk zijn om een nieuwe levensvatbare speler toe te laten om tot de markt toe te treden of een bestaande speler toe te laten zijn concurrentiepositie op de markt te versterken.

69. Het College neemt kennis van de bezwaren geformuleerd door het auditoraat en door sommige van de door de markttest bevroegde partijen omtrent de modaliteiten van het afstotingsproces. Het College merkt op dat de aangeboden afstotingsmodaliteiten weliswaar niet allemaal volledig in lijn liggen met het Europese voorbeeld, dat bedoeld is voor grotere verkoopprocessen op een Europese schaal, maar dat zij wel degelijk proportioneel zijn en voldoende waarborgen bieden voor een open en fair verkoopproces binnen een redelijke periode, rekening houdend met de beperkte omvang van de betrokken desinvesteringen op lokaal niveau.

70. In deze context, heeft het College ondermeer de volgende waarborgen bedoeld in de aangeboden afstotingsmodaliteiten in rekening genomen:

- a. het gelijkheidsprincipe tussen kandidaatkopers wordt uitdrukkelijk bevestigd en gewaarborgd door concrete modaliteiten (bijvoorbeeld: toegang tot dezelfde informatie; monitoring door de Trustee, ...), zodat elke kandidaat-koper gelijkaardige kansen krijgt;
- b. elke kandidaat-koper heeft de kans om – in het licht van diens bedrijfsstrategie en financiële draagkracht – een aanbod in te dienen om de twee bioscoopcomplexen in Mechelen en Aarschot te kopen, zowel het vastgoed als de exploitatie, of één van de twee complexen met of zonder het vastgoed of de exploitatie (met dien verstande dat het vastgoed in geen geval in handen kan blijven van Kinopolis); de objectiviteit van de selectie van de koper(s) wordt gegarandeerd door het inschrijven van een expliciete voorkeur voor gezamenlijke verkoop (wat geacht wordt in het belang te zijn van een daadwerkelijke en effectieve mededinging) en de verduidelijking van de voorwaarden waaronder daarvan kan worden afgeweken;
- c. de koper – weze het een bioscoopuitbater of professionele investeerder – mag geen rechtstreekse of onrechtstreekse banden hebben met Kinopolis en moet de bioscoopcomplexen verwerven met het oog op het verder zetten van de exploitatie van de desbetreffende bioscopen; deze modaliteit garandeert het behoud van de bestaande concurrentiedruk tussen de aanmeldende partij en de koper;
- d. de aanmeldende partij zal gedurende 10 jaar na de overdracht de bioscoopcomplexen in Mechelen en in Aarschot niet opnieuw verwerven;
- e. de rol van de monitoring- en verkoop Trustee wordt verduidelijkt;
- f. de verkoopovereenkomst wordt voorafgaand (vóór het ondertekenen) door de aanmeldende partij ter goedkeuring (en niet louter ter informatie) zowel aan de Trustee en aan het Auditoraat bezorgt. Deze modaliteit is bedoeld om, voorafgaand,

te controleren dat de voorgelegde ontwerpovereenkomst(en) in overeenstemming is (zijn) met de door de verbintenissen opgelegde voorwaarden.

VIII.2.3 Gedragsverbintenissen

71. Het College stelt vast dat de opgeworpen mededingingsbezwaren lichter zijn in de verzorgingsgebieden van Turnhout en Lommel. Ook uit de UPP-analyse blijkt dat de opwaartse prijsdruk ten gevolge van de transactie kleiner is voor de complexen in Turnhout en Lommel (onder de 5%) dan voor de complexen in Mechelen en Aarschot (boven de [VERTROUWELIJK]%). Het College is van oordeel dat de aangeboden gedragsverbintenissen volstaan voor deze vestigingen om de ernstige twijfels voor de daadwerkelijke mededinging op de betrokken lokale markten weg te nemen.

72. Zo zal de aanmeldende partij het bestaande vouchersysteem in de Utopolis-vestigingen van Turnhout en Lommel gedurende drie jaar verder zetten zodat de concurrenten die momenteel in dit samenwerkingsverband betrokken zijn een alternatief voor het Kinopolis-vouchersysteem kunnen blijven bieden met een voldoende netwerkdictheid, wat ook van belang is voor het behoud van voldoende concurrentie op de professionele (B2B) markt.

73. Daarenboven biedt de verbintenis van niet-sluiting gedurende drie jaar voldoende zekerheid tot een voorgezette exploitatie, zodat de vrees van sluiting van enkele of alle Utopolis-complexen weggenomen wordt en het aanbod voor de consument niet verschaalt.

