

GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

PIACELEMZÉS A FILMFORGALMAZÁSI ÉS A
MOZIÜZEMELTETÉSI PIACOK MŰKÖDÉSÉRŐL
2016



Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	1
Vezetői összefoglaló	2
1. A piacelemzés indításának körülményei.....	5
1.1. A piacelemzés megindítása.....	5
1.2. Vizsgált kérdések	5
1.3. A piacelemzés indításának körülményei.....	6
1.4. A vizsgálat módszertana, a megkeresettek köre.....	6
2. A filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok általános jellemzői.....	8
2.1. Szabályozási környezet	8
2.2. Az iparág ismertetése	9
3. A filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok szereplői.....	10
3.1. Filmgyártók (filmstúdiók).....	10
3.2. Filmforgalmazók	13
3.3. Moziüzemeltetők.....	22
4. A filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok szereplői közötti vertikális kapcsolatok jellemzői.....	30
4.1. A filmstúdiók és a filmforgalmazók kapcsolata.....	30
4.2. A filmforgalmazók és moziüzemeltetők kapcsolata	33
5. A vászonhasználati díj és a digitális vetítésre történő átállás.....	37
5.1. A vászonhasználati díj bevezetésének okai.....	37
5.2. A vászonhasználati díj rendszere, az integrátor cégek szerepe	38
5.3. A digitális vetítésre való átállás Magyarországon	40
5.4. A vászonhasználati díj alkalmazásának gyakorlata Magyarországon	42
5.5. A vertikum költség szerkezetének változása	45
6. Nemzetközi tapasztalatok.....	47
6.1. A filmforgalmazók és moziüzemeltetők kapcsolata	47
6.2. VPF-fel foglalkozó külföldi versenyfelügyeleti eljárások.....	48
7. Versenyjogi aspektusok	49
7.1. A piaci struktúrával kapcsolatos megállapítások.....	49
7.2. A piaci szereplők viselkedésével kapcsolatos megállapítások	50
8. A Tptv. 43/F. §-val összefüggő javaslatok és következtetések	53
9. Fogalomtár.....	55
10. Hivatkozásjegyzék	56
11. Mellékletek	58

Vezetői összefoglaló

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2014. július 31-én indított piacelemzést a filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok működésének vizsgálatára. A GVH a piacelemzés keretében megvizsgálta a vertikálisan egymáshoz kapcsolódó filmgyártási és filmforgalmazási, valamint moziüzemeltetési piacok szerkezetét, működésének jellemzőit, ezen belül különösen a filmforgalmazók és a moziüzemeltetők közötti filmkölcsonzési megállapodások rendszerét, valamint a vászonhasználati díj alkalmazásával kapcsolatos gyakorlatot.

A piacelemzés megindításának aktualitását adta, hogy az utóbbi 5 évben a filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokon jelentős átalakulás volt megfigyelhető. A moziüzemeltetési piacot jelentősen átalakította a Cinema City International N.V. (CCI) és a Palace Cinemas 2011-es fúziója, amelynek révén a CCI Magyarországon az egyetlen nagyobb, multiplex mozikat üzemeltető társasággá vált az I.T. Magyar Cinema Kft. (Cinema City) révén. Az összefonódáshoz – az engedélykérési küszöbszámok teljesülésének hiányában – nem volt szükség a GVH engedélyére. A moziüzemeltetési piacon így a piacelemzés a várakozásoknak megfelelően egy koncentrált piacszerkezetet tárt fel, a Cinema City 50%-ot jelentősen meghaladó, egyes vélemények szerint 80% feletti piaci részesedésével. Az „art” mozikon kívüli mozizásban a Cinema City hálózatába tartozó moziknak továbbra is alig akad versenytársa. Ez annak köszönhető, hogy a digitalizálás korai szakaszában számos kereskedelmi mozi bezárásra került, mivel nem tudta fedezni működési költségeit, illetve a digitális vetítésre való átállást. A digitalizálás késői szakaszában ez a trend megfordult, az art mozik digitális vetítésre való átállását és vidéki egytermes mozik nyitását állami támogatások segítették.

A 2000-es évek közepétől kezdődően a filmforgalmazásban is jelentős technikai átalakulás ment végbe, amelynek következtében a filmek újrafelhasználható digitális formában kerülnek terjesztésre. A magyarországi filmforgalmazási piac versengőnek tekinthető, habár a vezető amerikai stúdiókkal szerződésben álló forgalmazók (InterCom, Fórum Hungary, UIP Duna) a piac egy jelentős szeletét lefedik. Ugyan a vetített filmek számát tekintve az InterCom pozíciója kifejezetten erősnek mondható, viszont – részben vertikális integráltságának köszönhetően – a Fórum Hungary, illetve – az InterComhoz hasonlóan nagy hagyományokra visszatekintő – UIP Duna is meghatározó szereplőnek tekinthető.

Az új digitális vetítési technikára való átállás moziüzemeltetőknél felmerülő többletköltségeinek filmforgalmazók stúdiók és moziüzemeltetők közötti megosztására nemzetközi gyakorlatként alakult ki az ún. vászonhasználati díj (VPF) alkalmazása, amelyet a filmforgalmazók (vagy közvetlenül a filmstúdiók) fizetnek a digitális technikát alkalmazó moziüzemeltetőknek. Általánosan megállapítható, hogy a VPF díjnak elengedhetetlen szerepe volt a digitális vetítésre történő átállásban. A digitális átállás révén ugyanakkor a filmforgalmazók költségmegtakarításokat értek el, ezzel szemben viszont a moziüzemeltetők beruházási (és üzemeltetési) költségeinek emelkedése áll. Ennek fényében ésszerűnek tűnhet a vertikum szereplői közötti költség- és jövedelem-megosztási arányok újrakalibrálása, így a VPF gyártási költségekbe történő beépítése révén a filmforgalmazók és a filmstúdiók részt vállalnak a digitális átállásban.

