



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ

Warszawa, 17 maja 2019 r.

DKK-2.421.45.2018.KS

DECYZJA nr DKK-104/2019

Na podstawie art. 19 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 13 ust. 1 pkt 2 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie, **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie kontroli nad Cinema 3D S.A. z siedzibą w Legnicy **pod warunkiem, że:**

I. w ciągu *[ograniczono prawo wglądu na podstawie art. 19 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji]* od daty wydania decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, wyrażającej zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie kontroli nad Cinema 3D S.A. z siedzibą w Legnicy, Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie w sposób trwały i nieodwracalny wyzbędzie się składników materialnych i niematerialnych wykorzystywanych do prowadzenia kina w galerii handlowej Galeria Morena w Gdańsku przy ulicy Schuberta 102A („**Kino Cinema 3D w Gdańsku**”), w szczególności: (i) praw i obowiązków wynikających z umowy najmu powierzchni przeznaczonej do prowadzenia Kina Cinema 3D w Gdańsku, (ii) praw i obowiązków wynikających z umów leasingu składników majątkowych wykorzystywanych w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, (iii) składników majątkowych będących własnością Cinema 3D wykorzystywanych wyłącznie w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, (iv) umów pracowniczych pracowników, których aktualnym miejscem pracy jest Kino Cinema 3D w Gdańsku, przy czym:

- a. wyzbycie się składników materialnych i niematerialnych nastąpi na rzecz niezależnego inwestora, który:
 - nie będzie należał do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369), której częścią jest Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie ani nie będzie kontrolowany wyłącznie lub wspólnie, bezpośrednio lub pośrednio przez żaden podmiot należący do tej grupy kapitałowej, oraz

- daje gwarancję kontynuowania działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, w tym w szczególności posiada wystarczające zasoby finansowe, praktyczną wiedzę specjalistyczną oraz niezbędne doświadczenie,
- b. nabycie przez niezależnego inwestora ww. składników materialnych i niematerialnych nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do Kina Cinema 3D w Gdańsku,
- c. niezależny inwestor powinien zostać zaakceptowany przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przed nabyciem ww. składników materialnych i niematerialnych. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może odmówić akceptacji – w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat inwestora – jeżeli nabycie przez tego inwestora ww. składników materialnych i niematerialnych doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do Kina Cinema 3D w Gdańsku lub w przypadku, gdy inwestor ten nie daje gwarancji kontynuowania działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku w tym w szczególności nie posiada wystarczających zasobów finansowych, praktycznej wiedzy specjalistycznej oraz niezbędnego doświadczenia w zakresie prowadzenia działalności kinowej bądź niespełniony jest warunek jego niezależności od Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie,
- d. umowa z niezależnym inwestorem będzie zawierała stosowną klauzulę zabezpieczającą nieprzerwane prowadzenie przez inwestora działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku od daty nabycia ww. składników materialnych i niematerialnych przez inwestora do 3 czerwca 2026 r. oraz zobowiązującą inwestora do niezbywania oraz nieobciążania składników materialnych i niematerialnych służących do prowadzenia Kina Cinema 3D w Gdańsku przez inwestora do 3 czerwca 2026 r. lub zbycia Kina Cinema 3D w Gdańsku wyłącznie na rzecz podmiotu prowadzącego nie więcej niż jedno kino wielosalowe na rynku objętym warunkiem. Klauzula powinna w realny sposób, tj. z uwzględnieniem np. postanowień o karze umownej, w wysokości adekwatnej do wysokości przeprowadzanej koncentracji, zabezpieczać praktyczną możliwość jej wyegzekwowania,
- e. klauzula, o której mowa w pkt d powinna zostać zaakceptowana przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przed zawarciem umowy. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może odmówić akceptacji – w terminie 21 dni od przedstawienia mu treści umowy – jeżeli klauzula ta nie będzie spełniać wymogów, o których mowa w pkt d.



II. Na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek przedstawiania informacji o stanie realizacji warunku za każde pełne 3 miesiące od wydania decyzji w terminie 30 dni od upływu każdego z tych terminów oraz o jego realizacji w terminie 30 dni od jego wykonania lub upływu terminu na jego wykonanie.

UZASADNIENIE

W dniu 11 lipca 2018 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) na wniosek Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Multikino”, „Zgłaszający” lub „aktywny uczestnik koncentracji”) wszczął postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Multikino kontroli nad Cinema 3D S.A. z siedzibą w Legnicy (dalej: „Cinema 3D” lub „pasywny uczestnik koncentracji”).

W związku z tym, iż spełnione zostały niezbędne przesłanki, uzasadniające zgłoszenie zamiaru koncentracji, tj.:

- łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył na terenie Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369 - dalej „ustawa o ochronie konkurencji”),
- w sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 14 ustawy o ochronie konkurencji, powodująca odstąpienie od konieczności zgłoszenia zamiaru koncentracji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w przedmiotowej sprawie, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. *Kodeks postępowania administracyjnego* (t.j. Dz. U. z 2018, poz. 2096 ze zm.) Zgłaszający został powiadomiony pismem z 20 lipca 2018 r.

Z uwagi na fakt, iż przedstawione we wniosku informacje i dane, dotyczące wielkości i wartości rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, a w konsekwencji udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów opierały się na szacunkach Zgłaszającego, a także, mając na uwadze konieczność zweryfikowania definicji rynków właściwych w aspekcie produktowym i geograficznym, Prezes Urzędu uznał za konieczne przedłużenie o 4 miesiące terminu zakończenia postępowania antymonopolowego w tej sprawie w celu przeprowadzenia badania rynku (postanowienie nr DKK-69/2018 z 10 sierpnia 2018 r.).

W ramach badania rynku organ antymonopolowy skierował pytania do konkurentów uczestników koncentracji - przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie



wyświetlania filmów w kinach oraz w zakresie reklamy kinowej. Pytania dotyczyły m.in. liczby sal i foteli w obiektach kinowych, wielkości przychodów ze sprzedaży biletów filmowych, liczby widzów w latach 2016-2017 oraz planów dotyczących otwierania i zamykania obiektów kinowych, a także opinii przedsiębiorców na temat rynków właściwych oraz planowanej koncentracji i jej ewentualnych skutków.

Ponadto Prezes Urzędu w ramach prowadzonego badania rynku skierował pytania do podmiotów prowadzących działalność w zakresie wynajmu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych lub przygotowywania inwestycji, polegającej na budowie centrów handlowych, odnośnie do opinii tych przedsiębiorców na temat planowanej koncentracji i jej ewentualnych skutków, w tym jej wpływu na prowadzoną przez te podmioty działalność gospodarczą.

W wyniku przeprowadzonego postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Aktywny uczestnik koncentracji

Multikino - należy do grupy kapitałowej kontrolowanej ostatecznie przez Vue International Holdco Limited, spółkę powołaną zgodnie z prawem wyspy Jersey (dalej: „Grupa Multikino”). Grupa Multikino prowadzi działalność jako operator kinowy na terenie państw Unii Europejskiej, tj. Wielkiej Brytanii, Irlandii, Niemiec, Danii, Holandii, Polski, Włoch, Łotwy i Litwy, a także na Tajwanie.

Z informacji zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego wynika, że Multikino jest operatorem 32 kin wielosalowych w 27 miejscowościach na terenie Polski, tj. w: Bydgoszczy, Czechowicach-Dziedzicach, Elblągu, Gdańsku, Jaworznie, Katowicach, Kielcach, Koszalinie, Krakowie, Łodzi, Lublinie, Olsztynie, Poznaniu, Radomiu, Rumii, Rybniku, Rzeszowie, Słupsku, Sopocie, Szczecinie, Tychach, Warszawie, Włocławku, Wrocławiu, Zabrze i Zgorzelcu.

Multikino kontroluje dwie spółki zależne, osiągające obrót na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej:

- Multikino Media sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - prowadzi działalność w zakresie reklamy kinowej oraz
- Vue Movie Distribution sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - prowadzi działalność w zakresie sprzedaży praw (udzielania licencji) na korzystanie z filmów na rzecz stacji telewizyjnych.

Dodatkowo Multikino posiada dwie spółki zależne za granicą tj. SIA Multikino Latvia (na Łotwie) oraz UAB Multikino Lietuva (na Litwie).



Pasywny uczestnik koncentracji

Cinema 3D - spółka kontrolowana przez Sienna 111 sp. z o.o. z siedzibą w Legnicy, której udziały posiadają dwie osoby fizyczne: Andrzej Bartnicki (90%) oraz Mariola Bartnicka (10%). Cinema 3D jest operatorem 12 kin wielosalowych w 12 miejscowościach na terenie Polski, tj. w Głogowie, Gorzowie Wielkopolskim, Gdańsku, Tarnowie, Świnoujściu, Lesznie, Mielcu, Białej Podlaskiej, Świdnicy, Kaliszu, Kłodzku oraz Warszawie.

Cinema 3D nie prowadzi żadnej innej działalności i nie posiada spółek zależnych.

Opis i przyczyny koncentracji

Planowana koncentracja polega na nabyciu przez Multikino wszystkich akcji Cinema 3D, w wyniku czego Multikino stanie się jedynym akcjonariuszem Cinema 3D, sprawującym wyłączną i bezpośrednią kontrolę nad Cinema 3D.

Celem Zgłaszającego jest nabycie obiektów kinowych na obszarach, na których nie prowadzi działalności lub na których prowadzi ją w niewystarczającym zakresie.

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 9 *ustawy o ochronie konkurencji* przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. A zatem rynek ten wyznaczają zasadniczo dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Stosownie do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2014 r. *w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców* (Dz. U. z 2018 r., poz. 367 – dalej „*rozporządzenie w sprawie koncentracji*”):

- a) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie **horyzontalnym**, jest każdy rynek produktowy, na którym zaangażowani są co najmniej dwaj przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji (rynki wspólne) i gdzie koncentracja prowadzi do uzyskania łącznego udziału w rynku geograficznym w wysokości większej niż 20%,
- b) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie **wertykalnym**, jest każdy rynek właściwy, jeżeli działa na nim co najmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji i jest on równocześnie rynkiem zakupu lub sprzedaży (poprzedni lub następny szczebel obrotu), na którym działa którykolwiek z pozostałych przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji (rynek powiązany wertykalnie), oraz udział przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji na



którymkolwiek z tych rynków przekracza 30%, bez względu na to, czy aktualnie istnieje powiązanie typu dostawca-odbiorca między tymi przedsiębiorcami,

- c) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie **konglomeratowym**, jest każdy rynek produktowy, na którym między uczestnikami koncentracji nie istnieją żadne powiązania horyzontalne i wertykalne, oraz w którym którykolwiek z przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji posiada więcej niż 40% udziału w jakimkolwiek rynku właściwym obejmującym terytorium Polski lub jego część.

Mając na uwadze powyższe oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w *rozporządzeniu w sprawie koncentracji*, organ antymonopolowy uznał, iż:

A) koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

- rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczony **30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie** (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź - alternatywnie - **rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie** (rynek w węższym ujęciu produktowym),
- rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczony **30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku** (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź - alternatywnie - **rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku** (rynek w węższym ujęciu produktowym),
- rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczony **30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie** (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź - alternatywnie - **rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie** (rynek w węższym ujęciu produktowym),
- **krajowy rynek reklamy kinowej (strona podażowa),**



bowiem działalność uczestników koncentracji pokrywa się na tych rynkach, a ich łączny udział w każdym z nich przekracza próg 20%.

Poniżej przedstawiono szczegółowe uzasadnienie określenia rynków właściwych w aspekcie produktowym oraz geograficznym, a także ich charakterystykę.

1. Uzasadnienie określenia rynków w aspekcie produktowym i geograficznym, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym

1.1. Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych oraz rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych.

1.1.1. Rynek w aspekcie produktowym.

Zgłaszający, mając na względzie dotychczasowe orzecznictwo Prezesa Urzędu, tj. decyzję DKK-49/2008 z 19 czerwca 2008 r., wskazał, że rynkiem wspólnym produktowo dla uczestników koncentracji jest rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych.

Zgłaszający, co do zasady, zaakceptował taką definicję rynku właściwego, ale wskazał, że przedmiotowe rozgraniczenie nie zawsze odzwierciedla dynamikę konkurencji na rynku wyświetlania filmów w kinach. Co prawda mniejsze kina (jednosalowe) mogą wywierać słabszą presję konkurencyjną niż kina większych rozmiarów, jednakże nie oznacza to, że nie będą w żadnym zakresie konkurowały z dużymi kinami. Nabrało to szczególnie znaczenia od 2008 r., kiedy doszło w Polsce do istotnej zmiany w sposobie dystrybucji filmów kinowych poprzez rozpoczęcie dystrybucji cyfrowych kopii DCP (ang. *Digital Cinema Package*). Sprawilo to, że obecnie filmy kinowe są dostępne w tym samym czasie dla wszystkich kin, zarówno wielosalowych, jak i jednosalowych. Ponadto Multikino podkreśliło, że małe (jednosalowe) kina otrzymują często dotacje lub wsparcie od gmin lub Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Zgłaszający wskazał, iż wszystkie kina w równym stopniu konkurują ze sobą w zakresie jakości, cen oraz rodzajów wyświetlanych filmów. Porównując wyświetlanie filmów w kinach jednosalowych (mniejszych obiektach) i wielosalowych multipleksach (duże obiekty), należy, zdaniem Multikino, uwzględnić następujące aspekty:

- wszystkie kina mają możliwość wyświetlania każdego filmu, ponieważ obecnie wszystkie obiekty kinowe korzystają z cyfrowych projektorów. Dystrybutorów nie ogranicza liczba filmów lub ich rodzaj (np. 2D lub 3D), jakie mogą cyfrowo zaoferować kinom,
- operatorzy kinowi podejmują co tydzień decyzję o tym, jaki repertuar będą wyświetlać w następnym tygodniu. Kino jednosalowe może w ciągu tygodnia wyświetlać kilka rodzajów filmów. Natomiast większe kina – z samej racji tego, że dysponują większą liczbą sal – nie wyświetlają większej liczby filmów proporcjonalnie do swojej



wielkości. Wynika to z tego, że większe kina mogą podjąć decyzję o wyświetlaniu tego samego filmu w kilku salach jednocześnie. Wybór konkretnego repertuaru jest indywidualną decyzją konkretnego widza. W związku z tym, że mniejsze kina zapewniają szeroką ofertę repertuaru, dla widzów stanowią rzeczywistą alternatywę dla kin wielosalowych,

- liczba widzów, jaką mogą obsłużyć mniejsze kina jest mniejsza niż w przypadku dużych obiektów. Nie stanowi to jednak istotnego ograniczenia w dostępie do kina mniejszego, ponieważ obecnie wszystkie kina, w tym również mniejsze obiekty, oferują możliwość darmowej rezerwacji biletów, jak również zakupu biletów *on-line*, za pomocą aplikacji mobilnej lub telefonicznie. W efekcie mniejsze kina oferują możliwość zakupu biletów z wyprzedzeniem i nie narażają się na ryzyko potencjalnej utraty klientów,
- mniejsze kina mają, co do zasady, choć nie w każdym przypadku, tańsze bilety w porównaniu do kin wielosalowych. Jednakże, biorąc pod uwagę różnorodność cen biletów w multipleksach opisaną powyżej, w opinii Zgłaszającego nie ma wyraźnej korelacji pomiędzy cenami biletów i wielkością kina,
- cena biletu nie jest jedynym czynnikiem decydującym o wyborze przez widza konkretnego kina. Inne czynniki, takie jak bliskość kina, mają taką samą lub podobną wagę. Należy również zauważyć, że całkowity koszt (na który składają się między innymi koszty podróży, parkowania, cena przekąsek itd.) oraz pozostałe czynniki mogą być dla klienta ważniejsze niż cena biletu.