74. Wat de verwachte prijsstijgingen in de Utopolis-bioscopen betreft, houdt het College rekening met de volgende elementen:

- a. [VERTROUWELIJK];
- b. een zekere impact van alternatieve vormen van filmbeleving (DVD's, verkoop en verhuur van films via het internet, video-on-demand...) op de prijszetting van bioscopen valt niet uit te sluiten en wordt ook door andere marktpartijen dan Kinopolis erkent; dit impliceert evenwel geenszins dat het College van mening is dat dergelijke "zijdelingse druk" die zou uitgaan van alternatieve vormen van filmbeleving van die aard is dat de productmarktdefiniëring gewijzigd zou moeten worden of dat er post-transactie geen sprake zou zijn van een significante belemmering van de mededinging;
- c. het Auditoraat en de directeur economische studies hebben tijdens de zitting ernstige twijfels geuit bij de effectiviteit van een daadwerkelijke prijsblokkering zonder de nodige investeringen;
- d. eventuele abusieve prijsverhogingen kunnen in voorkomend geval onder het gemene mededingingsrecht onderzocht worden, ambtshalve door de BMA of op klacht van een belanghebbende.

75. Het College is daarom van mening dat de voorgelegde verbintenis ten aanzien van het prijsbeleid afdoende is, ook al houdt zij geen expliciet verbod op onredelijke prijsverhogingen of een strikte prijscontrole in; enkel een verbintenis door Kinopolis om haar gangbare systeem inzake monitoring van tevredenheidsgraad van de klant inzake prijs/kwaliteitsverhouding ook te hanteren in de vestigingen in Turnhout en Lommel, en daarover jaarlijks een verklaring af te leggen bij het Auditoraat.

OM DEZE REDENEN

Beslist het Mededingingscollege bij toepassing van artikel IV.61, § 2, WER:

1. Dat de operatie betreffende Kinopolis Group NV en Utopolis (Utopia NV), valt binnen het toepassingsgebied van Boek IV van het Wetboek van Economisch recht als gevolg van de voorwaarde opgelegd door de Raad voor de Mededinging bij beslissing van 17 november 1997, zoals gewijzigd bij beslissing van 1 oktober 2008 en het arrest van het Hof van Beroep van 11 maart 2010;
2. Dat deze concentratie toelaatbaar is onder de voorwaarde dat de aanmeldende partij de verbintenissen nakomt die zij op 24 maart 2016 heeft aangeboden en die in bijlage zijn opgenomen bij deze beslissing (de Verbintenissen). De bijlage maakt integraal deel uit van de beslissing.

Aldus beslist op 25 maart 2016 door het Mededingingscollege samengesteld uit David Szafran, voorzitter van het Mededingingscollege, Peggy Valcke en Gerben Pauwels, assessoren van de Belgische Mededingingsautoriteit.

Voor het Mededingingscollege,

David Szafran

voorzitter

Bijlage : Zaak MEDE-I/O-015/0030 Kinopolis Group NV/Utopolis. Verbintenissen aangeboden aan de Belgische Mededingingsautoriteit. 24 maart 2016.

BIJLAGE

Zaak MEDE-I/O-015/0030 Kinopolis Group NV/Utopolis
Verbintenissen aangeboden aan de Belgische Mededingingsautoriteit
24 maart 2016

**Zaak MEDE-I/O-015/0030 Kinopolis Group NV/Utopolis
Structurele verbintenissen aangeboden aan de Belgische Mededingingsautoriteit**

Overeenkomstig artikel IV.62 § 6 van het Wetboek van Economisch recht (“WER”), biedt Kinopolis Group NV (“Kinopolis”) hierbij de volgende verbintenissen aan (de “Verbintenissen”) aan de Belgische Mededingingsautoriteit (de “BMA”).

Deze Verbintenissen strekken ertoe om goedkeuring te bekomen overeenkomstig artikel IV. 9, §1 WER (de “Beslissing”) met betrekking tot de overname van de vier Belgische bioscoopcomplexen van Utopia NV (de “Transactie”), zoals op 12 oktober 2015 aangemeld.

Deze Verbintenissen vervangen eerder neergelegde Verbintenissen in het kader van deze procedure.

(A) Definities

(1) In het kader van de Verbintenissen worden onderstaande termen als volgt gedefinieerd:

Activa: de activa die eigendom zijn van of gecontroleerd worden door Kinopolis en bijdragen tot de huidige bedrijfsvoering van de Desinvesteringen zoals aangegeven in Deel B, punt (6) (a), (b), (c) en (d) of, al naargelang het geval, punt (8) en nader gedefinieerd in Bijlage A.

Belangenconflict: elk belangenconflict dat afbreuk doet aan de objectiviteit en onafhankelijkheid van de Trustee bij de uitvoering van zijn taken en verplichtingen die krachtens de Verbintenissen op hem rusten.

Beslissing: de beslissing van het Mededingingscollege waarbij de overname door Kinopolis van de vier Utopolis-bioscopen wordt goedgekeurd onder voorwaarden of met verplichtingen die waarborgen dat Kinopolis de voorgestelde Verbintenissen naleeft.