Magyarországon a Cinema City-n kívül nem volt olyan szereplő, amely akár a vezető amerikai filmstúdiókkal történő megállapodás, akár az európai piacra jellemző integrátori rendszer segítségével tudta volna finanszírozni a digitális vetítésre történő átállást. Kis piaci erejükből fakadóan ezen moziüzemeltetők döntő többsége nem tudta elfogadtatni finanszírozási igényét a filmforgalmazó vállalkozásokkal szemben. Ez a tény hozzájárulhatott ahhoz, hogy a kisebb moziüzemeltetők versenyhátránya tovább nőjön a Cinema City-hez képest, hiszen esetükben a forgalmazók gyakorlatilag megtakarítják a VPF költségeket. Hangsúlyozandó azonban, hogy a filmforgalmazó vállalkozások magatartása – versenykorlátozásra utaló jelek hiányában – nem vet fel versenyjogi aggályokat.

A Cinema City és a vezető amerikai filmstúdiók közötti megállapodások rendszere áttételesen a filmforgalmazó vállalkozások közötti piaci versenyre is kihathat, hiszen a vezető amerikai filmstúdiók kizárólagos magyarországi forgalmazói részére a vászonhasználati díjat a filmstúdiók megtérítik, így részükre ezek a díjak nem jelennek meg tényleges költségként, szemben a független filmforgalmazókkal.

A digitális vetítésre történő átállás – a ténylegesen felmerülő költségeiktől függően eltérő mértékben – minden filmforgalmazó érdeke, így nem tűnik eleve indokolatlannak egy olyan elvárás a moziüzemeltetők részéről, hogy – átállási költségeik megtérüléséig – a vászonhasználati díjak megfizetése révén a forgalmazók is hozzájáruljanak a digitális átállás költségeinek finanszírozásához. Arányosnak akkor tekinthető az átállás finanszírozásának rendszere, ha a felmerülő – elsősorban beruházási jellegű – költségek megtérülését biztosítja, anélkül, hogy akár időtávjában, akár összecszerúságában túlterjeszkedne azon. A piacelemzésben beszerzett információk nem elegendőek annak megítéléséhez, hogy a jelenlegi finanszírozási rendszer arányos-e.

A műsortűzési magatartás közvetett módon hozzájárulhat a vezető amerikai filmstúdiók piaci súlyának növekedéséhez is, azonban ez elsősorban a filmkínálat kulturális sokszínűségét veszélyezteti, de – ez a jelenleg rendelkezésre álló információk alapján – nem tekinthető versenypolitikai problémának. Az amerikai filmek magas nézettségi részesedésének ellensúlyozására egy megoldás lehet a filmforgalmazási piac Magyar Nemzeti Filmalapból történő, jelenleginél erőteljesebb támogatása.

A fentiek alapján a GVH szerint a Cinema City magatartása közvetetten hatással lehet ugyan a filmforgalmazási piac szereplőire, így zavart okozhat a piacon, azonban az ebből fakadó problémák versenyfelügyeleti eljárás révén nem vagy nem kellő mértékben orvosolhatóak.

Mivel a piacelemzés eredménye alapján olyan piaci zavar áll fenn, amely versenyfelügyeleti eljárás révén nem vagy nem teljes körűen orvosolható, a GVH előtt egyéb lehetőségek állnak a probléma megoldására. A piacelemzésben foglaltak alapján a GVH egyrészt megfontolásra ajánlja a vászonhasználati díjat alkalmazó moziüzemeltetők számára, hogy a vászonhasználati díj szedésére vonatkozó gyakorlatuk legyen figyelemmel a beruházások költségeinek megtérülésére. Másrészt a GVH javasolja az Országgyűlésnek a mozgóképszakmai hatóság feladat- és hatáskörének kiterjesztését, felügyeleti funkcióinak erősítését. A GVH továbbá megfontolandónak tartja egyes – a jelenlegi szabályok alapján nem engedélyköteles, de egyes piacok struktúráját jelentős mértékben befolyásoló – összefonódások versenyjogi kontrollja megteremtésének lehetőségét.

Budapest, 2016. május

1. A piacelemzés indításának körülményei

1.1. A piacelemzés megindítása

1. A GVH 2014. július 31-én a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 43/C. §-a szerinti piacelemzést indított a filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok működésének vizsgálatára.
2. A Tptv. 43/C. §-ának (1) bekezdése értelmében a GVH a törvényben meghatározott feladatai hatékonyabb és eredményesebb ellátása érdekében piacelemzést végezhet, amelynek keretében nyilvános információk, valamint önkéntes válaszadáson alapuló adatgyűjtés útján, szükség esetén külső szakértő vagy tanácsadó bevonásával felméri és elemzi az egyes piacok működését, a piaci folyamatokat és a piaci trendek alakulását, illetve egyes – több ágazatban vagy valamely ágazat meghatározott részében alkalmazott – piaci gyakorlatokat, továbbá ezeknek a versenyre és az üzletfelekre, így különösen a végső üzletfelekre gyakorolt hatását.
3. A piacelemzés célja a GVH feladatai eredményesebb ellátásának előmozdítása, azáltal, hogy az adott piacokról ezúton nyert ismeretek alapján hatékonyan tudjon hozzájárulni az adott piacok működése terén tapasztalható esetleges zavarok kezeléséhez, a piacok jobb működéséhez, végső soron az adott piacon a verseny előmozdítása révén a fogyasztói jólét növekedéséhez.

1.2. Vizsgált kérdések

4. A GVH a piacelemzés keretében megvizsgálta a vertikálisan egymáshoz kapcsolódó filmgyártási és filmforgalmazási, valamint moziüzemeltetési piacok szerkezetét, működésének jellemzőit, a vertikum szereplőinek piaci helyzetét, egymáshoz való viszonyát, ezen belül különösen a filmforgalmazók és a moziüzemeltetők közötti filmkölcsonzési megállapodások rendszerét, valamint a vászonhasználati díj alkalmazásával kapcsolatos gyakorlatot. Ezt elsősorban a filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokon elmúlt években bekövetkező jelentős strukturális változások indokolták. Az elemzés megindításának célja az volt, hogy a GVH a piacok működéséről, a piaci folyamatok alakulásáról, valamint ezeknek a versenyre gyakorolt hatásáról pontosabb képet kapjon.

1.3.A piacelemzés indításának körülményei

5. Az utóbbi 5 évben a filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokon jelentős átalakulás volt megfigyelhető mind a piaci szereplők számának, mind a közöttük lévő vertikális kapcsolatok jellemzőinek változását tekintve.