Jak zostało wskazane powyżej, Prezes Urzędu w dotychczasowym orzecznictwie definiował rynek właściwy w aspekcie produktowym dla działalności, polegającej na wyświetlaniu filmów w kinach jako rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych, który należy wyodrębnić z szeroko rozumianego rynku wyświetlania filmów w kinach¹. Uzasadniając powyższe stanowisko organ antymonopolowy wskazywał m.in. na fakt, iż kina wielosalowe to nowoczesne obiekty kinowe zlokalizowane zazwyczaj w centrach handlowych lub ich sąsiedztwie, oferujące znacznie bardziej bogatą ofertę filmową. Wyświetlanie w tym samym czasie filmów zróżnicowanych zarówno pod względem gatunku, jak i przedziału wiekowego odbiorców, umożliwia zorganizowanie wyjścia do kina dla całej rodziny. Dodatkowo stałą ofertą multipleksów są tzw. snack bary, oferujące przekąski i napoje, a także kawiarnie i restauracje. W odróżnieniu od nich, kina jednosalowe to zazwyczaj starsze obiekty, o skromniejszym wyposażeniu i węższej ofercie filmowej, gdzie nowości filmowe wyświetlane są później niż w kinach wielosalowych².

Zgromadzone w toku przeprowadzonego postępowania antymonopolowego informacje wskazują, że w znacznej mierze definicja produktowa rynku wyświetlania filmów w kinach

¹ Decyzja Prezesa Urzędu z dnia 29 grudnia 2006 r., Nr RPZ - 38/2006 oraz DKK-49/08 z dnia 19 czerwca 2008 r.

² Jw.

wielosalowych pozostaje aktualna, a tym samym zasadne jest wyodrębnienie kin wielosalowych od kin jednosalowych, z następujących względów:

- 1) wszystkie kina jednosalowe zlokalizowane są poza centrami handlowymi, w przeciwieństwie do kin wielosalowych, które w zdecydowanej większości położone są w centrach handlowych (80% kin wielosalowych w Polsce znajduje się w centrach handlowych)³. Okoliczność ta ma, w ocenie Prezesa Urzędu, istotne znaczenie z punktu widzenia preferencji widzów filmowych, a więc strony popytowej rynku (o czym świadczy przytoczona w dalszej części decyzji argumentacja zawarta w części dotyczącej uzasadnienia zasięgu produktowego rynku właściwego w węższym ujęciu),
- 2) kina jednosalowe z racji dysponowania wyłącznie jedną salą kinową mają znacznie ograniczoną zdolność do przyciągania widzów o różnych upodobaniach filmowych niż kina wielosalowe, bowiem mogą w tym samym czasie wyświetlać wyłącznie jeden tytuł filmowy, podczas gdy kina wielosalowe są w stanie zaspokoić w tym samym czasie różnorodne preferencje konsumentów, wyświetlając na każdej z sal inny tytuł filmowy. Okoliczność ta ma również istotne znaczenie wówczas, gdy w tym samym czasie następuje premiera kilku tytułów filmowych,
- 3) podobną opinię na temat zasięgu produktowego rynku wyświetlania filmów w kinach wyraziła część konkurentów uczestników koncentracji, objęta badaniem rynku. Niektórzy z ankietowanych przedsiębiorców wskazywali bowiem, że wszystkie kina wielosalowe funkcjonujące na danym rynku lokalnym stanowią dla siebie konkurencję, ponieważ, oferując podobny repertuar filmowy i podobny produkt barowy, walczą o tego samego widza. Kina wielosalowe konkurują między sobą na polu technologii kinowej, aranżacji i wyposażenia kina, oferty pozarepertuarowej, cen i działań marketingowych.

Bez względu na powyższe należy wskazać, że uznanie przez Prezesa Urzędu, iż kina jednosalowe mieszczą się w ramach tego samego rynku produktowego co kina wielosalowe nie zmieniłoby przyjętej przez organ antymonopolowy oceny niniejszej koncentracji. Z uwagi bowiem na fakt, że kina te dysponują wyłącznie jedną salą, a co za tym idzie – posiadają mniejszą liczbę foteli i w konsekwencji osiągają mniejsze zyski z tytułu wyświetlania filmów, ich pozycja rynkowa jest marginalna i nie wpływa w istotny sposób na wielkość i wartość rynków właściwych w niniejszej sprawie oraz udziału uczestników koncentracji i ich konkurentów.

Przeprowadzone postępowanie antymonopolowe wykazało jednocześnie istnienie przesłanek uzasadniających wyznaczenie rynku właściwego w węższym ujęciu produktowym, tj. rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych.

Mianem „kin sieciowych” Prezes Urzędu określa przynajmniej dwa obiekty kinowe

³ Publikacja Cushman & Wakefield „Rozwój kin w centrach handlowych” z 2018 r.



wielosalowe prowadzone przez operatorów kinowych pod tą samą marką. W ocenie Prezesa Urzędu, za wyróżnieniem kin sieciowych spośród pozostałych kin wielosalowych przemawiają następujące względy:

- 1) kina sieciowe są w przeważającej mierze zlokalizowane w centrach handlowych, podczas gdy kina niesieciowe znajdują się poza galeriami handlowymi. Okoliczność ta ma, zdaniem Prezesa Urzędu, istotne znaczenie z punktu widzenia preferencji widzów kinowych, bowiem, jak wynika z opracowań na temat zachowań widzów kinowych, najbardziej preferowanym środkiem transportu przez konsumentów jest samochód osobowy (*[tajemnica przedsiębiorstwa]*% udzielonych odpowiedzi – wg raportu z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*%; 47% udzielonych odpowiedzi - wg raportu z badania pt. „Widz kinowy w Polsce” przeprowadzonego przez Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach w 2015 r.; *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% udzielonych odpowiedzi - wg raportu z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*). Oznacza to, że widzowie preferują kina, do których łatwiej jest dojechać, tj. przede wszystkim kina sieciowe zlokalizowane w centrach handlowych, przeważnie dobrze skomunikowanych z pozostałymi częściami miasta, w których mają oni również możliwość swobodnie i bezpłatnie skorzystać z parkingu samochodowego, co stanowi duże ułatwienie i wygodę dla widzów, w szczególności w większych miastach (m.in. w Warszawie). Powyższe potwierdza również raport z badań pt. „Widz kinowy w Polsce” przeprowadzonych przez Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach w 2015 r., w którym łatwość dojazdu do kina respondenci wskazali jako czwartą determinantę wyboru kina (28% udzielonych odpowiedzi). Ponadto kino w centrum handlowym generuje dodatkową pulę widzów, którzy mają możliwość, oprócz obejrzenia filmu, skorzystania z pozostałej oferty centrów handlowych (np. gastronomicznej, rozrywkowej czy możliwości zrobienia zakupów), czego nie są w stanie zaoferować kina niesieciowe, zlokalizowane poza centrami handlowymi. Lokalizacja kina w centrum handlowym to również dodatkowy kanał i forma reklamy dla kina, której pozbawiony jest obiekt zlokalizowany poza centrum handlowym. W tym kontekście wskazać również należy na wnioski zawarte w raporcie z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*,
- 2) większa skala działalności pozwala operatorom sieciowym na prowadzenie i wdrażanie bardziej rozbudowanych i agresywnych strategii cenowych oraz akcji marketingowych, a także sprawia, że dysponują oni większą siłą przetargową w negocjacjach prowadzonych z dystrybutorami filmowymi czy podmiotami wynajmującymi powierzchnię handlowo-usługową w centrach handlowych bądź przedsiębiorcami realizującymi inwestycje polegające na budowie centrów handlowych,
- 3) operatorzy kin sieciowych mają większy potencjał do rozwijania istniejącej sieci kinowej i dalszej ekspansji na rynki geograficzne, na których nie są obecne lub ich obecność nie jest wystarczająca. Jak wynika bowiem z przedłożonej przez



Zgłaszającego listy kin otwartych w ciągu ostatnich 5 lat w Polsce, na 38 wielosalowych obiektów kinowych otwartych w tym okresie zaledwie 1 (tj. ok. 3%) został wzniesiony przez operatora kinowego nienależącego do żadnej sieci kinowej (Gdyńskie Centrum Filmowe w Gdyni). Jednocześnie działalność operatorów kin wielosalowych, nienależących do żadnej sieci kinowej, prowadzona jest wyłącznie w oparciu o pojedynczy obiekt kinowy. Ponadto z odpowiedzi udzielonych przez konkurentów uczestników koncentracji, prowadzących kina wielosalowe nienależące do żadnej sieci kinowej, wynika, że żaden z tych podmiotów nie planuje w okresie najbliższych 3 lat otwarcia nowych obiektów kinowych,

- 4) choć repertuar wyświetlany w kinach wielosalowych, nienależących do żadnej sieci kinowej zbieżny jest z repertuarem wielosalowych kin sieciowych od *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% do nawet *[tajemnica przedsiębiorstwa]*%, należy jednocześnie wskazać, że repertuar wyświetlany przez kina sieciowe nie wykazuje wskazanych powyżej wahań. Kina sieciowe wyświetlają bowiem w tym samym czasie ten sam repertuar filmowy. Oznacza to, że pod względem wyświetlanego repertuaru kina sieciowe wywierają pomiędzy sobą większą presję konkurencyjną niż ma to miejsce w przypadku oddziaływania kin niesieciowych na kina sieciowe, których repertuar – choć często zbieżny z repertuarem kin sieciowych – wykazuje jednak pewne odmienności. Co istotne, nawet tożsamy lub bardzo zbliżony repertuar nie musi świadczyć o bliskiej konkurencji między danymi kinami, bowiem z uwagi na swoją specyfikę poszczególne kina mogą przyciągać odmienne rodzaje klientów. Przykładowo, jak wynika z informacji uzyskanych w trakcie postępowania, choć filmy wyświetlane w Multikino Warszawa Złote Tarasy i pobliskiej Kinotece w dużej mierze się pokrywają, największą popularnością cieszą się znacząco odmienne filmy. Film obejrzany przez największą liczbę widzów w 2017 r. w Kinotece nie znalazł się nawet w pierwszej 20 najpopularniejszych filmów wyświetlanych w Multikino Warszawa Złote Tarasy. Wskazuje to na fakt, iż kina te przyciągają odmienną widownię.

Mając powyższe na względzie, przy ocenie niniejszej koncentracji rozważono także, alternatywnie, rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych (tj. rynek w wąskim ujęciu produktowym). Podkreślenia wymaga, iż rozpatrując również alternatywne, wąskie definicje rynków właściwych, Prezes Urzędu nie przesądza o takim ich zakresie, lecz jedynie całościowo bada wpływ koncentracji na sfery aktywności jej uczestników istotne dla oceny transakcji.

Z drugiej jednak strony Prezes Urzędu zidentyfikował szereg argumentów, przemawiających przeciwko trafności zaprezentowanego powyżej węższego ujęcia produktowego rynku właściwego, które wskazują, iż rynek ten ma zasięg szerszy i obejmuje wszystkie kina wielosalowe, nie ograniczając się wyłącznie do kin sieciowych:

- 1) repertuar wyświetlany przez kina wielosalowe (zarówno sieciowe, jak i niesieciowe) w znacznej mierze pokrywa się. Z przygotowanego przez *[tajemnica*



przedsiębiorstwa] repertuar pokrywał się w tym okresie, w zależności od kina, od *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% do nawet *[tajemnica przedsiębiorstwa]*%. W ocenie Prezesa Urzędu, okoliczność ta może przemawiać za uznaniem, iż wszystkie kina wielosalowe, wyświetlające zbliżony repertuar działają na tym samym rynku produktowym.

- 2) przynależność kina wielosalowego do sieci kinowej nie jest istotnym czynnikiem, którym kierują się widzowie przy wyborze kina. Wniosek taki wypływa bowiem z raportu z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*, w którym zaledwie *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% ankietowanych wskazało wśród czynników wpływających na wybór kina przynależność do sieci kinowej, co plasowało to kryterium dopiero na *[tajemnica przedsiębiorstwa]* miejscu. W podobnym tonie ankietowani wypowiedzieli się w ramach badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*, w którym okoliczność, że kino należy do ogólnopolskiej sieci uzyskała jedynie *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% udzielonych odpowiedzi, co uplasowało tę determinantę dopiero na *[tajemnica przedsiębiorstwa]* miejscu wśród najistotniejszych czynników decydujących o wyborze kina. Podkreślenia wymaga również okoliczność, że rodzaj kina nie jest istotną determinantą wyboru kina przez widzów (ok. 10 % udzielonych odpowiedzi, tj. 12 miejsce pod względem istotności kryterium – dane wg raportu z badań pt. „Widz kinowy w Polsce” przeprowadzonego przez Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach w 2015 r.). Tym samym, brak przywiązania widzów kinowych do sieci kinowej, czy rodzaju kina, może przemawiać za uznaniem, że kina wielosalowe wyświetlające zbliżony repertuar (sieciowe i niesieciowe) są aktywne na tym samym rynku produktowym.
- 3) zarówno kina sieciowe, jak i część kin wielosalowych, nienależących do żadnej sieci kinowej (np. Viktonex sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – operator kina „Atlantic” w Warszawie, Meteora Films sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - operator kina „Praha” w Warszawie, Kinoteka Multiplex sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – operator kina „Kinoteka” w Warszawie) posiadają w swojej ofercie biletowej oferty specjalne i promocyjne, wzorowane na ofertach wprowadzonych i stosowanych pierwotnie przez operatorów sieci kinowych. Oferty te pozwalają uelastyczyć ofertę cenową, czyniąc ją bardziej dopasowaną do potrzeb i preferencji widzów. Tym samym należy stwierdzić, że zarówno kina sieciowe, jak i niesieciowe stosują zbliżone mechanizmy cenowe, dążąc do przyciągnięcia jak największej liczby widzów o tych samych upodobaniach filmowych, co może przemawiać za uznaniem, że wszystkie kina wielosalowe wyświetlające podobny repertuar prowadzą działalność na tym samym rynku produktowym.

Z uwagi na powyższe, a także celem przedstawienia pełnej oceny wpływu niniejszej koncentracji na rynki właściwe, Prezes Urzędu przeanalizował w niniejszej sprawie udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów zarówno w szerszym ujęciu produktowym (rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych), jak i w węższym ujęciu produktowym



(rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych), pozostawiając ostatecznie kwestię zasięgu produktowego rynków właściwych dla tej działalności otwartą.

Bez względu bowiem na przyjętą definicję produktową rynku właściwego pozycja jej uczestników na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w szerszym ujęciu produktowym) oraz - alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w węższym ujęciu produktowym) nie różni się w istotny sposób. W konsekwencji bez względu na przyjętą definicję koncentracja doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na tym obszarze.

Natomiast w przypadku dwóch pozostałych rynków właściwych, dotyczących wyświetlania filmów w kinach, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, tj. rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź - alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie (rynek w węższym ujęciu produktowym) oraz rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź - alternatywnie – rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie (rynek w węższym ujęciu produktowym) Prezes Urzędu uznał, że niezależnie od przyjętego ujęcia produktowego niniejsza koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na tych rynkach.

1.1.2. Rynek w aspekcie geograficznym.

Odnosnie aspektu geograficznego wskazanych wyżej rynków produktowych Zgłaszający podniósł, iż, co do zasady, nie neguje podejścia prezentowanego przez Prezesa Urzędu w poprzednich decyzjach, dotyczących rynków Gdańska i Warszawy. Jednak wskazał także, że polski rynek wyświetlania filmów w kinach znacząco rozwinął się od 2006 r., a na terytorium kraju otwarto wiele nowych obiektów kinowych.

Niezależnie od powyższego Zgłaszający wskazał, że 30-minutowe kryterium dojazdu samochodem osobowym może obecnie nie być aktualne⁴. Prezes Urzędu stwierdził, że klienci

⁴ Przedmiotowe kryterium zostało zastosowane przez Prezesa Urzędu 12 lat temu, najpierw w decyzji Nr RPZ - 38/2006 z dnia 29 grudnia 2006 r., a następnie w decyzji DKK-49/2018 z dnia 19 czerwca 2008 r.

sektora kinowego, podobnie jak klienci sklepów detalicznych, nie byli skłonni do pokonywania długich dystansów w celu skorzystania z ww. usług.