Bijlage A: de Bijlage bij deze Verbintenissen waarin de Desinvesteringen nader beschreven worden.

Datum van Inwerkingtreding: de datum waarop de Beslissing wordt genomen.

Datum van Totstandkoming: de datum waarop de overname van de vier Utopolis-bioscopen tot stand wordt gebracht.

Desinvesteringen: het bedrijfsonderdeel of –onderdelen zoals gedefinieerd in Deel B en in Bijlage A die het onderwerp zijn van deze Verbintenissen.

Desinvesteringsperiode: [VERTROUWELIJK]

Hold-Separate Manager: de persoon benoemd door Kinopolis voor het dagdagelijks bestuur van de Desinvesteringen onder toezicht van de Trustee.

Kernpersoneel: al het Personeel, vermeld in Bijlage B, dat noodzakelijk is voor het behoud van de levensvatbaarheid en het concurrentievermogen van de Desinvesteringen, inclusief de hold-separate manager.

Kinopolis: Kinopolis Group NV gevestigd in de Eeuwfeestlaan 20, 1020 Brussel, België met ondernemingsnummer 415.928.179, of één van haar dochterondernemingen, de partij die de Desinvesteringen afstoot.

Koper: de entiteit(en) (natuurlijke of rechtspersoon) die de overnemer is van de Desinvestering(en) in overeenstemming met de criteria beschreven in Deel D.

Koperscriteria: de criteria beschreven in punt (20) van deze Verbintenissen en waaraan de Koper moet voldoen.

Overdracht: de overdracht van de eigendom van of de controle over de Desinvestering(en) aan de Koper.

Personeel: al het personeel vermeld in Bijlage B dat op heden in dienst is bij de bioscopen die deel uitmaken van de Desinvesteringen opgenomen in Bijlage A.

Trustee: één of meerdere natuurlijke persoon/personen of rechtspersoon/rechtspersonen die door het Auditoraat goedgekeurd zijn en benoemd door Kinopolis, en die de functie heeft/hebben om toezicht te houden op naleving door Kinopolis van de voorwaarden en verplichtingen opgelegd door de Beslissing.

Verbonden Ondernemingen: ondernemingen die door Kinopolis worden gecontroleerd, waarbij het concept controle of zeggenschap geïnterpreteerd moet worden overeenkomstig artikel IV.6 WER.

Vertrouwelijke Informatie: alle bedrijfsgeheimen, know how, commerciële informatie, of alle andere informatie van een vertrouwelijke aard die niet openbaar is.

(B) De verbintenis tot afstoting en de Desinvesteringen

Verbintenis tot afstoting

- (2) Om de daadwerkelijke en effectieve mededinging te waarborgen, verbindt Kinopolis zich ertoe om de Desinvesteringen af te stoten of de afstoting van de Desinvesteringen te bewerkstelligen, [VERTROUWELIJK], als een zelfstandig functionerend bedrijfs onderdeel (al of niet onder de vorm van een afzonderlijke vennootschap) of als een combinatie van een vastgoedtransactie en een zelfstandig functionerend handelsfonds aan één of meerdere Koper of Kopers. [VERTROUWELIJK].
- (3) Kinopolis verbindt zich ertoe om met het oog op de tenuitvoerlegging van de Desinvesteringen, een Koper te vinden en een definitieve bindende koop-/verkoopovereenkomst aan te gaan voor de verkoop van de Desinvesteringen binnen de Desinvesteringperiode. Kinopolis wordt geacht aan deze Verbintenissen te hebben voldaan als aan het einde van de Desinvesteringperiode, Kinopolis, een definitieve bindende koop-/verkoopovereenkomst is aangegaan in overeenstemming met deze Verbintenissen.

Structuur en definitie van de Desinvesteringen

- (4) De Desinvesteringen betreffen twee bioscopen, de Utopolis-bioscoop te Mechelen en de Utopolis-bioscoop te Aarschot zoals vermeld en omschreven in Bijlage A.
- (5) De Desinvesteringen kunnen als dusdanig verkocht worden aan één of meer Kopers. Kinopolis heeft echter ook het recht om de zakelijke rechten die rusten op het vastgoed waarin de bioscoop wordt geëxploiteerd en aan de bioscoop verbonden handelsfonds afzonderlijk te verkopen aan één of meerdere Kopers. Deze verkoopmodaliteiten gelden voor elk van de twee vermelde bioscopen. Kinopolis zal in eerste orde het hoogste bod van die Kandidaat-Koper weerhouden die het geheel van de Desinvesteringen (zoals gedefinieerd onder punt (4)) wenst over te nemen op voorwaarde dat dit bod minstens gelijk is aan de som van de biedingen per bioscoop, al of niet opgesplitst in een bod voor het handelsfonds en een bod voor de zakelijke rechten.