6. 2011-ben a magyarországi moziüzemeltetési piacot alapjaiban átalakító fúzióra került sor, amely során a Cinema City International N.V. (Cinema City International, CCI) felvásárolta a Palace Cinemas magyar, cseh és szlovák érdekeltségeit. A felvásárlással a CCI Európa harmadik legnagyobb mozihálózatává vált, míg a kelet-közép-európai térségben megszerezte a piacvezető helyet, Magyarországon pedig az egyetlen nagyobb, multiplex mozikat üzemeltető társasággá vált.

7. Ezzel párhuzamosan, a 2000-es évek közepétől kezdődően a filmforgalmazásban is jelentős technikai átalakulás ment végbe azáltal, hogy a filmeket már nem a hagyományos, analóg 35 mm-es kópiákon juttatják el a moziüzemeltetőknek, hanem újrafelhasználható digitális formában. Az új digitális vetítési technikára való átállás moziüzemeltetőknél felmerülő többletköltségeinek filmforgalmazók és moziüzemeltetők közötti megosztására nemzetközi gyakorlatként alakult ki az ún. Vászonhasználati díj („virtual print fee”, VPF) alkalmazása, amelyet a filmforgalmazók (vagy közvetlenül a filmstúdiók) fizetnek a digitális technikát alkalmazó moziüzemeltetőknek. A Vászonhasználati díjat tartalmazó filmforgalmazási megállapodások hazánkban is meghonosodtak, amelyek egyes piaci szereplők közötti vertikális kapcsolatok meghatározó elemévé váltak. A piacelemzés egyik fókuszpontja a Vászonhasználati díj alkalmazása volt, így azzal az elemzés külön fejezetben foglalkozik.¹

1.4.A vizsgálat módszertana, a megkeresettek köre

8. A GVH első alkalommal élt a Tptv. adta azon lehetőségével, hogy piacelemzés keretében vizsgálja egy adott piac működését. A piacelemzés során a GVH megkereste a jelentősebb magyarországi filmforgalmazó és moziüzemeltető vállalkozásokat, illetve az őket képviselő érdekképviselői szervezeteket, továbbá személyes meghallgatásokat tartott. A GVH emellett konzultált a mozgóképszakmai hatósággal, illetve információkéréssel kereste meg a tagállami versenyhatóságokat. A piacelemzés során a GVH nagymértékben támaszkodott a nyilvánosan elérhető információkra is. A piacelemzés elsősorban a 2011-2014

¹ Ld. 5. fejezet

közötti időszak adatain alapult, azonban a tanulmány véglegesítése során – amennyiben rendelkezésre álltak –2015-ös adatok is figyelembe vételre kerültek.

9. A kiküldött és a beérkezett kérdőívek², illetve a személyes meghallgatások számát a következő táblázat foglalja össze:

1. táblázat: Adatkérések

	Kiküldött kérdőívek száma (db)	Beérkezett kérdőívek száma (db)	Személyes meghallgatások, konzultációk száma (alkalom)
Filmforgalmazók	14	7	2
Moziüzemeltetők	14	6	-
Érdekvédelmi szervezetek	2	1	3
Integrátor cég	1	1	-
Felügyeleti Szerv	-	-	1

10. Mivel piacelemzés keretében a versenytörvényi rendelkezései szerint csak önkéntes válaszadáson alapuló adatgyűjtésre van lehetőség, a piaci szereplők válaszadási hajlandósága is ennek megfelelően alakult. A GVH által a piaci szereplőknek megküldött kérdőíveket a címzettek körülbelül fele válaszolta meg, és a válaszok minősége is változatos képet mutatott.

11. A GVH a piacelemzési tanulmány tervezetét 2015. november 30-án honlapján közzétette, illetve azt megküldte a piacelemzés során megkeresett érintettek számára. A tervezet közzétételének célja az volt, hogy a tanulmány nyilvános közzétételét megelőzően az érintettek a tervezet tartalmára írásban észrevételeket tehesse. A tanulmány tervezete december 31-ig volt elérhető a Gazdasági Versenyhivatal honlapján, de a tervezetre vonatkozó észrevételek még 2016. február elején is érkeztek.

12. A tanulmány tervezetére összesen 8 érintett (4 filmforgalmazó, 2 moziüzemeltető, egy iparági szakértő és egy iparági szervezet) reagált érdemben. A tervezet véleményezésében résztvevők egyike sem jelezte kifejezett igényét arra vonatkozóan, hogy érdemi észrevételeit a GVH – jelen tanulmány nyilvánosságra hozásával párhuzamosan – honlapján külön megjelenítse. Ezzel szemben a véleményezésben résztvevők egy része kifejezetten véleményének (és személyének) titokban tartását kérte. A fentiek alapján a GVH úgy döntött,

² Ld. 1., 2. Mellékletek

hogy a beérkezett – egymásnak részben ellentmondó – észrevételeket a tanulmány jelen változatába igyekszik beépíteni, azok tanulmányban történő külön összefoglalása, vagy egyéb megjelenítése nélkül.

2. A filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok általános jellemzői

2.1. Szabályozási környezet

13. A 2004. évi II. törvény a mozgóképről (a továbbiakban: **magyar filmtörvény**) a magyar filmipar és filmkultúra fejlesztése és nemzetközi értelemben versenyképessé válása érdekében elfogadott törvény. A jogalkotó célként a magyar filmkultúra megőrzését, gyarapítását, terjesztését és oktatását, a nézőszám emelését, a megfelelő jogi háttér és pénzügyi források biztosítását jelölte meg. A magyar filmtörvény lefektette a mozgóképszakmai támogatási rendszer alapelveit, és a támogatások elosztásának szabályait, valamint a források elosztásért felelős intézményrendszert (Magyar Nemzeti Filmalap Közhasznú Nonprofit Zrt.) hozott létre.