Zgłaszający podniósł, że obecnie Prezes Urzędu przyjmuje, że czas dojazdu akceptowany przez konsumentów w celu dotarcia do wybranego sklepu jest krótszy w porównaniu do czasu dojazdu akceptowanego wcześniej. W niektórych sprawach, np. w decyzji *Jeronimo Martins/Marcpol* (DKK-71/2014), Prezes Urzędu wyznaczył rynki właściwe w oparciu o kryterium czasu dojazdu od 10 do 15 minut samochodem osobowym.

W konsekwencji rynki geograficzne sprzedaży detalicznej obecnie są zdecydowanie węższe niż miało to miejsce jeszcze kilka lat temu. Analogicznie Zgłaszający wskazał, że czas dojazdu akceptowany dla klientów korzystających z usług kinowych nie powinien być dłuższy niż 30 minut, a w niektórych przypadkach może być określany jako krótszy.

Zgłaszający zwrócił uwagę, że konkurencja na rynku wyświetlania filmów jest szczególnie intensywna na poziomie lokalnym, a konsument zazwyczaj nie będzie skłonny podróżować dłużej niż 30 minut w celu dotarcia do alternatywnego obiektu kinowego, jeżeli kino, z którego usług zazwyczaj korzysta, zostałoby tymczasowo zamknięte.

Przeprowadzone przez Prezesa Urzędu postępowanie antymonopolowe wykazało, że konkurencja w zakresie wyświetlania filmów w kinach następuje na szczeblu lokalnym, w tym również pomiędzy poszczególnymi obiektami kinowymi. Świadczy o tym zwłaszcza fakt zróżnicowania cen biletów filmowych w ramach danej sieci kinowej w poszczególnych obiektach kinowych w obrębie danej miejscowości, co jest szczególnie wyraźne w przypadku kin zlokalizowanych na terenie Warszawy.

W ocenie Prezesa Urzędu, właściwym punktem odniesienia w zakresie wyznaczania zasięgu geograficznego rynku wyświetlania filmów w kinach (zarówno w szerszym, jak i w węższym ujęciu produktowym) jest 30-minutowy czas dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych, wyznaczany od poszczególnych obiektów kinowych, w obrębie danego miasta (miejscowości). Przyjęte określenie rynku geograficznego wynika z odległości, jaką konsumenci, chcący obejrzeć wyświetlany film, skłonni są pokonać w ciągu 30 minut jazdy samochodem osobowym. Podejście takie zgodne jest z dotychczasowym orzecznictwem Prezesa Urzędu⁵, a także innych organów antymonopolowych⁶. Przyjęty przez Prezesa Urzędu zasięg geograficzny koreluje również z wnioskami zawartymi w publikacji Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (organizacji międzynarodowej działającej przy Radzie Europy) pt. „*Measuring access to theatrically screened films in Eastern Europe*” z 2018 r., w którym za najbardziej właściwe kryterium w zakresie analizy rynku wyświetlania

⁵ Decyzja Prezesa Urzędu z 29 grudnia 2006 r., Nr RPZ-38/2006 oraz DKK-49/08 z 19 czerwca 2008 r.

⁶ Np. decyzja Competition & Markets Authority ws. *Odeon/UCI Cinemas Holdings Limited*, ME/6644/16, w której brytyjski organ antymonopolowy uznał, iż rynkiem właściwym w ujęciu geograficznym dla rynku wyświetlania filmów w kinach jest 20-30 minutowy czas dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych, wyznaczany od danego obiektu kinowego.

filmów w kinach uznano 30-minutowy czas dojazdu samochodem osobowym do danego obiektu kinowego⁷.

Stanowisko organu antymonopolowego odzwierciedla również preferencje widzów, co wynika z przywołanego już raportu z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*, zgodnie z którym dla *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% ankietowanych przeciętny czas dojazdu do kina wynosi do 30 minut, a preferowanym środkiem transportu jest samochód osobowy (*[tajemnica przedsiębiorstwa]*% udzielonych odpowiedzi)⁸.

Przyjęte przez Prezesa Urzędu stanowisko nie różni się przy tym istotnie od danych zawartych w *[tajemnica przedsiębiorstwa]*.

Jednocześnie, w ślad za decyzją Prezesa Urzędu DKK-49/08 z 19 czerwca 2008 r. organ antymonopolowy przyjął, że w niniejszej sprawie właściwym jest wyznaczenie zasięgu geograficznego rynku wyświetlania filmów w kinach (zarówno w szerszym, jak i w węższym ujęciu produktowym) - w odniesieniu do Gdańska, Gdyni i Sopotu - jako obszaru obejmującego terytorium Gdańska i Sopotu. Zdaniem Prezesa Urzędu przemawia za tym fakt, iż przedmiotem prowadzonego postępowania w sprawie zakończonej wyżej wymienioną decyzją była również analiza zasięgu geograficznego rynków wyświetlania filmów w kinach wielosalowych na obszarze Trójmiasta, a przywołana w niej argumentacja jest, w ocenie Prezesa Urzędu, trafna i pozostaje aktualna, tj. zwłaszcza w zakresie, w jakim wskazuje na szczególne położenie geograficzne oraz liczbę mieszkańców poszczególnych miast zlokalizowanych na obszarze Trójmiasta⁹.

Prezes Urzędu jednocześnie wskazuje, że przyjęcie krótszego niż 30 minut czasu dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do danego obiektu kinowego, tj. 25 minut, wskazywanych w analizach inwestycji dla kin Cinema 3D w Gdańsku oraz w Warszawie, nie zmieniłoby w zasadniczy sposób pozycji rynkowej uczestników koncentracji i ich konkurentów, a tym samym nie wpłynęłoby na zaprezentowaną przez organ antymonopolowy ocenę niniejszej koncentracji. Jednocześnie Prezes Urzędu wskazuje, iż nie zidentyfikował w ramach przeprowadzonego postępowania antymonopolowego żadnych przesłanek wskazujących, by zasięg geograficzny rynków wyświetlania filmów w kinach wielosalowych – bądź alternatywnie – rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych mógł wynosić więcej niż przyjęte 30 minut.

1.2. Rynek reklamy kinowej (strona podaźowa).

1.2.1. Rynek w aspekcie produktowym.

⁷ str. 2.

⁸ *[tajemnica przedsiębiorstwa]*

⁹ Decyzja Prezesa Urzędu nr DKK-49/08 z 19 czerwca 2008 r., str. 7



Prezes Urzędu stoi na stanowisku, że rynek reklamy kinowej należy wyodrębnić spośród innych form prowadzenia działalności reklamowej. Znajduje to odzwierciedlenie w dotychczasowym orzecznictwie organu antymonopolowego¹⁰, zgodnie z którym reklama kinowa, obok reklamy w mediach elektronicznych, prasie, marketingu bezpośredniego, czy też reklamy zewnętrznej, jest jednym z powszechnie stosowanych kanałów wykorzystywanych w realizacji kampanii reklamowych. Pomimo wspólnej funkcji trudno jest jednak mówić o swobodnej i pełnej substytucyjności pomiędzy poszczególnymi mediami i z tego też względu każde z mediów będących nośnikiem reklamy stanowi odrębny rynek produktowy, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w orzecznictwie Komisji Europejskiej¹¹.

Organ antymonopolowy wskazuje przy tym, że przywołane przez Zgłaszającego orzecznictwo Komisji Europejskiej, tj. decyzja COMP/M.5076 w sprawie ODEON/CINEWORLD/CSA JV zawiera jedynie stanowisko i argumentację stron co do ujęcia produktowego rynku reklamy kinowej jako części szerszego rynku reklamy (akapit 11). Decyzja nie zawiera przy tym definitywnego rozstrzygnięcia kwestii zasięgu produktowego rynku reklamy kinowej, zaś z jej treści wynika jedynie, iż Komisja Europejska rozważała zarówno możliwość węższego (rynek reklamy kinowej), jak i szerszego zasięgu produktowego (rynek reklamy) – akapit 9 oraz 11. Nadto zwrócić należy uwagę na charakter podjętego przez Komisję Europejską rozstrzygnięcia, tj. niemającego charakteru orzeczenia co do istoty sprawy, a polegającego jedynie na odesłaniu koncentracji krajowemu organowi antymonopolowemu w celu jej merytorycznego rozpoznania (akapit 20). Tym samym Prezes Urzędu uznał, iż nie znajduje podstaw do oparcia swojego stanowiska w niniejszej koncentracji na omawianym rozstrzygnięciu Komisji Europejskiej.

W ocenie organu antymonopolowego rynek reklamy kinowej posiada dwie strony, tj.:

- podażową, na której aktywni są operatorzy kinowi, oferujący brokerom reklamy kinowej prowadzenie działalności reklamowej w należących do nich obiektach kinowych,
- popytową, na której aktywni są brokerzy reklamy kinowej, współpracujący z domami mediowymi oraz reklamodawcami w zakresie reklamy kinowej.

Podejście takie prezentował również w toku postępowania antymonopolowego konsekwentnie sam Zgłaszający, wobec czego okoliczność ta pozostaje bezsporna i nie wymaga głębszej argumentacji i analizy.

Organ antymonopolowy rozważył również, czy zasadna jest dalsza segmentacja rynku reklamy kinowej na:

- rynek ekranowej reklamy kinowej, obejmującej reklamę wyświetlaną na ekranach kinowych w salach projekcyjnych (tzw. „On-Screen”) oraz

¹⁰ Decyzja Prezesa Urzędu nr RPZ-38/2006 z dnia 29 grudnia 2006 r. oraz DKK-49/08 z dnia 19 czerwca 2008 r.

¹¹ Decyzje KE: COMP/M.1401 – Recoletos/Unedisa oraz COMP/M.3817 – Wegener/PCM/JV.

- rynek pozaekranowej działalności reklamowej, obejmującej działalność reklamową wewnątrz i wokół kin, np. foyer, korytarze, sale kinowe i pomieszczenia gastronomiczne (tzw. „Off-Screen”). Ta forma reklamy obejmuje wszelkie rodzaje działalności reklamowej poza ekranem, np. prezentowanie logo, ekspozycja treści na formatach cyfrowych i analogowych, plakaty, próbki, ulotki, organizacja akcji promocyjnych wewnątrz kina itp.

Prezes Urzędu nie zidentyfikował jednak żadnych przesłanek przemawiających za segmentacją rynku reklamy kinowej na: rynek kinowej reklamy ekranowej oraz rynek kinowej reklamy pozaekranowej. Zgłaszający także nie wskazywał w toku postępowania antymonopolowego, by uznawał taką segmentację za uzasadnioną. Tym samym organ antymonopolowy stoi na stanowisku, iż rynek reklamy kinowej należy rozpatrywać jako całość, bez dokonywania jego segmentacji.

Wobec powyższego, rynek właściwy w ujęciu produktowym dla działalności w zakresie reklamy kinowej zdefiniować należy jako rynek reklamy kinowej, z uwzględnieniem jego strony podażowej i popytowej.

1.2.2. Rynek w aspekcie geograficznym.

W ocenie organu antymonopolowego rynek reklamy kinowej, tj. zarówno jego strona podażowa, jak i popytowa, ma zasięg krajowy, za czym przemawiają następujące okoliczności:

- umowy zawierane przez brokerów reklamy kinowej z operatorami kinowymi obejmują wszystkie obiekty kinowe danego operatora na terenie całego kraju, a nie wybrane obiekty (np. w danej miejscowości czy regionie), co jednocześnie wyklucza możliwość węższego zdefiniowania rynku geograficznego (jako lokalnego),
- działalność prowadzona przez brokerów reklamy kinowej ma zasięg ogólnopolski, bowiem brokerzy rywalizują o budżety reklamowe na rynku mediowym, przeznaczone na prowadzenie kampanii reklamowych, na poziomie krajowym,
- bariery językowe - ze względu na język, którym posługują się odbiorcy reklam w Polsce, nie jest zasadne szersze zakreślenie zasięgu geograficznego niż krajowy; w ocenie Prezesa Urzędu rozważanie ponadnarodowego zasięgu rynku reklamy kinowej byłoby jedynie uzasadnione w przypadku istnienia państw ościennych, których ludność posługuje się tym samym językiem (np. Belgia, Luksemburg oraz Francja), co nie ma jednak zastosowania w niniejszej sprawie.

2. Charakterystyka rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym

2.1. Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych oraz rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych.



Wyświetlanie filmów w kinach to usługa polegająca na zapewnianiu konsumentom możliwości obejrzenia filmu w sali specjalnie przygotowanej do oglądania filmów przez liczną grupę osób. W obiektach kinowych zazwyczaj sprzedawane są również proste przekąski oraz napoje. Należy przy tym wskazać, że nie istnieje jakikolwiek bezpośredni zamiennik (substytut) dla usługi wyświetlania filmów w kinach - choć pewna grupa konsumentów traktuje jako swego rodzaju alternatywę dla oglądania filmów w kinach, oglądanie filmów na DVD lub, w coraz większym zakresie, za pośrednictwem internetowych kanałów subskrypcyjnych, takich jak Netflix lub Apple iTunes. W ocenie Prezesa Urzędu brak jest jednak przesłanek przemawiających za uznaniem, że wyświetlanie filmów w kinach oraz wymienione wyżej usługi mieszczą się w ramach tego samego rynku produktowego.

Ceny biletów kinowych różnią się zależnie od jakości i poziomu proponowanych usług. W związku z powyższym większa opłata jest pobierana np. w przypadku siedzeń kinowych typu sofa, sal z pochyłą podłogą oraz w przypadku filmów 3D, w odniesieniu do których operator kinowy zapewnia widzom specjalne okulary umożliwiające oglądanie filmów. Niższa cena biletu jest naliczana natomiast w przypadku tradycyjnych kin, które nie posiadają pochyłej podłogi oraz dysponują zwykłymi siedzeniami. Takie zróżnicowanie cen występuje, co do zasady, w przypadku wszystkich operatorów kinowych. Niektórzy z nich stoją jednak na stanowisku, że wysoka jakość korzystania z usług kinowych jest kluczowa, a tym samym pobierają z reguły większe opłaty w porównaniu do innych operatorów kinowych.

2.2. Rynek reklamy kinowej (strona podaźowa).

Stronę podaźową rynku reklamy kinowej reprezentują operatorzy kinowi. Podmioty te zawierają umowy z brokerami reklamy kinowej, na podstawie których brokerzy mają prawo prowadzić w obiektach kinowych operatorów kinowych działalność reklamową.

Umowy zawierane przez brokera reklamowego z operatorem kinowym najczęściej zawierają klauzulę wyłączności na okres *[tajemnica przedsiębiorstwa]*. Jak ustalił organ antymonopolowy, współpraca na zasadach wyłączności jest powszechną praktyką na rynku reklamy, nie tylko kinowej, ale również telewizyjnej oraz radiowej i jest niezbędna, ponieważ w przeciwnym wypadku brokerzy reklamowi w praktyce oferowaliby domom mediowym i klientom końcowym ten sam czas ekranowy będący w dyspozycji danego operatora kinowego.

Zgromadzone w toku postępowania antymonopolowego informacje wskazują, że wyłączność nie ma zastosowania do działalności reklamowej prowadzonej przez operatorów kinowych na rzecz kluczowych partnerów biznesowych (na przykład producentów napojów gazowanych sprzedawanych w barach kinowych).

Wszystkie inne rodzaje działalności reklamowej (niż świadczone na rzecz kluczowych partnerów biznesowych) wymagają zazwyczaj zgody brokera reklamowego (pośrednika).



W praktyce zgoda taka jest wydawana wtedy, gdy operator kinowy dysponuje wolnym czasem ekranowym oraz gdy reklama nie stoi w konflikcie z kampaniami reklamowymi realizowanymi przez brokera reklamowego.

2.3. Pozycja rynkowa uczestników koncentracji i ich konkurentów.

2.3.1. Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie.

Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie, obejmuje następujące kina wielosalowe:

1. Multikino Targówek,
2. Multikino Wola Park,
3. Multikino Złote Tarasy,
4. Cinema 3D Galeria Atrium Reduta (otwarcie - listopad 2018 r.),
5. Cinema 3D Galeria Młociny (planowane otwarcie – maj 2019 r.),
6. Helios Blue City (otwarcie – luty 2019 r.),
7. Cinema City Bemowo,
8. Cinema City Sadyba Mall,
9. Cinema City Promenada,
10. Cinema City Arkadia,
11. Cinema City Galeria Północna (otwarcie – wrzesień 2017 r.),
12. *OHKINO* (planowane otwarcie – 2020 r.),
13. Viktonex sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Viktonex sp. z o.o.”),
14. Kinoteka Multiplex sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Kinoteka Multiplex sp. z o.o.”),
15. Meteora Films sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Meteora Films sp. z o.o.”),
16. Stowarzyszenie Filmowców Polskich z siedzibą w Warszawie (dalej „Stowarzyszenie Filmowców Polskich”),
17. FilMOTEKA Narodowa – Instytut Audiowizualny z siedzibą w Warszawie (dalej „FilMOTEKA Narodowa – Instytut Audiowizualny”),
18. Projekt Kino sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Projekt Kino sp. z o.o.”),
19. Gutek Film sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Gutek Film sp. z o.o.”),
20. Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica z siedzibą w Warszawie (dalej „Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica”),
21. Instytucja Filmowa Max-Film S.A. z siedzibą w Warszawie (Novekino), (dalej „Instytucja Filmowa Max-Film S.A.”).

Z uwagi na fakt, że obiekt Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie otwarto w listopadzie 2018 r., a otwarcie drugiego z obiektów Cinema Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie zaplanowane jest na maj 2019 r., udziały uczestników koncentracji oraz ich konkurentów w rynku właściwym – wg liczby sal oraz liczby foteli - przedstawiono z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych w okresie najbliższych 3 lat, bez wskazywania pozycji rynkowej uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2017 r.:

Tabela nr 1

Lp.	Operator kinowy	Udział (w %) wg liczby sal	Udział (w %) wg liczby foteli
1.	Multikino	ok. [15-20]	ok. [20-30]
2.	Cinema 3D	ok. [15-20]	ok. [5-10]
Łącznie		ok. [20-30]	ok. [20-30]
3.	Cinema City	ok. [40-50]	ok. [40-50]
4.	Helios	ok. [0-5]	ok. [0-5]
5.	OHKINO	ok. [0-5]	Brak danych
6.	Viktonex sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
7.	Kinoteka Multiplex sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
8.	Meteora Films sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
9.	Stowarzyszenie Filmowców Polskich	ok. [0-5]	ok. [0-5]
10.	Filmoteka Narodowa – Instytut Audiowizualny	ok. [0-5]	Brak danych
11.	Projekt Kino sp. z o.o.	ok. [0-5]	Brak danych
12.	Gutek Film sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
13.	Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica	ok. [0-5]	Brak danych
14.	Instytucja Filmowa Max-Film S.A.	ok. [0-5]	ok. [0-5]

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

2.3.2. Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie.

Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie obejmuje swoim zasięgiem następujące obiekty kinowe (w tym również obiekty planowane):

1. Multikino Targówek,
2. Multikino Wola Park,
3. Multikino Złote Tarasy,



4. Cinema 3D Galeria Atrium Reduta (otwarcie - listopad 2018 r.),
5. Cinema 3D Galeria Młociny (planowane otwarcie – maj 2019 r.),
6. Helios Blue City (otwarcie – luty 2019 r.),
7. Cinema City Bemowo,
8. Cinema City Sadyba Mall,
9. Cinema City Promenada,
10. Cinema City Arkadia,
11. Cinema City Galeria Północna (otwarcie – wrzesień 2017 r.),
12. OHKINO (planowane otwarcie – 2020 r.),
13. Instytucja Filmowa Max-Film S.A.

Z uwagi na fakt, że obiekt Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie otwarto w listopadzie 2018 r., a otwarcie obiektu Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie zaplanowane jest na maj 2019 r., udział uczestników koncentracji oraz ich konkurentów w rynku właściwym – wg liczby sal oraz liczby foteli - przedstawiono z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych w okresie najbliższych trzech lat, bez wskazywania pozycji rynkowej uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2017 r.:

Tabela nr 2

Lp.	Operator kinowy	Udział (w %) wg liczby sal	Udział (w %) wg liczby foteli
1.	Multikino	ok. [20-30]	ok. [20-30]
2.	Cinema 3D	ok. [15-20]	ok. [5-10]
Łącznie		ok. [30-40]	ok. [30-40]
3.	Cinema City	ok. [50-60]	ok. [50-60]
4.	Helios	ok. [5-10]	ok. [0-5]
5.	OHKINO	ok. [5-10]	Brak danych
6.	Instytucja Filmowa Max-Film S.A. (Novekino).	ok. [0-5]	ok. [0-5]

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

2.3.3. Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku.

Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku, obejmuje swoim zasięgiem następujące obiekty kinowe:

1. Cinema 3D w Gdańsku,
2. Multikino w Gdańsku,
3. Multikino w Sopocie,
4. Helios Alfa w Gdańsku,



5. Helios Forum w Gdańsku (obiekt otwarty na przełomie maja i czerwca 2018 r.),
6. Helios Metropolia w Gdańsku oraz
7. Cinema City w Gdańsku (obiekt zamknięty w sierpniu 2018 r.).

Udziały rynkowe uczestników koncentracji oraz ich konkurentów w tym rynku w 2017 r. - wg liczby sal, liczby foteli, wielkości przychodów oraz liczby widzów - kształtowały się na następującym poziomie:

Tabela nr 3

Lp.	Operator kinowy	Udział (w %) – wg liczby sal	Udział (w %) – wg liczby foteli	Udział (w %) – wg wielkości przychodów	Udział (w %) – wg liczby widzów
1.	Multikino	ok. [30-40]	ok. [30-40]	ok. [30-40]	ok. [30-40]
2.	Cinema 3D	ok. [10-15]	ok. [10-15]	ok. [10-15]	ok. [10-15]
Łącznie		ok. [40-50]	ok. [40-50]	ok. [40-50]	ok. [40-50]
3.	Helios	ok. [30-40]	ok. [20-30]	ok. [20-30]	ok. [20-30]
4.	Cinema City	ok. [15-20]	ok. [15-20]	ok. [20-30]	ok. [20-30]

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

Biorąc pod uwagę otwarcie obiektu Helios Forum w Gdańsku oraz zamknięcie obiektu Cinema City w Gdańsku, udziały uczestników koncentracji oraz ich konkurentów w tym rynku – wg liczby sal oraz liczby foteli - po dokonaniu niniejszej koncentracji będą kształtowały się w następujący sposób:

Tabela nr 4

Lp.	Operator kinowy	Udział (w %) wg liczby sal	Udział (w %) wg liczby foteli
1.	Multikino	ok. [30-40]	ok. [40-50]
2.	Cinema 3D	ok. [10-15]	ok. [10-15]
Łącznie		ok. [40-50]	ok. [50-60]
3.	Helios	ok. [50-60]	ok. [40-50]

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

Z informacji uzyskanych w toku postępowania antymonopolowego wynika jednocześnie, że ani uczestnicy koncentracji ani ich konkurenci (zarówno operatorzy kin sieciowych, jak i pozostali operatorzy kin wielosalowych) nie planują w okresie trzech najbliższych lat otwarcia żadnego kina na terenie Gdańska, Sopotu czy Gdyni.

Prezes Urzędu wskazuje przy tym, iż w zasięgu wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku nie znajdują się na terenie Gdańska i Sopotu inne, niż należące do operatorów sieci kinowych, kina wielosalowe. Z tego względu, pozycja rynkowa uczestników koncentracji oraz ich konkurentów jest tożsama zarówno w przypadku przyjęcia szerszej definicji produktowej rynku właściwego, tj. rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie wyznaczonego 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku, jak i definicji węższej, tj. rynku



wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie wyznaczonego 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku.

2.3.4. Rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie.

W przypadku przyjęcia szerszego zasięgu produktowego rynku właściwego, tj. obejmującego wszystkie kina wielosalowe, następujące obiekty kinowe będą znajdować się w zasięgu 30 minut dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie:

1. Multikino Targówek,
2. Multikino Ursynów,
3. Multikino Wola Park,
4. Multikino Złote Tarasy,
5. Cinema 3D Galeria Atrium Reduta (otwarcie - listopad 2018 r.),
6. Cinema 3D Galeria Młociny (*planowane otwarcie – maj 2019 r.*),
7. Helios Blue City (otwarcie – luty 2019 r.),
8. Cinema City Bemowo,
9. Cinema City Sadyba Mall,
10. Cinema City Galeria Mokotów,
11. Cinema City Promenada,
12. Cinema City Arkadia,
13. Cinema City Galeria Północna,
14. OHKINO (*planowane otwarcie – 2020 r.*),
15. Viktonex sp. z o.o.,
16. Kinoteka Multiplex sp. z o.o.,
17. Meteora Films sp. z o.o.,
18. Stowarzyszenie Filmowców Polskich,
19. FilMOTEKA Narodowa – Instytut Audiowizualny,
20. Projekt Kino sp. z o.o.,
21. Gutek Film sp. z o.o.,
22. Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica,
23. Instytucja Filmowa Max-Film S.A.

Z uwagi na fakt, że obiekt Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie otwarto w listopadzie 2018 r., a otwarcie drugiego z obiektów Cinema Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie zaplanowane jest na maj 2019 r., udziały uczestników koncentracji oraz ich konkurentów w rynku właściwym – wg liczby sal oraz liczby foteli - przedstawiono z



uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych, bez wskazywania pozycji rynkowej uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2017 r.:

Tabela nr 5

Lp.	Operator kinowy	Udział (w %) wg liczby sal	Udział (w %) wg liczby foteli
1.	Multikino	ok. [15-20]	ok. [20-30]
2.	Cinema 3D	ok. [5-10]	ok. [5-10]
Łącznie		ok. [20-30]	ok. [30-40]
3.	Cinema City	ok. [40-50]	ok. [50-60]
4.	Helios	ok. [0-5]	ok. [0-5]
5.	OHKINO	ok. [0-5]	Brak danych
6.	Viktonex sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
7.	Kinoteka Multiplex sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
8.	Meteora Films sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
9.	Stowarzyszenie Filmowców Polskich	ok. [0-5]	ok. [0-5]
10.	Filmoteka Narodowa – Instytut Audiowizualny	ok. [0-5]	Brak danych
11.	Projekt Kino Sp. z o.o.	ok. [0-5]	Brak danych
12.	Gutek Film Sp. z o.o.	ok. [0-5]	ok. [0-5]
13.	Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica	ok. [0-5]	Brak danych
14.	Instytucja Filmowa Max-Film S.A.	ok. [0-5]	ok. [0-5]

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

2.3.5. Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie.

Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie obejmuje swoim zasięgiem następujące obiekty kinowe (w tym również obiekty planowane):

1. Multikino Targówek,
2. Multikino Ursynów,
3. Multikino Wola Park,
4. Multikino Złote Tarasy,
5. Cinema 3D Galeria Atrium Reduta (otwarcie - listopada 2018 r.),
6. Cinema 3D Galeria Młociny (planowane otwarcie – maj 2019 r.),
7. Helios Blue City (otwarcie – luty 2019 r.),
8. Cinema City Bemowo
9. Cinema City Sadyba Mall
10. Cinema City Galeria Mokotów



11. Cinema City Promenada
12. Cinema City Arkadia
13. Cinema City Galeria Północna
14. OHKINO (*planowane otwarcie – 2020 r.*)
15. Instytucja Filmowa Max-Film S.A.

Z uwagi na fakt, że obiekt Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie otwarto w listopadzie 2018 r., a otwarcie obiektu Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie zaplanowane jest na maj 2019 r., udziały uczestników koncentracji oraz ich konkurentów w rynku właściwym – wg liczby sal oraz liczby foteli - przedstawiono z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektowych kinowych w okresie najbliższych 3 lat, bez wskazywania pozycji rynkowej uczestników koncentracji i ich konkurentów, w 2017 r.:

Tabela nr 6

Operator kinowy	Udział (w %) wg liczby sal	Udział (w %) wg liczby foteli
Multikino	ok. [20-30]	ok. [20-30]
Cinema 3D	ok. [10-15]	ok. [5-10]
Łącznie	ok. [30-40]	ok. [30-40]
Cinema City	ok. [50-60]	ok. [50-60]
Helios	ok. [0-5]	ok. [0-5]
OHKINO	ok. [0-5]	Brak danych
Instytucja Filmowa Max-Film S.A	ok. [0-5]	ok. [0-5]

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

2.3.6. Krajowy rynek reklamy kinowej (strona podaźowa).

Na podstawie danych zgromadzonych w toku przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, że udział Multikino w rynku reklamy kinowej (strona podaźowa) wyniósł w 2017 r. ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów¹²). Z kolei udział Cinema 3D w tym rynku wyniósł w 2017 r. ok. [0-5]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [0-5]% (wg wielkości przychodów). Łączny udział uczestników koncentracji wyniósł więc w 2017 r. ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów).

¹² Przy obliczaniu pozycji rynkowej uczestników koncentracji pod względem wielkości przychodów Prezes Urzędu wziął pod uwagę przychód osiągnięty przez brokera reklamowego z tytułu współpracy z danym operatorem kinowym. Uproszczenie to wynika z ograniczonego zasięgu badania rynkowego, nie obejmującego wszystkich operatorów kinowych w Polsce.

3. *Bariery wejścia na rynek – rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych oraz rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych.*

Z informacji przedłożonych przez Zgłaszającego wynika, że koszty wejścia na rynek poprzez otwarcie nowego kina wielosalowego w centrum handlowym są stosunkowo niewielkie, biorąc pod uwagę skalę prowadzonej przez operatorów kinowych działalności. Koszt związany z otwarciem jednej sali kinowej wynosi bowiem około *[tajemnica przedsiębiorstwa]* złotych i może być zredukowany do *[tajemnica przedsiębiorstwa]* złotych, w zależności od uzgodnień z wynajmującym. Ponadto nie istnieją inne istotne bariery wejścia na rynek, np. o charakterze administracyjnym lub prawnym. Jednakże koszty, które należy ponieść w przypadku nowych wolnostojących kin wielosalowych (np. zlokalizowanych poza centrum handlowym) mogą być wyższe, ze względu na bardziej skomplikowany proces inwestycyjny w porównaniu do kin wielosalowych zlokalizowanych w ramach centrów handlowych.

4. *Planowane wejścia oraz wyjścia z rynku – rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych oraz rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych.*

Oceniając stan konkurencji na wskazanych rynkach właściwych, a tym samym skutki zamierzonej koncentracji, organ antymonopolowy postanowił poddać badaniu zmiany, jakie na wskazanych rynkach właściwych mogą wystąpić w perspektywie najbliższych trzech lat. W tym celu analizie poddano plany operatorów kin wielosalowych (zarówno sieciowych, jak i niesieciowych) w zakresie otwierania nowych oraz zamykania istniejących kin wielosalowych w okresie najbliższych trzech lat na terenie Gdańska, Sopotu, Gdyni oraz Warszawy. Plany operatorów kin wielosalowych w tym zakresie przedstawiają się następująco:

4.1. *Warszawa*

Tabela nr 7

Nazwa operatora	Adres	Centrum handlowe	Liczba sal	Liczba foteli	Planowana data otwarcia
Cinema 3D	ul. Zgrupowania AK „Kampinos” 15, 05-075 Warszawa	Galeria Młociny	10	<i>[tajemnica przedsiębiorstwa]</i>	<i>maj 2019 r.</i>
OHKINO Mysłowice sp. z o.o. sp. k. (dalej: „OHKINO”)	ul. Żelazna 51/53, 05-077 Warszawa	ArtNorblin	7	Brak danych	<i>2020 r.</i>

Źródło: opracowanie własne Prezesa Urzędu

W toku postępowania antymonopolowego Prezes Urzędu ustalił również, że operator kinowy Helios S.A. z siedzibą w Łodzi (dalej „Helios”) planuje otwarcie nowych obiektów kinowych w Warszawie. Jednocześnie, z uwagi na brak szczegółowych informacji co do liczby sal oraz foteli w planowanych kinach wielosalowych, organ antymonopolowy nie ujął planowanych wejść operatora Helios w powyższym zestawieniu.