Afstoting van de Desinvestering in haar geheel

- (6) Indien de Desinvestering(en) in hun/haar geheel of per bioscoop verkocht worden, behoren tot de Desinvestering(en) het Personeel en alle Activa die eigendom zijn van of gecontroleerd worden door Kinopolis en bijdragen aan de huidige bedrijfsvoering of noodzakelijk zijn om de levensvatbaarheid en het concurrentievermogen van de Desinvestering(en) te waarborgen, met name:
- (a) alle bestaande relevante materiële en immateriële Activa die nodig zijn voor het beheren van de Desinvestering(en) voor zover deze overdraagbaar zijn;
 - (b) alle bestaande licenties, vergunningen en goedkeuringen uitgevaardigd door een overheidsinstantie ten behoeve van de Desinvestering(en), voor zover deze overdraagbaar zijn;
 - (c) alle operationele contracten, leaseovereenkomsten en verbintenissen van de Desinvesteringen, voor zover deze overdraagbaar zijn;
 - (d) het Personeel (Bijlage B).

Afstoting van de Desinvestering(en) via opsplitsing vastgoed/handelsfonds

- (7) Indien de zakelijke rechten die rusten op het vastgoed van de Desinvestering(en) en het handelsfonds van de Desinvestering(en) afzonderlijk worden verkocht, dan zal Kinopolis voor één of beide van de Desinvesteringen een opsplitsing maken tussen enerzijds de zakelijke rechten die worden overgedragen aan één Koper en de resterende relevante Activa zoals in punt 6 (a)(b)(c)(d) hierboven opgesomd die overgedragen worden aan een andere Koper en die noodzakelijk zijn voor levensvatbaarheid en het concurrentievermogen van het overgedragen handelsfonds dat deel uitmaakt van de Desinvestering(en). In Bijlage A wordt een overzicht gegeven van de Activa die zouden behoren bij een verkoop van het handelsfonds van de Desinvesteringen.
- (8) Indien de zakelijke rechten die rusten op het vastgoed van de Desinvesteringen en het handelsfonds van de Desinvesteringen afzonderlijk worden verkocht, dan zullen de koper van de zakelijke rechten en de koper van het handelsfonds een huurovereenkomst sluiten op grond waarvan de koper van het handelsfonds het pand waarin de bioscoop wordt uitgebaat, zal huren voor een duur van 9 jaar. Kinopolis kan ook een huurovereenkomst sluiten met de Koper van de zakelijke rechten. De huurovereenkomst wordt dan binnen de Desinvesteringperiode overgedragen aan de koper van het handelsfonds, met de instemming van de Koper van de zakelijke rechten.
- (9) [VERTROUWELIJK].

(C) Gerelateerde verbintenissen**Going Concern**

- (10) Vanaf de datum van de Beslissing van het Mededingingscollege en totdat de afstoting van de Desinvesteringen heeft plaatsgevonden, verbindt Kinopolis zich ertoe om te bewerkstelligen dat de Desinvesteringen in stand worden gehouden, in lijn met de gebruikelijke bedrijfsvoering.

Apart houden van de Desinvesteringen

- (11) Totdat de afstoting van de Desinvesteringen heeft plaatsgevonden, verbindt Kinopolis zich ertoe om de Desinvesteringen gescheiden te houden van haar behouden activiteiten, en ervoor zorg te dragen dat het management van Kinopolis geen betrokkenheid heeft bij de bedrijfsvoering van de Desinvesteringen alsook dat het Kernpersoneel en Personeel van de Desinvesteringen niet betrokken zijn bij haar behouden activiteiten en niet rapporteren aan iemand buiten de Desinvesteringen.
- (12) Tot de Overdracht zal Kinopolis de Trustee bijstaan om ervoor te zorgen dat de Desinvesteringen als afzonderlijke en verkoopbare activiteiten worden beheerd. Kinopolis zal onmiddellijk nadat de Beslissing is genomen een Hold-Separate Manager benoemen. Deze wordt belast met het beheer van de Desinvesteringen en doet dit in het eigen belang van de Desinvesteringen om te verzekeren dat hun economische levensvatbaarheid, verkoopbaarheid en concurrentievermogen behouden blijft en dat zij hun onafhankelijkheid ten opzichte van de behouden activiteiten van Kinopolis behouden.
- (13) De Trustee kan de Hold-Separate Manager van zijn opdracht ontheffen indien deze niet handelt in overeenstemming met de Verbintenissen of de tijdige en correcte tenuitvoerlegging daarvan in het gedrang brengt. Een nieuw aangestelde Hold-Separate Manager dient goedgekeurd te worden door de Trustee.