14. A magyar filmtörvény a mozgóképszakma működésével összefüggő közigazgatási feladatok elvégzésének biztosítása céljából létrehozta a mozgóképszakmai hatóságot. Mozgóképszakmai hatóságként a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) került kijelölésre, amely e feladatok ellátása érdekében 2012-től működteti a Nemzeti Filmirodát. A mozgóképszakmai hatóság ellenőrzi a filmalkotások jogosultságát a filmgyártási célú közvetett állami támogatások igénybevételére. A mozgóképszakmai hatóság a törvény szerint nyilvántartást vezet az állami támogatást igénylő mozgóképszakmai szervezetekről és természetes személyekről, valamint a megrendelésre készülő filmalkotások gyártásában részt vevő magyar filmgyártó vállalkozásokról. A mozgóképszakmai hatóság további feladatai közé tartozik a mozgóképszakmai statisztikák vezetése, a filmalkotások kiskorúak védelme érdekében történő besorolása, és a művészi értékük vagy kulturális jelentőségük miatt támogatásra érdemes filmalkotások, valamint az ilyen filmalkotásokat terjesztő mozik és mozitermek besorolása, amelyek kérelemre hatósági határozatban „art” minősítést kaphatnak. Az „art” mozivá minősítés részletes feltételeit 2014. január 1-jétől a 78/2013. (XII. 16.) EMMI rendelet tartalmazza.

15. 2015. december 31-ét megelőzően a filmek forgalmazásával, és a mozik üzemeltetésével kapcsolatban a fentiekén túl speciális, iparági szabályozás nem volt hatályban. A mozik létesítése és üzemeltetése nem volt speciális hatósági engedélyhez, iparági sztenderdnek való megfeleléshez kötve, így a szükséges szakhatósági engedélyek (pl: tűzvédelmi engedély) birtokában szabadon lehetett mozit létesíteni, illetve üzemeltetni. A szabályozási környezetben jelentős változást hozott a magyar filmtörvény 2015. december 31-i hatállyal történő módosítása³, amelynek értelmében mozinak 2015. december 31-től csak a mozgóképszakmai hatóság által ekként nyilvántartott, filmalkotások belépti díj ellenében történő nyilvános bemutatására rendszeresen vagy alkalmyszerűen szolgáló helyiség minősül. A fenti módosítás révén a moziüzemeltetésre irányuló tevékenység bejelentés-kötelessé vált és különböző részletszabályok vonatkoznak rá.

2.2. Az iparág ismertetése

16. A moziiparban a piaci szereplők három köre (filmgyártók, filmforgalmazók, moziüzemeltetők) különböztethető meg, amelyet egyes esetekben kiegészíthetnek a filmforgalmazók és moziüzemeltetők közötti közvetítő vállalkozások.⁴ A gyártók által előállított filmeket a forgalmazók juttatják el a mozikhoz. Mindhárom piaci kör kölcsönösen függ egymástól, ugyanis míg a tartalmat a filmgyártó, az infrastruktúrát a moziüzemeltető biztosítja, a filmforgalmazó fontos közvetítői szerepet tölt be kettőjük között. Mindhárom vállalkozói kör üzleti döntéseit a nagy nézőszám elérésére törekvés határozza meg.⁵

1. ábra: A film útja a gyártóktól a nézőkig (közvetítői csatorna)



³ Beiktatta: egyes törvényeknek a gazdasági növekedéssel összefüggésben történő módosításáról szóló 2015. évi CCXII. törvény

⁴ A rendelkezésre álló információk szerint a forgalmazók csak egy bizonyos nagyságrend fölött biztosítják a mozik filmekkel történő közvetlen ellátását. A filmforgalmazók és a kisebb moziüzemeltetők között közvetítői feladatot ellátó vállalkozások kötelezettséget vállalnak arra, hogy a forgalmazót megillető kölcsöndíjat abban az esetben is megfizetik, ha azt a moziktól nem tudják behajtani, ezen közvetítő vállalkozások a moziktól szolgáltatói díjat szednek. (AL/579-64/2015.)

⁵ Ld. a Vj/55/2002/76. sz. versenytanácsi határozatot (InterCom Zrt.), Elérhető:

http://www.gvh.hu/akadalymentes/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2002/3597_hu_vj-55200276.html (Letöltés: 2015. július 29.)

17. A mozik mellett a filmek fogyasztókhoz való eljuttatásában más csatornáknak is lehet szerepük (pl: legális/illegális internetes letöltések, DVD, TV csatornák, VoD, Netflix stb.)

18. A különböző közvetítői szinten álló piaci szereplők szerződéses viszonyban állnak egymással, a film jegyárbevételén közösen osztoznak. A moziüzemeltetők és a filmforgalmazók között létrejövő megállapodás tartalmazza a kölcsönzési díjat (a forgalmazó részesedését a jegyárbevételből), a filmforgalmazók és a filmgyártó közötti szerződés pedig azt, hogy a filmforgalmazónak a kölcsönzési díjból mennyit kell a film gyártójának jogdíjként átadni.

3. A filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok szereplői

3.1.Filmgyártók (filmstúdiók)

19. A filmipar vertikális láncának legfelső szintjén a filmgyártó vállalkozások (filmstúdiók) állnak. A világ filmgyártási hagyományai kontinensenként jelentősen eltérőek, és habár továbbra is jelentős szerepe van a filmgyártás úttörőjének számító európai (elsősorban a brit, francia, német, spanyol) filmgyártásnak, a hollywoodi, illetve az amerikai független stúdiók meghatározó szerepet töltenek be a filmipar globális alakításában.

Az amerikai filmgyártás

20. Az Egyesült Államokban hat nagy médiacég („Big Six” / „majors”) birtokolja a filmek gyártásával foglalkozó legnagyobb filmstúdiókat. A fenti cégcsoportokhoz különböző filmstúdiók tartoznak, melyek közül általában az egyik gyártja az ún. „blockbuster” filmeket, egy másik a művészfilmeket és jellemzően külön stúdiók léteznek az animációs filmek gyártására is.⁶ A „Big Six” stúdióinak jelentőségét jól mutatja, hogy az amerikai filmek 2013-ban az Európai Unió mozi piacain közel 70%-os piaci részesedést értek el nézettségben számítva.⁷

21. A „Big Six” szereplői jelenleg a független filmek támogatásában és forgalmazásában is jelentős szerepet játszanak, így domináns szerepet töltenek be a világ filmiparában. A vertikális integráltság, a forgalmazási csatornák feletti ellenőrzés teszi lehetővé, hogy a fenti

⁶ Forrás: <http://filmek.s9.hu/filmstudiok/> (Letöltés: 2015. július 29.)