Ze zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego informacji wynika jednocześnie, że żaden z operatorów kin wielosalowych zlokalizowanych na terenie Warszawy nie planuje w okresie najbliższych trzech lat zamknięcia prowadzonych obiektów kinowych.

4.2. Gdańsk, Sopot oraz Gdynia

Ze zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego informacji wynika, że żaden z operatorów kin wielosalowych nie planuje w okresie najbliższych trzech lat otwarcia lub zamknięcia prowadzonych obiektów kinowych na terenie Gdańska, Sopotu oraz Gdyni.

5. Konkurencja pomiędzy sieciami kinowymi na poziomie krajowym

Organ antymonopolowy ustalił także, że choć bezpośrednia konkurencja między kinami ma charakter lokalny, sieci kin konkurują również na poziomie krajowym. Na tym szczeblu opracowują strategie rynkowe (podejmują decyzje o repertuarze, stosowanych strategiach cenowych, czy też procedurach i standardach obsługi klientów), w szczególności zaś decydują o wejściu na poszczególne rynki lokalne lub ich opuszczeniu. Tym samym pozycja poszczególnych sieci kin na poziomie krajowym będzie w dużym stopniu determinować poziom potencjalnej konkurencji, tj. możliwości i bodźce do wejścia na poszczególne rynki lokalne, na których poszczególne kina konkurują bezpośrednio.

6. Pozostałe rynki wspólne dla uczestników koncentracji

6.1. Rynek wynajmu powierzchni handlowo-usługowej, przeznaczonej do prowadzenia działalności kinowej w centrach handlowych (strona popytowa).

Zarówno istniejące, jak i planowane obiekty kinowe uczestników koncentracji znajdują bądź będą się znajdować w centrach handlowych. Tym samym Multikino oraz Cinema 3D prowadzą działalność polegającą na wyświetlaniu filmów w kinach, wynajmując w tym celu powierzchnię handlowo-usługową od podmiotów aktywnych w zakresie wynajmu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych (strona podaźowa), podczas gdy same są aktywne po stronie popytowej.

6.1.1. Rynek w aspekcie produktowym.



Prezes Urzędu zdecydował się wyznaczyć na potrzeby niniejszej koncentracji rynek wynajmu powierzchni handlowo-usługowej przeznaczonej do prowadzenia działalności kinowej w centrach handlowych (strona popytowa). Jak wynika bowiem z ustaleń poczynionych w toku postępowania antymonopolowego, proces powstawania nowych obiektów kinowych jest przeważnie powiązany z przedsięwzięciami budowlanymi, polegającymi na wznoszeniu nowego bądź rozbudowie istniejącego centrum handlowego. W toku takiego procesu deweloper (bądź wynajmujący), co do zasady, przedstawia oferty najmu powierzchni handlowo-usługowej operatorom kinowym, którzy w jego ocenie mogliby być zainteresowani współpracą. Należy przy tym zwłaszcza zwrócić uwagę na, związane ze specyfiką działalności kinowej, koszty adaptacji wynajmowanej powierzchni, które występują w przypadku zmiany najemcy będącego operatorem kinowym na innego najemcę, nieprowadzącego działalności kinowej (bądź odwrotnie). W ocenie Prezesa Urzędu okoliczność ta w konsekwencji determinuje fakt, że dana część powierzchni handlowo-usługowej w centrum handlowym pozostaje po jej stronie popytowej ograniczona, w pewnym zakresie, do grona operatorów kinowych. Nie wyklucza to jednak definitywnie możliwości zaadaptowania powierzchni handlowo-usługowej przeznaczonej dotychczas do prowadzenia działalności kinowej na potrzeby najemców prowadzących odmienną działalność, niezwiązaną z wyświetlaniem filmów w kinach.

6.1.2. Rynek w aspekcie geograficznym.

Konkurencja między potencjalnymi najemcami prowadzącymi działalność kinową odbywa się na dwóch poziomach. Działające na poziomie krajowym sieci kinowe mogą podejmować decyzje o wejściu na dowolny rynek lokalny. Niemniej jednak na poziomie lokalnym poszczególne sieci mogą mieć zróżnicowane bodźce do otwarcia kina w danej lokalizacji, jak również przypisywać takiemu kinu odmienną wartość i w konsekwencji mieć odmienną skłonność do przedstawienia zarządcy danej powierzchni atrakcyjnej oferty. Przykładowo, operator o silnej obecności w danym mieście może być mniej skłonny do otwierania w nim kolejnego kina, ponieważ będzie ono w dużej mierze odbierać klientów jego dotychczasowym obiektom. Tym samym operator taki albo nie będzie zainteresowany nową powierzchnią przeznaczoną do prowadzenia działalności kinowej albo też będzie skłonny zaoferować jej właścicielowi mniej korzystne warunki, odzwierciedlające niewielką atrakcyjność takiej oferty dla wspomnianego operatora. Z kolei operator dotychczas nieobecny w danym mieście, może mieć silniejsze bodźce do otwierania nowego obiektu, który nie będzie konkurować z innymi kinami tego operatora.

Tym samym konkurencja między operatorami kinowymi o powierzchnię handlowo-usługową przeznaczoną do prowadzenia działalności kinowej w centrach handlowych ma dwa aspekty: krajowy i lokalny. Operatorzy kinowi działają i mogą działać w całej Polsce, jednak intensywność konkurencji między nimi o możliwość otwarcia kina w konkretnym miejscu zależy od szeregu czynników i, co do zasady, będzie zróżnicowana dla poszczególnych centrów handlowych. Biorąc pod uwagę, że związane z rozpatrywanym rynkiem właściwym potencjalne skutki niniejszej koncentracji dotyczą zmniejszenia intensywności konkurencji



zachodzącej pomiędzy operatorami kinowymi o powierzchnię handlowo-usługową w centrach handlowych przeznaczoną do prowadzenia działalności kinowej w odniesieniu do terenu całej Polski (choć efekt ten może być zróżnicowany w odniesieniu do poszczególnych centrów handlowych), Prezes Urzędu przyjął zasięg rynku geograficznego jako krajowy.

6.1.3. Pozycja rynkowa uczestników koncentracji.

Prezes Urzędu odstąpił od wskazywania pozycji rynkowej uczestników koncentracji w rynku wynajmu powierzchni handlowo-usługowej, przeznaczonej na prowadzenie działalności kinowej w centrach handlowych (strona popytowa) w oparciu o udziały rynkowe (np. udział w liczbie widzów kinowych w Polsce). Zdaniem organu antymonopolowego wielkość udziałów nie ma w przypadku wskazanego rynku kluczowego znaczenia, bowiem skłonność ulokowania swojego obiektu kinowego w danym centrum handlowym nie jest w sposób bezpośredni powiązana z posiadanymi udziałami rynkowymi. O ile ogólny potencjał organizacyjny i skala działalności mogą zwiększać możliwość otwarcia nowego obiektu, większa liczba posiadanych obiektów w okolicach danego centrum handlowego może ograniczać skłonność do otwarcia kina w danym obiekcie, z uwagi na fakt, iż nowy obiekt będzie w dużej mierze przyciągał klientów już funkcjonujących kin danego operatora. Tym samym udział rynkowy może być negatywnie powiązany ze skłonnością do walki konkurencyjnej o możliwość otwarcia obiektu kinowego w danej lokalizacji.

B) uzasadnienie braku wpływu koncentracji na rynek w układzie wertykalnym

W toku przeprowadzonego postępowania nie zidentyfikowano żadnych rynków, na które przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym (pionowym), bowiem przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji nie prowadzą działalności na rynkach będących jednocześnie rynkami poprzedniego bądź następnego szczebla obrotu, oraz w których indywidualny lub łączny udział tych przedsiębiorców przekraczałby 30%.

Przeprowadzone postępowanie antymonopolowe wykazało jednak, że pomiędzy uczestnikami koncentracji zachodzą powiązania wertykalne, na następujących rynkach właściwych:

- rynek reklamy kinowej (strona podaźowa), na którym aktywna jest zarówno Grupa Multikino, jak i Cinema 3D,
- rynek reklamy kinowej (strona popytowa), na którym aktywna jest wyłącznie Grupa Multikino.

Rynek reklamy kinowej (strona podaźowa) – ujęcie produktowe oraz geograficzne

Definicję produktową oraz geograficzną rynku reklamy kinowej (strona podaźowa) przedstawiono w ramach uzasadnienia określenia rynków w aspekcie produktowym i geograficznym, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym.



Rynek reklamy kinowej (strona popytowa) – ujęcie produktowe oraz geograficzne

Prezes Urzędu ustalił, że podmiotami prowadzącymi działalność na rynku reklamy kinowej po stronie popytowej są brokerzy reklamy kinowej, którzy zawierają umowy z podmiotami zainteresowanymi przeprowadzeniem kampanii reklamowych w kinach, tj. z domami mediowymi bądź bezpośrednio z klientami końcowymi.

Umowy podpisywane przez brokerów reklamowych z klientami (domami mediowymi bądź klientami końcowymi) nie zawierają zazwyczaj klauzul wyłączności. Możliwe jest jednak zawarcie umowy na wyłączność pomiędzy brokerem reklamowym a jego klientem dla celów przeprowadzenia konkretnej kampanii reklamowej. W takiej sytuacji kampania reklamowa jest realizowana wyłącznie w kinach współpracujących z danym brokerem reklamowym. Sytuacje takie występują jednak w praktyce bardzo rzadko.

Prezes Urzędu ustalił jednocześnie, że operatorzy kinowi mają możliwość bezpośredniego prowadzenia działalności reklamowej na rzecz klientów końcowych, bez pośrednictwa brokerów reklamy kinowej. Klientami tymi są najczęściej tzw. kluczowi partnerzy biznesowi. Wszelkie inne rodzaje działalności reklamowej (niż świadczone na rzecz kluczowych partnerów biznesowych) wymagają zazwyczaj zgody brokera reklamy kinowej. W praktyce zgoda taka jest wydawana wtedy, gdy operator kinowy dysponuje wolnym czasem ekranowym oraz gdy reklama nie stoi w konflikcie z kampaniami reklamowymi realizowanymi przez brokera reklamowego. Należy jednak podkreślić, że w przeważającej mierze operatorzy kinowi sprzedają reklamę kinową za pośrednictwem brokerów reklamowych, a bezpośrednia działalność reklamowa operatorów kinowych ma charakter marginalny.

Prezes Urzędu podziela przedstawioną przez Zgłaszającego argumentację, uznając, że podmiotami aktywnymi po stronie popytowej rynku reklamy kinowej są wyłącznie brokerzy reklamy kinowej, w tym zwłaszcza okoliczność, że zarówno Multikino (jako operator kinowy), jak i Cinema 3D, a także pozostali operatorzy kinowi nie rywalizują o budżety reklamowe na rynku mediowym, w przeciwieństwie do brokerów reklamowych. Tym samym, przy obliczaniu pozycji rynkowej uczestników koncentracji oraz ich konkurentów na rynku reklamy kinowej (strona popytowa) Prezes Urzędu nie brał pod uwagę bezpośredniej, tj. prowadzonej bez pośrednictwa brokerów reklamy kinowej, działalności operatorów kinowych w zakresie reklamy kinowej.

W ocenie organu antymonopolowego rynek reklamy kinowej (strona popytowa) ma zasięg krajowy, za czym przemawiają argumenty przytoczone już przez Prezesa Urzędu w ramach uzasadnienia określenia rynków w aspekcie produktowym i geograficznym, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym.

Pozycja rynkowa uczestników koncentracji



Krajowy rynek reklamy kinowej (strona podażowa)

Jak zostało wskazane powyżej, po stronie podażowej rynku reklamy kinowej obecni są obaj uczestnicy koncentracji: zarówno Grupa Multikino – za pośrednictwem Multikino (operatora kinowego), jak i Cinema 3D.

Na podstawie danych zgromadzonych w toku przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, że udział Multikino w rynku reklamy kinowej (strona podażowa) wyniósł w 2017 r. ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów¹³). Z kolei udział Cinema 3D w tym rynku wyniósł w 2017 r. ok. [0-5]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [0-5]% (wg wielkości przychodów). Łączny udział uczestników koncentracji wyniósł więc w 2017 r. ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów).

Krajowy rynek reklamy kinowej (strona popytowa)

Po stronie popytowej rynku reklamy kinowej obecny jest jedynie aktywny uczestnik koncentracji, działający za pośrednictwem brokera reklamy kinowej Multikino Media sp. z o.o.

Na podstawie danych zgromadzonych w toku przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, że udział Grupy Multikino w rynku reklamy kinowej (strona popytowa) wyniósł w 2017 r. ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów).

Podsumowując, niniejsza koncentracja nie wywiera wpływu w układzie wertykalnym na żaden z rynków właściwych, będących rynkiem poprzedniego lub następnego szczebla obrotu, bowiem indywidualny ani łączny udział przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w żadnym z tych rynków nie przekroczył w 2017 r. progu 30%.

Jednocześnie Prezes Urzędu wskazuje, że istniejące pomiędzy uczestnikami koncentracji powiązania wertykalne nie wpłyną negatywnie na wskazane rynki właściwe z następujących względów:

- w wyniku koncentracji nie nastąpi zmiana relacji dostawca-odbiorca: Cinema 3D łączy bowiem z Multikino Media sp. z o.o. umowa **[tajemnica przedsiębiorstwa]**, na podstawie której uczestnicy koncentracji współpracują w zakresie reklamy kinowej, **[tajemnica przedsiębiorstwa]**,

¹³ Przy obliczaniu pozycji rynkowej uczestników koncentracji pod względem wielkości przychodów Prezes Urzędu wziął pod uwagę przychód osiągnięty przez brokera reklamowego z tytułu współpracy z danym operatorem kinowym. Uproszczenie to wynika z ograniczonego zasięgu badania rynkowego, nie obejmującego wszystkich operatorów kinowych w Polsce.



- Grupa Multikino będzie musiała mierzyć się z silną konkurencją po stronie popytowej rynku reklamy kinowej ze strony następujących przedsiębiorców: New Age Media sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, KinAds sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie oraz Tandemmedia/Broker Reklamy Radiowej i Kinowej Doradztwo Mediowe sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, których udział w rynku w 2017 r. wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa kształtował się odpowiednio: ok. [30-40]%, ok. [20-30]% oraz ok. [20-30]%. Natomiast udział tych podmiotów w 2017 r. liczony wg wielkości przychodów wyniósł dla: New Age Media sp. z o.o. – ok. [40-50]%, KinAds sp. z o.o. sp. k. – ok. [10-15]% oraz Tandemmedia/Broker Reklamy Radiowej i Kinowej Doradztwo Mediowe sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – ok. [10-15]%.

C) uzasadnienie braku wpływu koncentracji na rynek w układzie konglomeratowym

W niniejszej sprawie nie występują rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, gdyż żaden z uczestników koncentracji nie dysponuje udziałem w jakimkolwiek rynku właściwym obejmującym terytorium Polski lub jego część, przekraczającym próg 40%.

Na podstawie zgromadzonego materiału i powyższych ustaleń organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Rodzaj decyzji Prezesa Urzędu w postępowaniach antymonopolowych w sprawach koncentracji jest uzależniony od tego czy koncentracja prowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji, czy też do takiego istotnego ograniczenia nie prowadzi. Jeżeli w wyniku koncentracji konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej, Prezes Urzędu, w drodze decyzji, wydaje zgodę na jej dokonanie (art. 18 ustawy *o ochronie konkurencji*). Jeżeli natomiast w wyniku koncentracji dochodzi do istotnego ograniczenia konkurencji, ale istnieje możliwość zniwelowania tego negatywnego wpływu poprzez nałożenie określonych zobowiązań na stronę (strony) postępowania i te zobowiązania strona (strony) przyjmie, Prezes Urzędu wydaje tzw. decyzję warunkową (art. 19 ustawy *o ochronie konkurencji*). W przypadku natomiast, kiedy koncentracja prowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji i brak jest możliwości zniwelowania tego negatywnego wpływu poprzez nałożenie określonych zobowiązań na stronę (strony) postępowania lub strona (strony) nie chce przyjąć takich zobowiązań Prezes Urzędu zobligowany jest generalnie do wydania decyzji zakazującej dokonania koncentracji (art. 20 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji*). Wyjątkiem jest sytuacja, kiedy taka koncentracja spełnia przesłanki z art. 20 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji*, tzn. gdy odstąpienie od zakazu dokonania koncentracji jest uzasadnione, w szczególności, kiedy koncentracja przyczyni się do rozwoju ekonomicznego lub postępu technicznego lub może wywrzeć pozytywny wpływ na gospodarkę narodową.