Afscherming van informatie

- (14) Kinopolis verbindt zich er ook toe alle nodige maatregelen te nemen om ervoor te zorgen dat Kinopolis geen bedrijfsgevoelige of vertrouwelijke informatie in handen kan krijgen m.b.t. de Desinvesteringen na de Datum van de Inwerkingtreding met uitzondering van de informatie die noodzakelijk is voor de naleving door Kinopolis van de toepasselijke boekhoudkundige en vennootschapsrechtelijke verplichtingen en de informatie die nodig is voor de organisatie van de afstoting van de Desinvestering. Vertrouwelijke documenten of gegevens van de Desinvesteringen die Kinopolis heeft verkregen voordat de Beslissing werd genomen, zullen door Kinopolis niet gebruikt en vernietigd worden in de mate dat deze documenten of gegevens niet noodzakelijk zijn tot het naleven van de toepasselijke boekhoudkundige en vennootschapsrechtelijke verplichtingen of deel uitmaken van de contractuele documentatie betreffende de Transactie of nodig zijn voor de organisatie van de afstoting van de Desinvestering.
- (15) Een vooraf aangeduide vertegenwoordiger van Kinopolis heeft echter het recht om op zijn of haar verzoek, binnen een termijn van 10 dagen na het einde van elke maand, toegang te krijgen tot de bedrijfsresultaten van de Desinvesteringen, zodat Kinopolis zich ervan kan vergewissen dat de bioscopen tijdens de Desinvesteringperiode een gezond financieel en commercieel beleid voeren. De vertegenwoordiger van Kinopolis is gebonden door een vertrouwelijkheidsplicht en kan, tijdens deze periode, niet bij de opstelling en de uitvoering van het commerciële en strategische beleid van Kinopolis betrokken zijn.

Verbod op afwerving

- (16) Kinopolis verbindt zich ertoe geen Personeel af te werven gedurende een periode van 24 maanden wat betreft Kernpersoneel en 12 maanden voor Personeel na de Overdracht.

Due diligence

- (17) Om kandidaat-kopers in staat te stellen een redelijke due diligence van de Desinvesteringen uit te voeren, moet Kinopolis en/of de Hold Separate manager rekening houdend met de gebruikelijke vertrouwelijkheidsgaranties en afhankelijk van de fase van het afstotingsproces:
- (a) kandidaat-kopers voldoende informatie geven over de Desinvesteringen;
 - (b) kandidaat-kopers voldoende informatie geven over het Personeel en hen redelijke toegang geven tot het Kernpersoneel.

Rapporteren

- (18) Kinopolis zal aan de Trustee een lijst van alle kandidaat-kopers indienen die belangstelling hebben getoond voor het verkrijgen van de Desinvestering(en), alsook een kopie van alle aanbiedingen die door kandidaat-kopers aan Kinopolis werden overgemaakt, en dit binnen vijf dagen na ontvangst van deze aanbiedingen.

(D) De Koper

- (19) Kinopolis verbindt zich ertoe om commercieel redelijke inspanningen te leveren om voor het einde van de Desinvesteringperiode een definitieve en bindende koop-/verkoopovereenkomst te sluiten met betrekking tot beide Desinvesteringen, waarbij zoals beschreven in punt (5) vastgoed en handelsfonds telkens afzonderlijk kunnen worden verkocht, met één of meerdere Kopers.
- (20) De Koper moet aan de volgende criteria voldoen:
- (a) de Koper mag geen met Kinopolis Verbonden Onderneming zijn noch een rechtstreeks of onrechtstreeks controlerend aandeelhouder van Kinopolis;
 - (b) De Koper moet de Desinvestering verwerven met het oog op het verder zetten van de exploitatie van de desbetreffende bioscopen;
 - (c) de Koper, indien deze de Desinvestering(en) in haar/hun geheel koopt of enkel het/de handelsfonds(en), moet beschikken over de nodige financiële middelen en een aanwijsbare expertise in de bioscoop- en of filmsector of een professionele financiële investeerder zijn.
- (21) Kinopolis zal voor het ondertekenen van de definitieve overeenkomsten(en) een kopie van deze overeenkomst(en) ter goedkeuring aan de Trustee en het Auditoraat bezorgen. Het Auditoraat verstrekt binnen een termijn van 12 werkdagen zijn goedkeuring als wordt vastgesteld dat de voorgelegde ontwerpovereenkomst(en) in overeenstemming is (zijn) met de door de Verbintenissen opgelegde voorwaarden.
- (22) Kinopolis zal gedurende 10 jaar na de Overdracht de Desinvesteringen niet opnieuw verwerven.