⁷ Forrás: An overview of Europe's film industry.

http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI%282014%29545705_REV1_EN.pdf (Letöltés: 2015. július 31.)

vállalkozások jelentős erőforrásokat csoportosítsanak a gyártás és a marketing területére, illetve megosszák a kockázatokat a különböző filmek és projektek között. Nagyon ritka, hogy egy film anélkül érjen el jelentős nemzetközi nézettséget, hogy a „Big Six” valamely tagja előzetesen megvenné a film forgalmazási jogait.

2. táblázat: A hat vezető amerikai filmes cégcsoport

Anyavállalat	Filmstúdió	Magyarországi forgalmazó
Fox Filmed Entertainment	 20th Century Fox	InterCom
The Walt Disney Studios	 Walt Disney Pictures	Fórum Hungary
Warner Bros. Entertainment	 Warner Bros. Pictures	InterCom
Sony Pictures Motion Picture Group	 Columbia Pictures	InterCom
NBCUniversal	 Universal Pictures	UIP Duna
Paramount Motion Pictures Group	 Paramount Pictures	UIP Duna

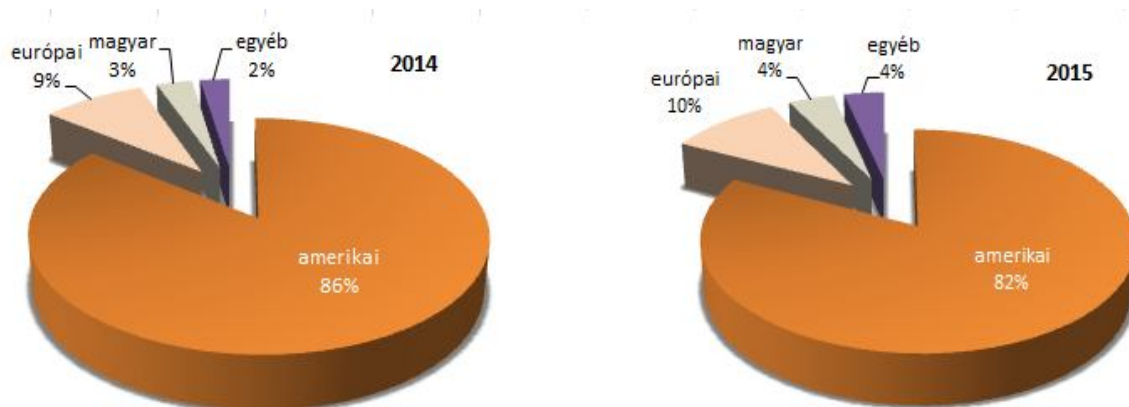
22. A hat vezető amerikai stúdiót irányító vállalkozáscsoportokat általában a kisebb, független filmgyártó és/vagy forgalmazó vállalkozásokkal („indies”) állítják szembe. Független filmnek általában azokat a filmalkotásokat nevezik, amelyek a „Big Six” filmstúdióitól függetlenül – általában jóval alacsonyabb költségvetéssel – készülnek.

23. A vezető független gyártó/forgalmazó cégek (jelenleg például a Dreamworks, a Lionsgate Films, vagy a The Weinstein Company, korábban a Miramax Films, vagy az Orion Pictures) gyakran a „Big Six” vállalkozásaival is felveszik a versenyt a filmek népszerűségét, nézettségét tekintve.

24. A magyarországi moziforgalmazási statisztikai adatokból látható, hogy hazánkban is kiemelkedő az amerikai (elsősorban a hollywoodi) filmek népszerűsége: a 2014-ben vetített

filmek döntő többsége az amerikai filmstúdiókból került ki mind nézettségi (86%), mind bevételi (87%) alapon. 2015-ben az amerikai filmek nézettségi és bevételi részesedése valamelyest csökkent (82 illetve 83%). Az európai filmek – ide nem értve a magyar filmeket – nézettségi aránya 2014-ben mindössze 9%-os, 2015-ben 10%-os volt, míg a magyar filmek 2014-ben 3%-os, 2015-ben 4%-os nézettségi részesedést értek el. Az egyéb filmek (beleértve az amerikai koprodukcióban készült filmeket is) 2014-ben 2%-os, 2015-ben 4%-os részesedést könyvelhettek el.

2. ábra A magyarországi mozikban vetített filmek összesített nézettségi részesedése a filmek származási helye alapján, 2014-ben és 2015-ben. (Saját számítás a Nemzeti Filmiroda statisztikai adataiból.)⁸



Az európai filmgyártás⁹

25. Az amerikai filmstúdiók dominanciája ellenére az európai filmipar továbbra is dinamikusnak tekinthető, a filmgyártás növekvő tendenciát mutat. Az Európai Unión belül a „Big Five” országok (Egyesült Királyság (UK), Franciaország, Németország, Olaszország, Spanyolország) stúdiói az európai filmgyártás kb. 80%-át fedik le, mind a gyártott filmek darabszáma, mind a filmek forgalmazási statisztikái alapján. Az Európai Bizottság az európai filmgyártás több strukturális hiányosságára is rámutatott az elmúlt időszakban. Ezek közül az egyik legfontosabb, hogy a gyártás folyamatára túl nagy hangsúly helyeződik a forgalmazáshoz és a reklámozáshoz képest. Jelentős hátrányt jelent az is, hogy a vezető amerikai filmstúdiókkal szemben kevés a vertikálisan integrált vállalkozás (ilyen pl. a francia Pathé). Az európai filmipar vállalkozásai ugyanakkor jellemzően viszonylag kis, nemzeti vállalkozások, amelyek az értéklánc csak egy szintjén vannak jelen. A statisztikák arra is

⁸ Forrás: <http://nmhh.hu/tart/index/1466/Statisztika> (Letöltés: 2016. április 12.)

⁹ Forrás: An overview of Europe's film industry.

http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI%282014%29545705_REV1_EN.pdf (Letöltés: 2015. július 31.)

rávilágítanak, hogy az elkészült filmek bevételei jellemzően nem fedezik a gyártási költségeiket, így az európai filmgyártás jelentős támogatásokra szorul.