Podstawowym celem postępowania antymonopolowego w sprawach koncentracji jest zatem ustalenie, czy w wyniku zrealizowania zamierzonej transakcji dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku właściwym. Przykładem takiego istotnego ograniczenia konkurencji jest powstanie lub umocnienie pozycji dominującej. Zgodnie z art. 4 pkt 10 *ustawy o ochronie konkurencji przez pozycję dominującą* rozumie się pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%. Należy jednakże podkreślić, że o ile powstanie lub umocnienie pozycji dominującej będzie zawsze prowadziło do ograniczenia konkurencji na rynku, to do ograniczenia konkurencji może dojść także w przypadkach, kiedy w wyniku koncentracji nie powstaje lub nie umacnia się pozycja dominująca. Samo stwierdzenie „*istotne ograniczenie konkurencji*” wykracza zatem poza kwestię powstania lub umocnienia pozycji dominującej i ma szersze znaczenie. Obejmuje bowiem sytuacje, kiedy w wyniku dokonanej koncentracji konkurencja zostaje poważnie ograniczona, a nie wiąże się to z powstaniem pozycji dominującej – może to mieć miejsce przykładowo na rynkach oligopolistycznych.

Powyższe oznacza, że koncentracja jest dopuszczalna wówczas, gdy nie przeszkadza znacząco skutecznej konkurencji na rynku właściwym, w szczególności w wyniku powstania lub umocnienia pozycji dominującej. Jeżeli natomiast w jej wyniku konkurencja na rynku zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej, organ antymonopolowy zakazuje jej dokonania.

Oceniając rozpatrywaną koncentrację organ antymonopolowy stwierdził, iż w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku reklamy kinowej (strona podaźowa).

Uzasadniając powyższe należy wskazać, że krajowy rynek reklamy kinowej (strona podaźowa) jest rynkiem, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, bowiem łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku wyniósł w 2017 r. ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów), z czego udział Multikino wyniósł ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [20-30]% (wg wielkości przychodów), natomiast udział Cinema 3D wyniósł ok. [0-5]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [0-5]% (wg wielkości przychodów). Łączny udział rynkowy uczestników koncentracji jest zatem znacznie niższy (o ok. [5-10] punktów procentowych) od udziału, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże posiadanie pozycji dominującej, tj. 40%. Należy przy tym podkreślić, że wysokość łącznego udziału uczestników koncentracji wynika głównie z dotychczasowego udziału Multikino w krajowym rynku reklamy kinowej (strona podaźowa). W wyniku przejęcia przez Multikino kontroli nad Cinema 3D udział ten ulegnie zwiększeniu jedynie o ok. [0-5] punkty procentowe (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa)



oraz ok. [0-5] punktu procentowego (wg wielkości przychodów). Wskazać przy tym należy, że zmiany w wysokości udziałów wynoszące do 4 punktów procentowych traktowane są zasadniczo w orzecznictwie organu antymonopolowego jako mało znaczące.¹⁴

Ponadto uczestnicy koncentracji spotykają się na wyżej wymienionym rynku z konkurentami o istotnej pozycji rynkowej. Największymi konkurentami uczestników koncentracji na krajowym rynku reklamy kinowej (strona podaźowa) są bowiem Cinema City oraz Helios, których udziały w 2017 r. wyniosły odpowiednio: ok. [50-60]% (wg wielkości przychodów) i ok. [30-40]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa) oraz ok. [15-20]% (wg wielkości przychodów) i ok. [20-30]% (wg liczby widzów, do której dotarła reklama kinowa). Ponadto przy ocenie pozycji rynkowej uczestników koncentracji należy wziąć pod uwagę fakt, iż wielkość udziałów Multikino oraz Cinema 3D w krajowym rynku reklamy kinowej (strona podaźowa) jest z dużą dozą prawdopodobieństwa zawyżona. Wynika to przede wszystkim z ograniczonego zasięgu badania rynkowego, nieobejmującego wszystkich operatorów kinowych w Polsce, a ograniczonego wyłącznie do operatorów prowadzących kina na terenie Warszawy oraz Gdańska, Gdyni i Sopotu. Znaczna liczba operatorów kinowych w Polsce nie została więc objęta przez Prezesa Urzędu badaniem rynku, a tym samym przytoczone przez organ antymonopolowy dane nie obejmują ich pozycji rynkowej.

Wstępna analiza skutków niniejszej koncentracji wykazała natomiast, iż realizacja przedmiotowej koncentracji może doprowadzić do istotnego ograniczenia konkurencji na następujących rynkach właściwych:

- rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie,
- rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku,
- rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie,
- krajowym rynku wynajmu powierzchni handlowo-usługowej, przeznaczonej do prowadzenia działalności kinowej w centrach handlowych (strona popytowa).

¹⁴ Wyjaśnienia dotyczące oceny przez Prezesa UOKiK zgłaszanych koncentracji, str. 38.



Z uwagi na powyższe, na podstawie art. 96a ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji organ antymonopolowy wystosował 18 lutego 2019 r. zastrzeżenia wobec planowanej koncentracji. W uzasadnieniu swojego stanowiska Prezes Urzędu przedstawił następującą argumentację:

I. Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie.

Biorąc pod uwagę pozycję uczestników koncentracji na rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie (z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych) Prezes Urzędu wskazał, iż łączny udział uczestników koncentracji po realizacji niniejszej transakcji wyniesie ok. [30-40]% wg liczby sal oraz ok. [30-40]% wg liczby foteli. Przyrost udziału rynkowego Multikino, jaki nastąpi na skutek przejęcia kontroli nad Cinema 3D, wyniesie ok. [10-15] punktów procentowych wg liczby sal oraz ok. [5-10] punktów procentowych wg liczby foteli, a tym samym spowoduje umocnienie pozycji rynkowej Multikino na tym rynku właściwym.

Ponadto Prezes Urzędu stwierdził, że w wyniku dokonania niniejszej koncentracji nastąpi zmniejszenie liczby aktywnych (w dacie wydania zastrzeżeń wobec koncentracji) sieciowych operatorów kinowych z trzech (Cinema City, Multikino, Cinema 3D) do dwóch (Multikino oraz Cinema City). Organ antymonopolowy wskazał jednocześnie, iż planowane w okresie najbliższych trzech lat wejścia na omawiany rynek nie zmienią zasadniczo sytuacji na tym rynku właściwym. Prezes Urzędu podkreślił bowiem, iż obiekty kinowe sieci Helios oraz OHKINO są pierwszymi obiektami kinowymi tych operatorów w Warszawie. W ocenie organu antymonopolowego, ich pozycja rynkowa, tj. w przypadku Helios - ok. [5-10]% wg liczby sal i ok. [0-5]% wg liczby foteli oraz w przypadku OHKINO – ok. [5-10]% wg liczby sal, nie pozwoli na efektywne konkurowanie z kinami należącymi do sieci Cinema City oraz Multikino, bowiem Cinema City oraz Multikino wciąż dysponować będą znaczną przewagą rynkową nad pozostałymi konkurentami. Udział Cinema City wynosić będzie bowiem ok. [50-60]% wg liczby sal oraz ok. [50-60]% wg liczby foteli, natomiast Multikino dysponować będzie udziałem na poziomie ok. [30-40]% wg liczby sal oraz ok. [30-40]% wg liczby foteli.

Prezes Urzędu zaznaczył jednocześnie, że z informacji uzyskanych zarówno od uczestników koncentracji, jak i przedsiębiorców objętych badaniem rynku, wynika, że brak jest innych, poza wyżej wskazanymi, planowanych wejść na omawiany rynek w okresie najbliższych trzech lat (biorąc pod uwagę wszystkich operatorów kinowych wielosalowych, tj. sieciowych i niesieciowych).



II. *Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku.*

Biorąc pod uwagę pozycję uczestników koncentracji na rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku Prezes Urzędu wskazał, iż łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. przekroczył 40%, tj. próg, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej, w każdym z zaprezentowanych ujęć, tj. ok. [40-50]% wg liczby sal, ok. [40-50]% wg liczby foteli, ok. [40-50]% wg wielkości przychodów oraz ok. [40-50]% wg liczby widzów.

Zastrzeżenia organu antymonopolowego w przypadku oceny wpływu niniejszej koncentracji na rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku wzbudził również fakt, iż w wyniku jej dokonania nastąpi zmniejszenie liczby sieciowych operatorów kinowych, prowadzących działalność na terenie Gdańska i Sopotu z trzech (Helios, Multikino, Cinema 3D) do dwóch (Helios i Multikino). Przejęcie przez Multikino kontroli nad Cinema 3D doprowadzi więc do powstania faktycznego duopolu na rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i okolicach.

Mając na względzie planowane otwarcia i zamknięcia obiektów kinowych, Multikino po przejściu kontroli nad Cinema 3D dysponować będzie udziałem na poziomie ok. [40-50]% (wg liczby sal) oraz ok. [50-60]% (wg liczby foteli), tak więc przekroczy próg 40%, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Jedynym konkurentem aktywnego uczestnika koncentracji pozostanie Helios z udziałem na poziomie ok. [50-60]% (wg liczby sal) oraz ok. [40-50]% (wg liczby foteli).

Organ antymonopolowy wskazał również, iż przyrost udziału Multikino, jaki nastąpi na skutek dokonania koncentracji, nie jest pomijalny i wynosi ok. [10-15] punktów procentowych, zarówno wg liczby sal, jak i wg liczby foteli. Tym samym przejęcie przez Multikino kontroli nad Cinema 3D istotnie wzmocni pozycję rynkową Zgłaszającego na rynku wyświetlania filmów w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę fakt zamknięcia jedyne kina Cinema City w Gdańsku w sierpniu 2018 r. oraz brak planów otwarcia przez tego operatora nowych obiektów na terenie Trójmiasta. Ponadto żaden z pozostałych konkurentów uczestników koncentracji (w tym również operatorzy kin niesieciowych) nie planuje w okresie trzech najbliższych lat otwarcia żadnego kina wielosalowego na terenie Gdańska, Sopotu czy Gdyni.



III. Rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie.

Prezes Urzędu wskazał, że łączny udział uczestników koncentracji w rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczony 30-minutowym promieniem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie (z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych) wyniesie ok. [30-40]% wg liczby sal oraz ok. [30-40]% wg liczby foteli. Przyrost udziału rynkowego Multikino, jaki nastąpi na skutek przejścia kontroli nad Cinema 3D wynosi ok. [10-15] punktów procentowych wg liczby sal oraz ok. [5-10] punktów procentowych wg liczby foteli, a tym samym spowoduje umocnienie pozycji rynkowej Multikino.

Prezes Urzędu podkreślił, iż w wyniku dokonania niniejszej koncentracji nastąpi zmniejszenie liczby aktywnych (w dacie wydania zastrzeżeń wobec koncentracji) sieciowych operatorów kinowych z trzech (Cinema City, Multikino, Cinema 3D) do dwóch (Multikino oraz Cinema City). Planowane wejścia dwóch operatorów sieciowych, tj. OHKINO oraz Helios nie zmienią przy tym zasadniczo sytuacji na przedmiotowym rynku właściwym. Są to bowiem pierwsze obiekty kinowe tych operatorów w Warszawie. W ocenie organu antymonopolowego ich pozycja rynkowa, tj. w przypadku Helios - ok. [0-5]% wg liczby sal oraz ok. [0-5]% wg liczby foteli oraz w przypadku OHKINO – ok. [5-10]% wg liczby sal, nie pozwoli im na efektywne konkurowanie z kinami sieciowymi należącymi do Cinema City oraz Multikino. Cinema City oraz Multikino wciąż dysponować będą bowiem znaczną przewagą rynkową nad pozostałymi konkurentami. Udział Cinema City wynosić będzie bowiem ok. [50-60]% wg liczby sal oraz ok. [50-60]% wg liczby foteli, natomiast Multikino dysponować będzie udziałem na poziomie ok. [30-40]% zarówno wg liczby sal, jak i wg liczby foteli. Prezes Urzędu zaznaczył również, że brak jest innych, poza wyżej wymienionymi, planowanych wejść na omawiany rynek w okresie najbliższych trzech lat (biorąc pod uwagę wszystkich operatorów kin wielosalowych, tj. sieciowych i nie sieciowych).

W rozwinięciu uzasadnienia zastrzeżeń wobec koncentracji organ antymonopolowy zaznaczył ponadto, że przejście przez Multikino kontroli nad Cinema 3D spowoduje zmniejszenie liczby sieciowych operatorów kinowych prowadzących działalność w skali ogólnopolskiej z sześciu (Helios, Cinema City, Multikino, Cinema 3D, OHKINO oraz Planet Cinema) do pięciu (Helios, Cinema City, Multikino, OHKINO oraz Planet Cinema), z których trzech będzie posiadało liczącą się pozycję, tj. Helios, Cinema City oraz Multikino. Pomiędzy trzema największymi operatorami kinowymi w Polsce, tj. Multikino, Helios oraz Cinema City a pozostałymi sieciami kinowymi istnieje bowiem znaczna dysproporcja w zakresie prowadzonej liczby obiektów kinowych. Helios jest bowiem operatorem 46 kin na terenie Polski, Cinema City – 34, a Multikino – 31, podczas gdy do sieci OHKINO oraz Planet Cinema należą po 3 obiekty kinowe.



Ponadto, z uwagi na istnienie silnego, w ocenie Prezesa Urzędu, powiązania pomiędzy działalnością podmiotów aktywnych w zakresie wynajmu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych a rynkiem wyświetlania filmów w kinach wielosalowych, Prezes Urzędu wskazał, iż zmniejszenie liczby sieciowych operatorów kinowych, zarówno w skali kraju, jak i w skali lokalnej (Warszawa oraz Gdańsk i Sopot) spowoduje pogorszenie pozycji negocjacyjnej przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie wynajmu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych.

Pismem z 19 marca 2019 r. Zgłaszający na podstawie 96a ust. 4 *ustawy o ochronie konkurencji*, przedstawił odpowiedź na zastrzeżenia Prezesa Urzędu.

Zgłaszający wskazał, że Prezes Urzędu w sposób nieuzasadniony odstąpił od dotychczasowej praktyki orzeczniczej dotyczącej rynku wyświetlania filmów w kinach oraz zakwestionował przyjętą przez Prezesa Urzędu w zastrzeżeniach wobec koncentracji definicję produktową, tj. rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych. Zgłaszający, powołując się na informacje pozyskane z *[tajemnica przedsiębiorstwa]*. Z danych tych wynika, że repertuar kin niesieciowych oraz kin sieciowych pokrywa się od *[tajemnica przedsiębiorstwa]*% do *[tajemnica przedsiębiorstwa]*%. Zgłaszający podkreślił równocześnie, że z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]* wynika, że repertuar kinowy jest najważniejszym czynnikiem wpływającym na decyzje widzów o wyborze danego kina. Ponadto wśród czynników wpływających na wybór kina przez konsumentów przynależność do sieci kinowej wskazywano dopiero na *[tajemnica przedsiębiorstwa]* miejscu. Multikino wskazało, że zbliżone wnioski wypływają z badania przeprowadzonego przez *[tajemnica przedsiębiorstwa]*, bowiem najistotniejszym kryterium wskazywanym przy wyborze kina przez widzów jest repertuar, natomiast fakt, że kino należy do ogólnopolskiej sieci respondenci wskazali dopiero na *[tajemnica przedsiębiorstwa]* miejscu.