(E) Trustee**I. Benoemingsprocedure**

- (23) Kinopolis moet een Trustee benoemen voor de uitvoering van de opdrachten die in deze Verbintenissen voor een Trustee worden gespecificeerd. Kinopolis verbindt zich ertoe de concentratie pas te implementeren nadat een Trustee is benoemd.
- (24) De Trustee moet:
- (a) op het moment van benoeming, onafhankelijk zijn van Kinopolis en hun Verbonden Ondernemingen;
 - (b) beschikken over de noodzakelijke kwalificaties voor het uitvoeren van zijn opdracht, bijvoorbeeld voldoende ervaring hebben als een financieel of juridisch adviseur of als bedrijfsrevisor; en
 - (c) geen Belangenconflict hebben of krijgen.
- (25) De Trustee zal een vergoeding krijgen die door Kinopolis betaald wordt, op een manier die de onafhankelijk en effectieve uitvoering van zijn opdracht niet belemmert.

Voorstel door Kinopolis

- (26) Uiterlijk twee weken na de Datum van Inwerkingtreding moet Kinopolis de naam of namen van één of meerdere natuurlijke personen of rechtspersonen die Kinopolis voor benoeming als de Trustee voorstelt, ter goedkeuring bij het Auditoraat indienen. Het voorstel moet voldoende informatie bevatten zodat het Auditoraat in staat is om te controleren of de als Trustee voorgestelde persoon of personen voldoen aan de eisen zoals uiteengezet in punt (24) van deze Verbintenissen. Het voorstel zal de volgende informatie verschaffen:
- (a) De beschrijving van de opdracht van de Trustee en meer bepaald zijn taken en alle bepalingen die nodig zijn om hem in staat te stellen zijn taken in het kader van deze Verbintenissen te vervullen;
 - (b) De omschrijving van de manier waarop de Trustee van plan is te werk te gaan.

Goedkeuring of afwijzing door het Auditoraat

- (27) Het Auditoraat heeft de bevoegdheid om binnen de 12 werkdagen de voorgestelde Trustee goed te keuren of af te wijzen en de voorgestelde opdracht goed te keuren met inachtneming van wijzigingen die het Auditoraat noodzakelijk acht voor de nakoming door de Trustee van zijn verplichtingen. Als slechts één naam is goedgekeurd, moet Kinopolis de betreffende persoon of personen als Trustee benoemen of ervoor zorgen dat deze wordt/worden benoemd, in overeenstemming met de door het Auditoraat goed te keuren opdracht. Als meer dan één naam is goedgekeurd, kan Kinopolis de te benoemen Trustee kiezen uit de goedgekeurde namen. De Trustee moet binnen één week na goedkeuring door het Auditoraat worden benoemd, in overeenstemming met de door het Auditoraat goedgekeurde opdracht.
- (28) Bij gebreke aan een beslissing binnen de voormelde termijn, wordt de goedkeuring geacht verkregen te zijn.

Nieuw voorstel door Kinopolis

- (29) Als de voorgestelde Trustees worden afgewezen, moet Kinopolis binnen één week na ontvangst van de afwijzing, de namen van ten minste twee natuurlijke personen of rechtspersonen indienen, in overeenstemming met punten (23) en (27) van deze Verbintenissen.

II. Functies van de Trustee

- (30) De Trustee moet zijn gespecificeerde opdracht en verplichtingen aannemen om de naleving van de Verbintenissen te garanderen.

Rol van de Trustee

- (31) De Trustee moet:
- (a) in zijn eerste rapport aan het Auditoraat een gedetailleerd werkschema voorstellen, dat beschrijft hoe hij van plan is toezicht te houden op de naleving van de verplichtingen en voorwaarden van de Beslissing;
 - (b) toezicht houden, in nauwe samenwerking met de Hold-Separate Manager, op de lopende bedrijfsvoering van de Desinvesteringen om de voortdurende economische levensvatbaarheid, de verkoopbaarheid en het concurrentievermogen ervan te garanderen en toezicht te houden op de naleving door Kinopolis van de voorwaarden en verplichtingen opgelegd in de Beslissing. Hiervoor zal de Trustee: (a) toezicht houden op het behoud van de economische levensvatbaarheid, de verkoopbaarheid en concurrentievermogen van de Desinvesteringen alsook op het apart houden van de Desinvesteringen van de behouden activiteiten van Kinopolis; (b) toezicht houden op het beheer van de Desinvesteringen als afzonderlijke en verkoopbare activiteiten; en (c) alle noodzakelijke maatregelen bepalen m.b.t. het beschermen van Vertrouwelijke Informatie zoals bepaald in punt (14);
 - (c) aan Kinopolis alle maatregelen voorstellen die de Trustee nodig acht om de naleving van de voorwaarden en verplichtingen van de Beslissing door Kinopolis te garanderen, met name het behoud van de volledige economische levensvatbaarheid, de verkoopbaarheid en het concurrentievermogen van de Desinvestering(en) en de niet-openbaarmaking van concurrentiële gevoelige informatie;
 - (d) de voortgang van het afstotingsproces controleren en beoordelen en zich ervan vergewissen dat, afhankelijk van de fase van de afstotingsprocedure:
 - elke kandidaat-koper die aan de Verkoopvoorwaarden voldoet de kans krijgt in het kader van het normale verloop van het verkoopproces, een bod in te dienen;
 - kandidaat-kopers dezelfde, voldoende en juiste informatie ontvangen over de Desinvestering(en) en over het Personeel, met name en voor zover beschikbaar, door het controleren, van de (virtual) data room documentatie, de informatiebrochure (information memorandum) en de due diligence;
 - kandidaat-kopers redelijkerwijs toegang krijgen tot het Kernpersoneel;
 - (e) als contactpersoon optreden voor alle verzoeken van derden, met name kandidaat-kopers, ten aanzien van de Verbintenissen;