A magyar filmgyártás

26. A magyar filmgyártást 2011-ben új alapokra helyezte a Magyar Nemzeti Filmalap Közhasnú Zrt. (MNF) felállítása. Az MNF átvette a megszűnt Magyar Mozgókép Közalapítvány vagyonát, tartozásállományát rendezte. Honlapja szerint az MNF „moziban bemutatásra kerülő egész estés játékfilmek, dokumentumfilmek és animációs filmek fejlesztéséhez, gyártás-előkészítéséhez, gyártásához és terjesztéséhez (marketing) nyújt támogatást.” A legtöbb, közelmúltban moziba kerülő magyar film kisebb-nagyobb mértékben részesült az MNF által megítélt támogatásból.¹⁰

27. Az Európai Audiovizuális Obszervatórium nézettségi adatai szerint 2011-ben 7,2%-os volt a magyar filmek hazai piaci részesedése, 2012-ben ez a szám 1,9%-ra, 2013-ban pedig 1,5%-ra esett vissza.¹¹ A folyamatos csökkenő tendencia 2014-ben megfordult, a magyar filmek részesedése az előzetes adatok szerint 3,7%-osra nőtt, majd az előzetes adatok szerint az arány 2015-ben enyhén tovább emelkedett (4,1%).¹²

3.2.Filmforgalmazók

A magyarországi filmforgalmazási piac szereplői

28. Az utóbbi években a magyarországi filmforgalmazói piac jelentősen átalakult, sok társaság megszűntette a tevékenységét, és számos új társaság lépett be a piacra. A 80-as évek közepéig az állami tulajdonban lévő Mokép (jelenleg: Mokép-Pannónia Filmgyártó és Forgalmazó Kft.) illetve a külföldi mozi- és tévéfilmek és egyéb filmműsorok behozatalával foglalkozó Hungarofilm Kft. kizárólagos joga volt a magyarországi filmek forgalmazása. A rendszerváltás után a Mokép magyarországi egyeduralma megszűnt, megjelentek a versenytárs forgalmazók. Az ezredforduló idején az InterCom Zrt. (InterCom), a UIP Duna Nemzetközi Film Kft. (UIP Duna), a Budapest Film Kft., a Mokép és más kisebb, azóta a filmforgalmazási piacról kilépő vállalat (pl.: Flamex, Best Hollywood, SPI) forgalmazott mozifilmeket. Az évek során a Mokép egyre csökkenő aktivitást mutatott a filmforgalmazás területén. 2005-ben lépett be a filmforgalmazási piacra a Fórum Hungary Filmforgalmazó Kft. (Fórum Hungary) a CCI leányvállalataként. A berlini székhelyű A Company cégcsoport

¹⁰ A támogatott (vagy elutasított) filmek listája megtalálható a Magyar Nemzeti Filmalap honlapján.

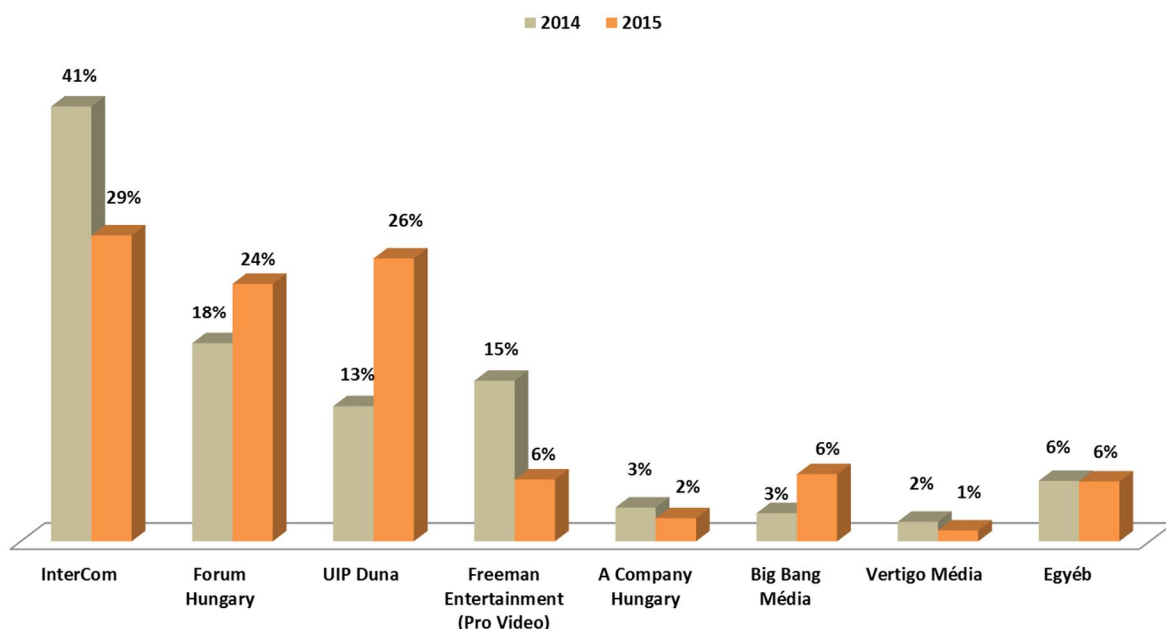
¹¹ Forrás: <http://nol.hu/kultura/hol-az-a-zsaner-1530149> (Letöltés: 2015. augusztus 5.)

¹² Forrás: <http://www.obs.coe.int/en> (Letöltés: 2016. április 12.)

megvásárolta a Budapest Film¹³ filmforgalmazási ágazatát (Budapest Film Kft.), illetve 2013-ban létrehozta magyarországi leányvállalatát, az A Company Hungary Kft.-t (A Company). Az utóbbi idők egyik legjelentősebb piacra lépője a Pro Video Film & Distribution Kft. (Pro Video), amely a Central Media Enterprises nemzetközi csoport tagjaként 2011 elején lépett a magyarországi piacra. A Pro Video 2014 szeptemberében kettévált, a Freeman Entertainment Kft. (Freeman Entertainment) vitte tovább a filmek forgalmazását, a Pro Video pedig a DVD-kiadást.