W odniesieniu do zachodzącej pomiędzy operatorami sieciowymi konkurencji na poziomie krajowym oraz rynków wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonych 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie oraz kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie Zgłaszający podniósł, że organ antymonopolowy pominął przy dokonywaniu oceny koncentracji fakt, iż Instytucja Filmowa MAX-FILM S.A. (Novekino) jest operatorem sieciowym, posiadającym 5 obiektów kinowych na terenie Polski, w tym w Warszawie (Novekino Kino „Wisła”). Tym samym pozycja rynkowa Instytucji Filmowej MAX-FILM S.A. powinna być uwzględniona przez Prezesa Urzędu w ramach oceny koncentracji na dwóch rynkach właściwych na terenie Warszawy, a także w skali ogólnopolskiej. Zgłaszający podniósł również, iż Prezes Urzędu nie wziął pod uwagę planów operatora Helios S.A., który zadeklarował otwarcie kilku kin wielosalowych w Warszawie w nadchodzących latach.



Zgłaszający nie zakwestionował przyjętej przez Prezesa Urzędu definicji geograficznej, wyznaczonej w oparciu o kryterium 30-minutowego czasu dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do danego obiektu kinowego.

Zgłaszający podniósł również, że obecność uczestników koncentracji na rynku najmu powierzchni handlowej ograniczona jest do wynajmu części powierzchni dostępnej w centrach handlowych do celów prowadzenia działalności kinowej. Kina są jednym z kilku rodzajów najemców oferujących rozrywkę, ale nie są niezbędnym elementem centrów handlowych. Zgłaszający wskazał przy tym, że również Prezes Urzędu w swoich dotychczasowych decyzjach dotyczących rynku wynajmu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych (na przykład w decyzji DKK-64/10 z 12 lipca 2010 r.) uznał, że kina są jedynie jednym z kilku najemców oferujących rozrywkę, ale nie są kluczowymi najemcami (tzw. *anchor tenants*). Za kluczowych najemców były przez Prezesa Urzędu uznawane za to następujące grupy najemców: sieci odzieżowe, spożywcze oraz sklepy z artykułami wykończenia i wyposażenia wnętrz. Na podstawie danych z *[tajemnica przedsiębiorstwa]* Zgłaszający wskazał również, że ponad 28% działających w Polsce centrów handlowych w ogóle nie posiada kina. Tym samym, choć kina zlokalizowane są w centrach handlowych, to nie są niezbędne dla ich powstania czy dalszego istnienia. Dodatkowo, nie we wszystkich nowo otwieranych centrach handlowych znajdują się kina, na dowód czego Zgłaszający przedłożył listę centrów handlowych o powierzchni pow. 20 000 m² GLA, w których brak jest kin (w tym np. Serenada w Krakowie, Galeria Krakowska czy Galeria Dominikańska we Wrocławiu). Zgłaszający podniósł również, że kina odpowiadają za niewielką część przychodów galerii handlowych (na podstawie danych z *[tajemnica przedsiębiorstwa]* Zgłaszający ustalił, że poniżej 5% całkowitych przychodów galerii handlowych to przychody z najmu pod działalność kinową) z tytułu wynajmu powierzchni handlowej. W związku z tym ani centra handlowe, ani ich właściciele w ekonomicznym znaczeniu nie są zależni od operatorów kinowych. Z powyższego, zdaniem Zgłaszającego wynika, że nawet jeśli właściciele centrów handlowych musieliby liczyć się z niższymi czynszami od operatorów kin, to tylko nieznacznie wpłynęłoby to na ich działalność.

Natomiast w odniesieniu do rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonego 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku Zgłaszający wskazał, iż wyraża gotowość podjęcia z Prezesem Urzędu negocjacji dotyczących zgody warunkowej w odniesieniu do wyżej wymienionego rynku właściwego.

Organ antymonopolowy po ponownej analizie zgromadzonego materiału dowodowego uznał, że bez względu na przyjęty zasięg produktowy (rynek w szerszym ujęciu produktowym, tj. rynek wyświetlania filmów w kinach wielosalowych bądź - alternatywnie - rynek w węższym ujęciu produktowym, tj. rynek wyświetlania filmów w kinach sieciowych) w wyniku dokonania niniejszej koncentracji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na następujących rynkach właściwych:



- wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie bądź - alternatywnie - wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie,
- wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie bądź - alternatywnie - wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Młociny w Warszawie,
- krajowym rynku wynajmu powierzchni handlowo-usługowej, przeznaczonej do prowadzenia działalności kinowej w centrach handlowych (strona popytowa).

Jak wynika z ustaleń Prezesa Urzędu, łączny udział uczestników koncentracji w rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie, z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych w okresie najbliższych trzech lat, wyniesie po dokonaniu niniejszej koncentracji ok. [20-30]% wg liczby sal oraz ok. [20-30]% wg liczby foteli (Multikino – ok. [15-20]% wg liczby sal, ok. [20-30]% wg liczby foteli; Cinema 3D – ok. [10-15]% wg liczby sal, ok. [5-10]% wg liczby foteli). Największym konkurentem Multikino, a zarazem podmiotem o największej pozycji rynkowej, będzie Cinema City, którego udział w rynku właściwym będzie wynosił ok. [40-50]% (wg liczby sal) oraz [40-50]% (wg liczby foteli). Pozostałymi konkurentami Multikino oraz Cinema City będą: Helios – ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli), OHKINO – ok. [0-5]% (wg liczby sal), Viktonex sp. z o.o. - ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Kinoteka Multiplex sp. z o.o. - ok. [0-5]%, (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Meteora Films sp. z o.o. – ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Stowarzyszenie Filmowców Polskich – ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Filmoteka Narodowa – Instytut Audiowizualny - ok. [0-5]% (wg liczby sal), Projekt Kino sp. z o.o. – ok. [0-5]% (wg liczby sal), Gutek Film sp. z o.o. - ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli), Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica – ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz Instytucja Filmowa Max-Film S.A. - ok. [0-5]% oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli).

Natomiast w przypadku przyjęcia węższej definicji produktowej, tj. rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie, z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych w okresie najbliższych 3 lat, łączny udział uczestników koncentracji wyniesie po dokonaniu



niniejszej transakcji ok. [30-40]% wg liczby sal oraz wg liczby foteli (Multikino – ok. [20-30]% wg liczby sal oraz ok. [20-30]% wg liczby foteli; Cinema 3D – ok. [15-20]% wg liczby sal oraz ok. [5-10]% wg liczby foteli). Największym konkurentem Multikino, a zarazem podmiotem o największej pozycji rynkowej również będzie Cinema City, którego udział w rynku właściwym będzie wynosił ok. [40-50]% (wg liczby sal) i ok. [50-60]% (wg liczby foteli). Pozostałymi konkurentami Multikino oraz Cinema City będą: Helios – ok. [5-10]% wg liczby sal oraz ok. [0-5]% wg liczby foteli, OHKINO – ok. [5-10]% (wg liczby sal) oraz Instytucja Filmowa Max-Film S.A. (Novekino) - ok. [0-5]% oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli).

Prezes Urzędu ustalił ponadto, iż po przejęciu przez Multikino kontroli nad Cinema 3D łączny udział uczestników koncentracji w rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie, z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych w okresie najbliższych 3 lat, wyniesie ok. [20-30]% wg liczby sal oraz ok. [30-40]% wg liczby foteli (Multikino – ok. [15-20]% wg liczby sal oraz ok. [20-30]% wg liczby foteli; Cinema 3D – ok. [5-10]% wg liczby sal oraz ok. [5-10]% wg liczby foteli). Największym konkurentem Multikino, a zarazem podmiotem o największej pozycji rynkowej będzie Cinema City, którego udział w rynku właściwym będzie wynosił ok. [40-50]% (wg liczby sal) oraz ok. [50-60]% (wg liczby foteli). Pozostałymi konkurentami Multikino oraz Cinema City będą: Helios – ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli), OHKINO – ok. [0-5]% (wg liczby sal), Viktonex sp. z o.o. - ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Kinoteka Multiplex sp. z o.o. - ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Meteora Films sp. z o.o. – ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Stowarzyszenie Filmowców Polskich – ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Filмотeka Narodowa – Instytut Audiowizualny - ok. [0-5]% (wg liczby sal), Projekt Kino sp. z o.o. – ok. [0-5]% (wg liczby sal), Gutek Film sp. z o.o. - ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli), Fundacja Edukacji i Sztuki Filmowej Macieja Ślesickiego i Bogusława Lindy Laterna Magica – ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz Instytucja Filmowa Max-Film S.A. - ok. [0-5]% (wg liczby sal oraz wg liczby foteli).

W przypadku przyjęcia węższej definicji produktowej, tj. rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie, z uwzględnieniem planowanych otwarć i zamknięć obiektów kinowych w okresie najbliższych 3 lat, łączny udział uczestników koncentracji po przejęciu przez Multikino kontroli nad Cinema 3D wyniesie ok. [30-40]% wg liczby sal oraz ok. [30-40]% wg liczby foteli (Multikino – ok. [20-30]% wg liczby sal oraz ok. [20-30]% wg liczby foteli; Cinema 3D – ok. [10-15]% wg liczby sal oraz ok. [5-10]% wg liczby foteli). Największym konkurentem Multikino, a zarazem podmiotem o największej pozycji rynkowej będzie Cinema City, którego udział w rynku właściwym będzie wynosił ok. [50-60]% (wg liczby sal) i [50-60]% (wg liczby foteli). Pozostałymi konkurentami Multikino oraz Cinema City będą:



Helios – ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli), OHKINO – ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz Instytucja Filmowa Max-Film S.A. - ok. [0-5]% (wg liczby sal) oraz ok. [0-5]% (wg liczby foteli).

Oceniając skutki przejęcia przez Multikino kontroli nad Cinema 3D w odniesieniu do każdego z powyższych lokalnych rynków właściwych na terenie Warszawy należy wskazać, że łączny udział Multikino po dokonaniu niniejszej koncentracji nie przekroczy w żadnym z zaprezentowanych ujęć progu 40%, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Podmiotem dysponującym największym udziałem rynkowym pozostanie w dalszym ciągu Cinema City, które wciąż będzie dysponować istotną przewagą nad Multikino. Zdaniem Prezesa Urzędu, Multikino nie będzie więc w stanie, na skutek przejęcia kontroli nad Cinema 3D, samodzielnie kształtować warunków konkurencji na omawianych rynkach, a to z uwagi na zbyt słabą, własną pozycję rynkową oraz – z drugiej strony - występowanie licznej konkurencji, w tym szczególnie silnej presji konkurencyjnej wywieranej ze strony operatora kinowego Cinema City, posiadającego najwyższy udział we wskazanych rynkach właściwych. Podkreślenia wymaga również fakt, iż w ostatnich latach miały miejsce otwarcia nowych obiektów kinowych na terenie Warszawy, dokonane przez operatorów kinowych, nie posiadających swoich obiektów kinowych w tym mieście, takich jak np. Helios (otwarcie obiektu kinowego w lutym 2019 r.) czy Cinema 3D (otwarcie obiektu kinowego w listopadzie 2018 r. oraz planowane otwarcie kolejnego obiektu kinowego w maju 2019 r.), a także wejścia takie planowane są w najbliższych latach (operator OHKINO, który planuje otwarcie pierwszego kina wielosalowego w Warszawie w 2020 r.).

Ponadto z informacji zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego wynika, że operator Helios planuje otwarcie w nadchodzących latach kolejnych kilku obiektów kinowych w Warszawie. Co więcej, po przejęciu przez Multikino kontroli nad Cinema 3D na każdym z omawianych rynków konkurować będzie ze sobą 5 sieciowych operatorów kinowych (Cinema City, Multikino, Helios, OHKINO oraz Instytucja Filmowa Max-Film S.A (Novekino). Podkreślenia wymaga również okoliczność, iż pewną presję konkurencyjną na sieciowych operatorów kinowych wywierać będą również niesieciowe kina wielosalowe, które – jak wykazało przeprowadzone postępowanie antymonopolowe – konkurują w pewnym stopniu z kinami sieciowymi. W ocenie organu antymonopolowego powyższe dane świadczą o konkurencyjności omawianych rynków właściwych oraz możliwości rozwijania swojej sieci kinowej przez operatorów kinowych, którzy nie byli dotychczas obecni na tych rynkach, a dążą do otwarcia swoich obiektów kinowych w Warszawie. Ponadto zwrócić należy uwagę na brak istotnych barier regulacyjnych i prawnych, a także stosunkowo niewielkie koszty inwestycji polegającej na otwarciu nowego wielosalowego obiektu kinowego, co stwarza w ocenie Prezesa Urzędu wysokie prawdopodobieństwo zwiększenia się liczby obiektów kinowych na wskazanych rynkach właściwych, w tym również obiektów kinowych operatorów nieprowadzących dotychczas działalności w zakresie wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie. Jak wskazują bowiem ustalenia poczynione przez Prezesa Urzędu, rynki wyświetlania filmów w kinach wielosalowych (bądź alternatywnie – rynki wyświetlania filmów w kinach sieciowych) zlokalizowane na terenie



Warszawy są rynkami dynamicznie rozwijającymi się, na których pojawiają się nowe obiekty kinowe oraz nowi operatorzy kinowi. Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności powyższe stanowią wystarczające przesłanki do uznania, że w wyniku dokonania niniejszej koncentracji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji, w szczególności poprzez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej Multikino, na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź - alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie (rynek w szerszym ujęciu produktowym), a także rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Warszawie wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie (rynek w szerszym ujęciu produktowym) bądź – alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Warszawie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Galerii Atrium Reduta w Warszawie (rynek w szerszym ujęciu produktowym).

Oceniając natomiast skutki realizacji niniejszej koncentracji dla zachodzącej na poziomie krajowym konkurencji pomiędzy sieciowymi operatorami kinowymi, a w praktyce – dla presji związanej z potencjalnymi nowymi wejściami na rynki lokalne, Prezes Urzędu stwierdził, iż nie doprowadzi ona do istotnego ograniczenia konkurencji. Uzasadniając swoje stanowisko organ antymonopolowy wskazuje, że w wyniku przejęcia przez Multikino kontroli nad Cinema 3D na szczeblu krajowym pozostaną dwie sieci kinowe, tj. Helios oraz Cinema City, dysponujące zbliżonym potencjałem (biorąc pod uwagę liczbę obiektów kinowych na terenie Polski) co Multikino. Helios dysponuje bowiem siecią 47 kin, Cinema City – 34 kin, a Multikino - 32 kin¹⁵ (45 kin po dokonaniu koncentracji, włącznie z planowanym obiektem Cinema 3D w Galerii Młociny w Warszawie). Pozostali sieciowi operatorzy kinowi, tj. OHKINO, Planet Cinema oraz Novekino posiadają znacznie mniejsze sieci kinowe, tj. OHKINO oraz Planet Cinema – po 3 obiekty kinowe oraz Novekino – 5 obiektów. Należy przy tym jednak zwrócić uwagę na fakt, iż (jak wynika z zestawienia obiektów kinowych otwartych w ciągu ostatnich 5 lat w Polsce, przedłożonego w zgłoszeniu zamiaru koncentracji, wg stanu na dzień zgłoszenia), w okresie tym powstały 2 nowe sieci kinowe, tj. OHKINO oraz Planet Cinema, które w dalszym ciągu się rozwijają. Z informacji zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego wynika bowiem, że OHKINO planuje otwarcie kolejnych 4 kin wielosalowych - w Cieszynie, Kwidzynie, Warszawie i Jarosławiu. Jednocześnie operator Planet Cinema otworzył w listopadzie 2018 r. nowy obiekt wielosalowy w Zabrze. Ponadto przykład sieci Cinema 3D pokazuje, iż możliwe jest rozwinięcie ogólnopolskiej sieci kinowej w stosunkowo krótkim czasie (w latach 2011-2018 Cinema 3D stworzyła i rozwinęła sieć kinową liczącą 12 obiektów kinowych w 12 miejscowościach na terenie Polski). Zasadniczą przyczyną rosnącej liczby obiektów

¹⁵ Dane aktualne na podstawie informacji zamieszczonych na stronach internetowych ww. operatorów kinowych.



kinowych jest rosnący popyt konsumentów na usługi wyświetlania filmów w kinach. Jak wynika ze zgromadzonych w toku postępowania informacji,¹⁶ frekwencja w polskich kinach rośnie z roku na rok, osiągając w 2018 r. rekordowy wynik blisko 60 mln widzów. Wzrost liczby widzów w polskich kinach następuje przy tym nieprzerwanie od roku 2013, w którym frekwencja wyniosła ok. 36 mln widzów, co oznacza zwiększenie liczby widzów kinowych w Polsce w ciągu ostatnich pięciu lat o ok. 25 mln.