- (f) binnen 15 dagen na het eind van elke maand, een schriftelijk rapport bij het Auditoraat indienen, en tegelijkertijd een niet-vertrouwelijke kopie naar Kinopolis sturen, waarin de bedrijfsvoering van de Desinvesteringen wordt beschreven. Het rapport bevat ook een beschrijving van de voortgang van de afstotingsprocedure en de daarbij betrokken kandidaat-kopers;
- (g) rechtstreeks schriftelijk rapporteren aan het Auditoraat, en tegelijkertijd een niet-vertrouwelijke kopie aan Kinopolis sturen, indien de Trustee redelijke gronden aangeeft en concludeert dat Kinopolis niet voldoet aan deze Verbintenissen;
- (h) de andere, aan de Trustee toegewezen taken uitvoeren volgens de voorwaarden en verplichtingen van de Beslissing.

Verkooptrustee

- (32) [VERTROUWELIJK]

III. Taken en verplichtingen van Kinopolis

- (33) Kinopolis biedt de Trustee alle samenwerking, ondersteuning en informatie aan die de Trustee redelijkerwijs nodig heeft om zijn taken uit te voeren. Kinopolis draagt er tevens zorg voor dat haar adviseurs deze samenwerking, ondersteuning en informatie eveneens aan de Trustee aanbieden.
- (34) Kinopolis geeft de Trustee alle management- en administratieve ondersteuning die de Trustee redelijkerwijs verzoekt. Kinopolis verbindt zich ertoe om op verzoek de Trustee de informatie te verstrekken die aan kandidaat-kopers verstrekt wordt. Kinopolis draagt er zorg voor dat haar adviseurs deze informatie eveneens aan de Trustee verschaffen indien de Trustee dergelijke informatie verzoekt. In het bijzonder zal de Trustee toegang krijgen tot de documenten in de (virtual) data room en alle andere informatie die tijdens de due diligence procedure aan kandidaat-kopers verstrekt wordt. Kinopolis zal daarnaast de Trustee (i) informeren over kandidaat-kopers, (ii) lijsten overhandigen van kandidaat-kopers tijdens elk stadium van het selectieproces, inclusief de aanbiedingen die tijdens ieder stadium door de kandidaat-kopers gedaan worden, en (iii) op de hoogte houden van alle ontwikkelingen in de afstotingsprocedure.
- (35) Kinopolis vrijwaart de Trustee van aansprakelijkheden die voortvloeien uit de uitvoering van de opdrachten van de Trustee volgens de Verbintenissen, behalve voor zover dergelijke aansprakelijkheden veroorzaakt zijn door de opzettelijke niet-nakoming, roekeloosheid, grove nalatigheid of kwade trouw van de Trustee, diens medewerkers, tussenpersonen of adviseurs. Kinopolis gaat hierbij tevens akkoord dat een gevrijwaarde partij geen aansprakelijkheid heeft ten opzichte van Kinopolis voor deze aansprakelijkheden.

- (36) Kinopolis gaat ermee akkoord dat de contactgegevens van de Trustee gepubliceerd worden op de website van de BMA en dat zij geïnteresseerde derden, met name kandidaat-kopers, zal informeren over de identiteit en de opdracht van de Trustee.