29. A Nemzeti Filmiroda statisztikája alapján a filmforgalmazók forgalma a forgalmazott filmek pénztári jegyárbevétele alapján a következőképpen alakult a piacon 2014-ben illetve 2015-ben:

3. ábra: Filmforgalmazók forgalmának megoszlása (pénztári jegyárbevétel alapján) (2014, 2015)¹⁴



30. Az ábra alapján megállapítható, hogy 2014-ben a négy piacvezetőnek számító vállalat az InterCom, a Fórum Hungary, a UIP Duna, és a Pro Video (2014 szeptemberétől: Freeman Entertainment) voltak. Hozzájuk 2015-ben felzárkózott a Big Bang Media Kft. Rajtuk kívül az A Company és a Vertigo Média Kft. tudtak az általuk forgalmazott filmek pénztári jegybevétele alapján 1% feletti részesedést szerezni a piacon, 1% alatti részesedéssel pedig kb. 25 darab kisebb filmforgalmazó rendelkezett 2014-ben illetve 2015-ben. A vezető

¹³ A Budapest Film moziüzemeltetési ága: Budapest Film Zrt., filmforgalmazási ága: Budapest Film Kft., a Budapest Film Kft. az A Company csoport egyik magyarországi leányvállalata

¹⁴ A Nemzeti Filmiroda 2014-es és 2015-ös statisztikái alapján saját szerkesztés

amerikai filmstúdiókkal kizárólagos forgalmazási megállapodással rendelkező stúdiók a jegyárbevételek alapján a piac több mint 70%-át fedték le 2014-ben, amely arány 2015-ben megközelítette a 80%-ot.

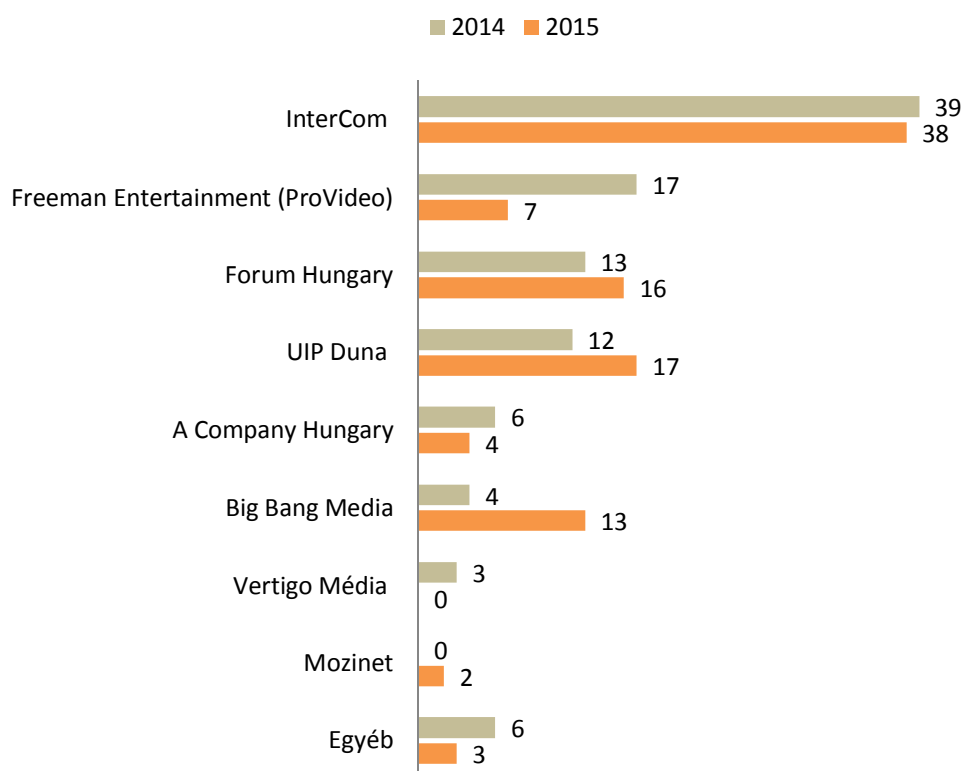
31. A filmforgalmazás kapcsán számos olyan vélemény fogalmazódott meg, hogy a magyar és az európai filmek háttérbe szorulását erősíti, hogy a filmek forgalmazására jelenleg alig lehet magyarországi forrásokból támogatást szerezni, így szinte csak olyan műveket terjesztenek a forgalmazók, amelyekre van európai uniós külön támogatás.

32. A filmforgalmazók érdekvédelmi szerve a *Filmforgalmazók Egyesülete*. A piacelemzés elején tett nyilatkozatuk szerint az egyesületnek minden nagyobb filmforgalmazó vállalkozás a tagja: 2014-ben a filmforgalmazási piac 80-85%-a tartozott a tagok közé. Az egyesület fő tevékenységei közé a tagság érdekvédelme, illetve a tagoktól való adatgyűjtés tartozik. Nyilatkozatuk szerint havonta tartanak egyesületi üléseket, amely egy fontos fórum arra, hogy a filmforgalmazók megbeszéljék egymás közt az aktuális piaci tapasztalatokat, illetve a filmforgalmazást érintő jogszabály-tervezetokről véleményt cseréljenek.

A magyarországi filmforgalmazási piac általános jellemzői

33. A magyarországi filmforgalmazási piac egy sokszereplős, versengő piac, a legmeghatározóbb piaci erővel hagyományosan az InterCom, a Fórum Hungary és a UIP Duna rendelkezik, általában ők forgalmazzák az ún. „blockbuster” filmeket. 2014-ben a száz legnagyobb pénztári jegybevételt elérő (top 100-as) filmek közül 39 darab filmet forgalmazott az InterCom, 17-et a Freemain Entertainment/Pro Video, 13-at a Fórum Hungary, 12-öt pedig a UIP Duna. 2015-ben a fenti szereplőkhöz felzárkózott a Big Bang Media, így az InterCom 38, a UIP Duna 17, a Fórum Hungary 16, a Big Bang Media 13, a Freeman Entertainment pedig 7 darab top 100-as alkotást forgalmazott.