Powyższe okoliczności wskazują tym samym, że wejście na rynek oraz rozwój nowych sieci kinowych na szczeblu krajowym są możliwe, a więc rynek ten nie jest rynkiem zamkniętym, narażonym na nieodwracalną konsolidację, która wymagałaby w tym zakresie władczej ingerencji Prezesa Urzędu. Z drugiej strony należy również wskazać, iż w ocenie organu antymonopolowego brak jest dostatecznie silnych przesłanek do stwierdzenia, że przejęcie przez Multikino kontroli nad Cinema 3D spowoduje zmniejszenie bodźców do otwierania nowych obiektów kinowych na terenie Polski przez pozostałych operatorów kinowych oraz spadek dążenia tych operatorów do przyciągnięcia jak największej liczby widzów. Zdaniem organu antymonopolowego, powyższe okoliczności przemawiają za stwierdzeniem, że przejęcie przez Multikino kontroli nad Cinema 3D nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji zachodzącej pomiędzy kinowymi operatorami sieciowymi na szczeblu krajowym.

Przedstawiona przez Zgłaszającego argumentacja przemawia jednocześnie za uznaniem, że w wyniku dokonania niniejszej koncentracji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku wynajmu powierzchni handlowo-usługowej, przeznaczonej do prowadzenia działalności kinowej w centrach handlowych (strona popytowa). Dane przedłożone przez Multikino w odpowiedzi na zastrzeżenia wobec koncentracji wskazują bowiem na znikome prawdopodobieństwo pogorszenia pozycji negocjacyjnej przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie wynajmu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych, które mogłoby nastąpić na skutek dokonania niniejszej koncentracji. Zdaniem Prezesa Urzędu, operatorzy centrów handlowych dysponują bowiem znaczącą siłą przetargową w negocjacjach prowadzonych z operatorami kinowymi, dotyczących wynajmu powierzchni handlowo-usługowej na cele prowadzonej przez tych ostatnich działalności kinowej. Należy przy tym wskazać, że pozycja negocjacyjna sieciowych operatorów kinowych nie jawi się jako silna, a to ze względu na fakt, że nowe obiekty kinowe powstają niemal wyłącznie w centrach handlowych, w związku z czym alternatywy operatorów kinowych dla otwarcia kina w centrum handlowym są istotnie ograniczone. Ponadto, w ocenie Prezesa Urzędu, przedsiębiorcy wynajmujący powierzchnię handlowo-usługową w centrach handlowych będą mieli możliwość, w razie ewentualnych trudności z pozyskaniem operatora kinowego bądź prób narzucenia przez operatorów kinowych warunków najmu niekorzystnych dla wynajmującego, zaadaptować istniejącą powierzchnię handlowo-usługową na potrzeby innych, niż operatorzy kinowi, wynajmujących. Przykładem może być sytuacja w Centrum Handlowym „Krewetka”

¹⁶ Publikacja Cushman & Wakefield „Rozwój kin w centrach handlowych” z 2018 r. oraz dane opublikowane przez Polski Instytut Sztuki Filmowej pod adresem: <https://www.pisf.pl/rynek-filmowy/rynek-filmowy/widzowie>.

w Gdańsku, w którym wynajmujący zdecydował się na przebudowanie opuszczonej przez operatora kinowego powierzchni handlowo-usługowej i zaadaptowanie jej z przeznaczeniem na inne funkcje handlowo-usługowe, z uwagi na brak zainteresowania wynajęciem tej powierzchni handlowo-usługowej przez największych operatorów kinowych i nieuzyskanie satysfakcjonującej oferty ze strony pozostałych operatorów kinowych. Co równie istotne, ponad 28% działających w Polsce centrów handlowych w ogóle nie posiada kina, co wskazuje, że choć kina bardzo często zlokalizowane są w centrach handlowych, to nie są niezbędne dla ich powstania czy dalszego istnienia, a powiązania istniejące pomiędzy centrami handlowymi a operatorami kinowymi nie są na tyle silne, by realizacja niniejszej koncentracji doprowadziła do istotnego pogorszenia warunków konkurencji w zakresie działalności polegającej na wynajmowaniu powierzchni handlowo-usługowej w centrach handlowych.

Natomiast z uwagi na fakt, iż przywołane w zastrzeżeniach wobec koncentracji zagrożenia, jakie wywołać może niniejsza koncentracja na rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku pozostały aktualne, organ antymonopolowy rozważył zastosowanie w przypadku ww. rynku art. 19 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji*. Stosownie do treści tego przepisu Prezes Urzędu, w drodze decyzji, wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, gdy - po spełnieniu przez przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji określonych warunków - konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Prezes Urzędu może na przedsiębiorcę lub przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji nałożyć obowiązek lub przyjąć ich zobowiązanie, w szczególności do:

- 1) zbycia całości lub części majątku jednego lub kilku przedsiębiorców,
 - 2) wyzbycia się kontroli nad określonym przedsiębiorcą lub przedsiębiorcami, w szczególności przez zbycie określonego pakietu akcji lub udziałów, lub odwołania z funkcji członka organu zarządzającego lub nadzorczego jednego lub kilku przedsiębiorców,
 - 3) udzielenia licencji praw wyłącznych konkurentowi,
- określając w drodze decyzji termin spełnienia tych warunków.

Warunki, które mogą być nałożone na przedsiębiorcę lub przedsiębiorców w decyzji wyrażającej zgodę na dokonanie koncentracji, nie są w treści omawianego artykułu wymienione w sposób wyczerpujący, co wyraźnie wynika z użytego przez ustawodawcę zwrotu „w szczególności”. Wskazane w tym przepisie warunki są jedynie przykładowe, co oznacza, że stosownie do okoliczności mogą one przyjmować różną treść¹⁷. W każdym jednak przypadku realizacja ich powinna doprowadzić do stanu, w którym koncentracja nie będzie źródłem istotnego ograniczenia konkurencji na rynku. Nakładane zobowiązania

¹⁷ E. Modzelewska - Wąchal, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2002 r., s. 167.



powinny być realne, tj. możliwe do efektywnego wdrożenia w relatywnie krótkim okresie. Przy określaniu tych warunków (zwłaszcza ich doboru oraz zakresu), organ antymonopolowy powinien także działać w oparciu o zasadę proporcjonalności¹⁸. Wskazane wyżej czynności służą przede wszystkim zredukowaniu siły rynkowej przedsiębiorców objętych koncentracją i przez to utrzymaniu (względnie przywróceniu) efektywnej konkurencji, która byłaby zakłócona w wyniku koncentracji (dokonanej bez wprowadzenia i wykonania warunków modyfikujących)¹⁹.

W toku postępowania Multikino działając w oparciu o art. 96a ust. 6 i art. 19 ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji* przedstawiło Prezesowi Urzędu kilka propozycji warunku i zobowiązało się do ich wykonania. Pismem z 13 maja 2019 r. Zgłaszający przedłożył ostatecznie zmodyfikowaną propozycję warunku, która została zaakceptowana przez organ antymonopolowy w następującym brzmieniu:

I. w ciągu [ograniczono prawo wglądu na podstawie art. 19 ust. 4 *ustawy o ochronie konkurencji*] od daty wydania decyzji Prezesa Urzędu, wyrażającej zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Multikino kontroli nad Cinema 3D, Multikino w sposób trwały i nieodwracalny wyzbędzie się składników materialnych i niematerialnych wykorzystywanych do prowadzenia kina w galerii handlowej Galeria Morena w Gdańsku przy ulicy Schuberta 102A („Kino Cinema 3D w Gdańsku”), w szczególności: (i) praw i obowiązków wynikających z umowy najmu powierzchni przeznaczonej do prowadzenia Kina Cinema 3D w Gdańsku, (ii) praw i obowiązków wynikających z umów leasingu składników majątkowych wykorzystywanych w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, (iii) składników majątkowych będących własnością Cinema 3D wykorzystywanych wyłącznie w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, (iv) umów pracowniczych pracowników, których aktualnym miejscem pracy jest Kino Cinema 3D w Gdańsku, przy czym:

- a. wyzbycie się składników materialnych i niematerialnych nastąpi na rzecz niezależnego inwestora, który:
 - nie będzie należał do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 *ustawy o ochronie konkurencji*, której częścią jest Multikino ani nie będzie kontrolowany wyłącznie lub wspólnie, bezpośrednio lub pośrednio przez żaden podmiot należący do tej grupy kapitałowej, oraz
 - daje gwarancję kontynuowania działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, w tym w szczególności posiada wystarczające zasoby finansowe, praktyczną wiedzę specjalistyczną oraz niezbędne doświadczenie,

¹⁸ K. Kohutek, M. Sieradzka, Komentarz do art.19 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U.07.50.331), [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, LEX, 2008.

¹⁹ *Ibidem*.



- b. nabycie przez niezależnego inwestora ww. składników materialnych i niematerialnych nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do Kina Cinema 3D w Gdańsku,
- c. niezależny inwestor powinien zostać zaakceptowany przez Prezesa Urzędu przed nabyciem ww. składników materialnych i niematerialnych. Prezes Urzędu może odmówić akceptacji – w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat inwestora – jeżeli nabycie przez tego inwestora ww. składników materialnych i niematerialnych doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do Kina Cinema 3D w Gdańsku lub w przypadku, gdy inwestor ten nie daje gwarancji kontynuowania działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku w tym w szczególności nie posiada wystarczających zasobów finansowych, praktycznej wiedzy specjalistycznej oraz niezbędnego doświadczenia w zakresie prowadzenia działalności kinowej bądź niespełniony jest warunek jego niezależności od Multikino S.A. z siedzibą w Warszawie,
- d. umowa z niezależnym investorem będzie zawierała stosowną klauzulę zabezpieczającą nieprzerwane prowadzenie przez inwestora działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku od daty nabycia ww. składników materialnych i niematerialnych przez inwestora do 3 czerwca 2026 r. oraz zobowiązującą inwestora do niezbywania oraz nieobciążania składników materialnych i niematerialnych służących do prowadzenia Kina Cinema 3D w Gdańsku przez inwestora do 3 czerwca 2026 r. lub zbycia Kina Cinema 3D w Gdańsku wyłącznie na rzecz podmiotu prowadzącego nie więcej niż jedno kino wielosalowe na rynku objętym warunkiem. Klauzula powinna w realny sposób, tj. z uwzględnieniem np. postanowień o karze umownej, w wysokości adekwatnej do wysokości przeprowadzanej koncentracji, zabezpieczać praktyczną możliwość jej wyegzekwowania,
- e. klauzula, o której mowa w pkt d powinna zostać zaakceptowana przez Prezesa Urzędu przed zawarciem umowy. Prezes Urzędu może odmówić akceptacji – w terminie 21 dni od przedstawienia mu treści umowy – jeżeli klauzula ta nie będzie spełniać wymogów, o których mowa w pkt d.

II. Na podstawie art. 19 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji* Prezes Urzędu nakłada na Multikino obowiązek przedstawiania informacji o stanie realizacji warunku za każde pełne 3 miesiące od wydania decyzji w terminie 30 dni od upływu każdego z tych terminów oraz o jego realizacji w terminie 30 dni od jego wykonania lub upływu terminu na jego wykonanie.



Po analizie zaprezentowanych przez Multikino zobowiązań Prezes Urzędu uznał, iż przyjęcie zaproponowanego warunku pozwala na stwierdzenie, iż w wyniku realizacji transakcji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w szerszym ujęciu produktowym) – oraz alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w węższym ujęciu produktowym).

Odnosząc się do przedstawionych powyżej obaw organu antymonopolowego, co do zagrożeń dla konkurencji na ww. rynkach wskazać należy, że przyjęcie ostatecznie zmodyfikowanego pismem z 13 maja 2019 r. warunku niweluje wskazane w nich zagrożenia.

Wykonanie warunku, o którym mowa powyżej, tj. trwałe i nieodwracalne wyzbycie się przez Multikino Kina Cinema 3D w Gdańsku oznaczać będzie, że Multikino nie wzmocni swojej siły rynkowej do poziomu powodującego istotne zagrożenia dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w szerszym ujęciu produktowym) – bądź alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w węższym ujęciu produktowym). Trwałe i nieodwracalne wyzbycie się przez Multikino Kina Cinema 3D w Gdańsku na rzecz niezależnego inwestora spowoduje, że w wyniku koncentracji nie dojdzie do powstania podmiotu o sile rynkowej większej niż istniejąca w sytuacji, gdyby do koncentracji nie doszło.

Część warunku wskazująca, że umowa z niezależnym inwestorem będzie zawierała stosowną klauzulę zabezpieczającą nieprzerwane prowadzenie przez inwestora działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku od daty nabycia ww. składników materialnych i niematerialnych przez inwestora do 3 czerwca 2026 r. oraz zobowiązującą inwestora do niezbywania oraz nieobciążania składników materialnych i niematerialnych służących do prowadzenia Kina Cinema 3D w Gdańsku przez inwestora do 3 czerwca 2026 r. lub zbycia Kina Cinema 3D w Gdańsku wyłącznie na rzecz podmiotu prowadzącego nie więcej niż jedno kino wielosalowe na rynku objętym warunkiem, w ocenie Prezesa Urzędu gwarantuje, że do 3 czerwca 2026 r. na przedmiotowym rynku właściwym będzie działać co najmniej 3 operatorów kin wielosalowych, tj. Helios, Multikino oraz nabywca Kina Cinema 3D w Gdańsku.

W niniejszej sprawie organ antymonopolowy uznał zatem, że Multikino powinno wyzbyć się w sposób trwały i nieodwracalny Kina Cinema 3D w Gdańsku w terminie ***[ograniczono prawo wglądu na podstawie art. 19 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji]*** od daty wydania



Prezesa Urzędu, wyrażającej zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Multikino kontroli nad Cinema 3D.

Wyzbycie się Kina Cinema 3D w Gdańsku nastąpi na rzecz niezależnego inwestora, który:

- nie będzie należał do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 *ustawy o ochronie konkurencji*, której częścią jest Multikino ani nie będzie kontrolowany wyłącznie lub wspólnie, bezpośrednio lub pośrednio przez żaden podmiot należący do tej grupy kapitałowej oraz
- daje gwarancję kontynuowania działalności kinowej w Kinie Cinema 3D w Gdańsku, w tym w szczególności posiada wystarczające zasoby finansowe, praktyczną wiedzę specjalistyczną oraz niezbędne doświadczenie.

Mając na względzie powyższe okoliczności Prezes Urzędu postanowił wydać zgodę na dokonanie przedmiotowej koncentracji, uzależniając ją od spełnienia przez Multikino warunku określonego w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Po spełnieniu przez Zgłaszającego tego warunku planowana koncentracja nie doprowadzi bowiem do istotnego ograniczenia konkurencji, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku wyświetlania filmów w kinach wielosalowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w szerszym ujęciu produktowym) – bądź alternatywnie - rynku wyświetlania filmów w kinach sieciowych w Gdańsku i Sopocie, wyznaczonym 30-minutowym czasem dojazdu samochodem osobowym po drogach publicznych do kina Cinema 3D w Gdańsku (rynek w węższym ujęciu produktowym).

Ponadto organ antymonopolowy postanowił na podstawie art. 19 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji* nałożyć na Multikino obowiązek przedstawiania informacji o stanie realizacji warunku za każde pełne 3 miesiące od wydania decyzji w terminie 30 dni od upływu każdego z tych terminów oraz o jego realizacji w terminie 30 dni od jego wykonania lub upływu terminu na jego wykonanie. Obowiązek informacyjny pozwoli Prezesowi Urzędu ustalić, czy w rzeczywistości Multikino wywiązało się z nałożonego zobowiązania.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

POUCZENIE:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369) w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2018 r., poz. 1360 ze zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.



Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz.785), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z up. PREZESA
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
WICEPREZES
Michał Holeksa

Otrzymuje:

Multikino S.A., Warszawa