I. Vervanging, ontheffing en herbenoeming van de Trustee

- (37) In het geval dat de Trustee het vervullen van zijn opdracht overeenkomstig de Verbintenissen beëindigt of in het geval van elke andere goede reden, inclusief de blootstelling van de Trustee aan een Belangenconflict:
- (a) kan het Auditoraat, na de Trustee en Kinopolis te hebben gehoord, eisen dat Kinopolis de Trustee vervangt; of
 - (b) kan Kinopolis, met de voorafgaande goedkeuring van het Auditoraat, de Trustee vervangen.
- (38) Als de ontheffing van Trustee verklaard wordt overeenkomstig punt (37) van deze Verbintenissen, is de Trustee verplicht zijn opdracht voort te zetten totdat een nieuwe Trustee aan wie de Trustee alle relevante informatie heeft overhandigd, benoemd is. De nieuwe Trustee moet worden benoemd in overeenstemming met de procedure die in punten (23) en volgende van deze Verbintenissen wordt uiteengezet.
- (39) Tenzij ontheven overeenkomstig punt (37) van deze Verbintenissen, zal de Trustee enkel niet meer als Trustee optreden nadat het Auditoraat hem van zijn taken heeft ontheven en nadat alle Verbintenissen, die onder toezicht van de Trustee stonden, uitgevoerd zijn. Het Auditoraat mag echter ten allen tijde de herbenoeming van de Trustee eisen als naderhand blijkt dat de relevante Verbintenissen niet volledig en correct geïmplementeerd werden.

(F) Bijkomende verbintenissen

- (40) Kinopolis verbindt er zich toe, wat de Utopolis-bioscopen te Turnhout en Lommel betreft en voorzover zij tijdens de relevante periode deze bioscopen in eigendom heeft en exploiteert, de volgende bijkomende verbintenissen na te leven en hierover één maal per jaar een verklaring in te dienen bij het Auditoraat, voor het eerst één jaar na de Datum van Totstandkoming :
- De vouchers te aanvaarden die door andere bioscopen zijn verkocht in uitvoering van de bestaande samenwerkingsovereenkomsten die de Utopolis-bioscoop te Turnhout en de Utopolis-bioscoop te Lommel met andere bioscopen hebben gesloten en met inachtnaam van de bestaande voorwaarden voor een periode van drie jaar vanaf de Datum van Totstandkoming.
 - De bioscopen niet te sluiten voor een periode van drie jaar vanaf de Datum van Totstandkoming. Kinopolis zal één of beide bioscopen wel kunnen sluiten indien zij de nodige vergunningen om de relevante bioscoop uit te baten of de zakelijke of contractuele rechten over de bioscoop die de uitbating mogelijk maken, verliest of een “force majeure” een exploitatie onmogelijk of een verdere uitbating onrendabel maakt.
 - De tevredenheidsgraad van de bioscoopbezoeker van deze bioscopen inzake het gevoerde prijsbeleid in verhouding tot de kwaliteit van de aangeboden bioscoopervaring te monitoren voor een periode van drie jaar vanaf de Datum van Totstandkoming.

(G) De wijzigingsclausule

- (41) Het Auditoraat kan de in de Verbintenissen voorziene termijnen verlengen op verzoek van Kinopolis of, in voorkomende gevallen, op eigen initiatief. In het geval dat Kinopolis een termijnverlenging aanvraagt, moet ze, uiterlijk één maand vóór afloop van die periode, een met redenen omkleed verzoek bij het Auditoraat indienen, waarbij voldoende redenen tot termijnverlenging worden aangevoerd. Dit verzoek wordt vergezeld van een rapport van de Trustee, die tegelijkertijd een niet-vertrouwelijke kopie van dit rapport naar Kinopolis stuurt. Slechts in buitengewone omstandigheden heeft Kinopolis het recht om een verzoek tot termijnverlenging in te dienen binnen de laatste maand van elke periode.
- (42) Het Auditoraat kan verder, in buitengewone omstandigheden en als reactie op een met redenen omkleed verzoek van Kinopolis, waarin voldoende redenen worden aangegeven, één of meer van de aangegane verbintenissen opheffen, wijzigen of vervangen. Dit verzoek wordt vergezeld van een rapport van de Trustee, die tegelijkertijd een niet-vertrouwelijke kopie naar Kinopolis stuurt. Het verzoek leidt niet tot opschorting van de tenuitvoerlegging van de Verbintenissen en met name niet tot de opschorting van de einddatum van de termijn waarbinnen aan de Verbintenissen voldaan moet worden.

(H) Inwerkingtreding

- (43) De Verbintenissen treden in werking op de datum waarop de Beslissing genomen is.

Voor Kinopolis Group NV,

Dirk Arts

Bijlage A – Desinvesteringen

Bioscoopcomplex	Adres	Aantal zalen	Aantal zetels
Utopolis Aarschot	Demervallei 4 – 3200 Aarschot	5	729
Utopolis Mechelen	Spuibeekstraat 5 -2800 Mechelen	12	2310

[VERTROUWELIJK]

Ook het Kernpersoneel en het Personeel behoren tot de overdracht van het betrokken handelsfonds met het voorbehoud dat de definitieve lijst van het Kernpersoneel zal opgemaakt worden in onderling overleg met Koper en betreffend personeel

Bijlage B – Oplijsting Personeel

[VERTROUWELIJK]

[VERTROUWELIJK]

[VERTROUWELIJK]

[VERTROUWELIJK]

[VERTROUWELIJK]

[VERTROUWELIJK]