4. ábra: Forgalmazott top 100-as filmek száma (2014, 2015)¹⁵



34. A filmforgalmazás tapasztalati jószágnak tekinthető, a filmforgalmazók szakmai tudása kell ahhoz, hogy előre megbecsüljék a várható nézőszámot, és felmérjék, hogy megtérül-e majd az adott film gyártási- és reklámköltsége. A filmek nehezen összehasonlíthatóak, így a forgalmazók minden esetben filmenként a várható forgalmazási értékre tekintettel készítik el üzleti terveiket, a következő egyenletek figyelembevételével:

$$\text{forgalmazó bevétele} = \text{kölcsöndíj} - \text{forgalmazási költségek} - \text{filmgyártó részesedése}$$

$$\text{kölcsöndíj} = \text{forgalmazó részesedési aránya} * \text{pénztári jegybevétel}$$

$$\text{adott film pénztári jegybevétele} = \text{jegyár} * \text{nézőszám}$$

35. A forgalmazott filmek után a forgalmazónak járó kölcsöndíj összege függ egyrészt attól, hogy milyen arányú részesedésben tud megegyezni a moziüzemeltetővel a film pénztári jegybevételeiből, másrészt függ a film jegybevételeinek összegétől, melyet a jegyár és az elért nézőszám határoz meg. A Nemzeti Filmiroda a filmforgalmazónkénti átlagos jegyárakra vonatkozóan is készít statisztikákat.¹⁶

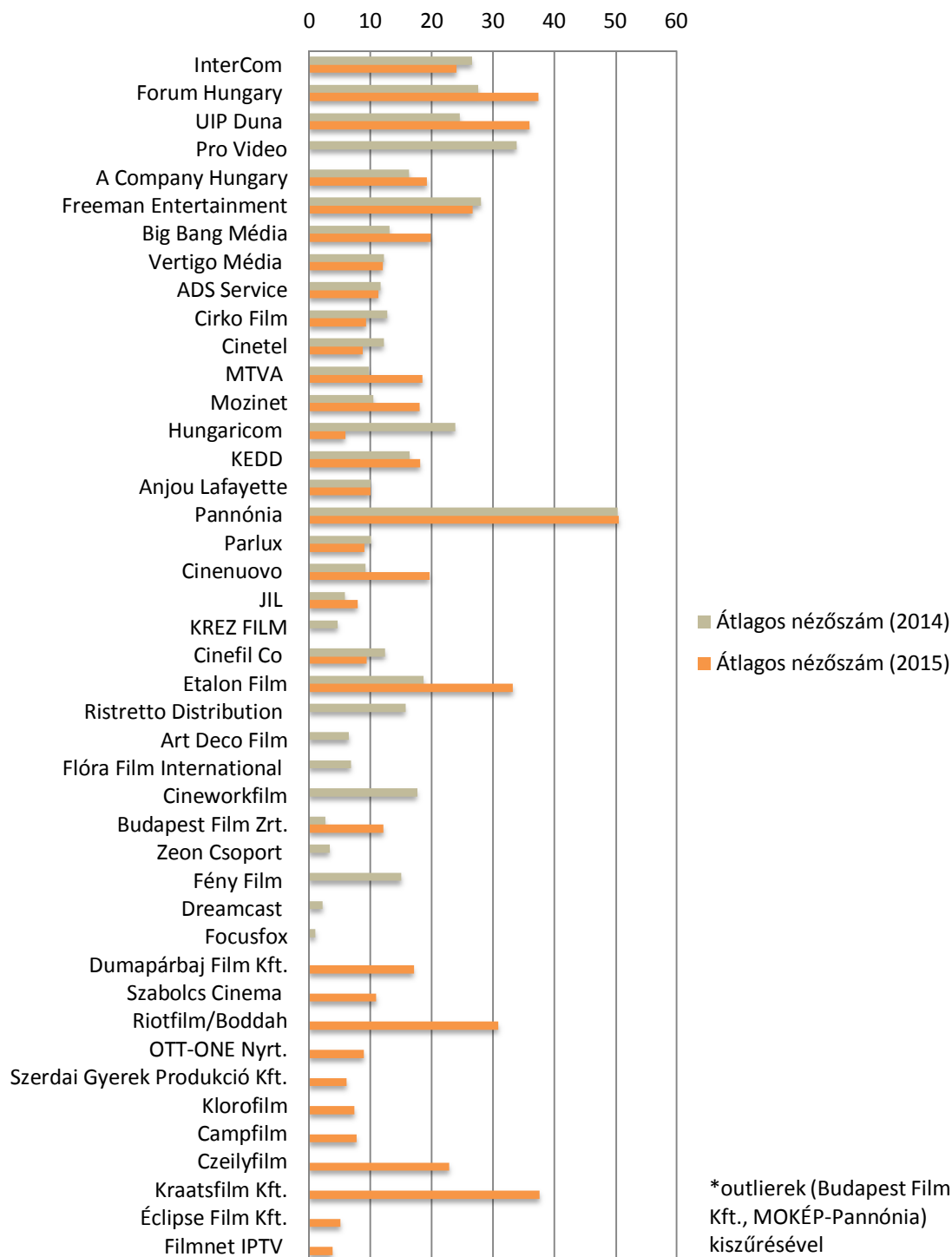
¹⁵ A Nemzeti Filmiroda 2014-es és 2015-ös statisztikái alapján saját számítás

¹⁶ Ezek elérhetőek: <http://nmhh.hu/tart/index/1466/Statisztika> (Letöltés: 2016. április 12.)

36. A jegyárakat a moziüzemeltetők határozzák meg, így az egyes filmforgalmazók bevételei közötti eltérések abból adódnak, hogy a filmforgalmazók filmjeit mely moziüzemeltetők, milyen műsorszerkezetben, milyen jegyárak mellett tűzik műsorra, illetve összefüggésben van azzal is, hogy a filmforgalmazók repertoárjában mekkora a jól eladható sikerfilmek aránya.

37. A filmek várható nézőszámát nehéz előre megjósolni, a forgalmazók általában múltbeli nézettségi adatokból indulnak ki a becslésnél, ezért nagy hiányosságnak érzik, hogy 2011 és 2013 között nem készültek hivatalos, nyilvánosan elérhető filmforgalmazási statisztikák. A 2014-es és 2015-ös előadásonkénti nézőszám statisztikák érdemi kihasználatlan kapacitásokra utalnak.

5. ábra: Átlagos nézőszám előadásonként (2014, 2015)¹⁷



37. Természetesen az átlagos előadásonkénti nézőszámot befolyásolja, hogy különböző férőhelyes mozitermekben játsszák a filmeket, illetve az is, hogy az (esti, hétvégi) csúcsidőn kívül kevesebb néző tud moziba menni, azonban a gyakorta több száz fős kapacitással

¹⁷ A Nemzeti Filmiroda 2014-es és 2015-ös statisztikái alapján saját szerkesztés

rendelkező mozitermek potenciális befogadóképességéhez viszonyítva az ábrán látható nézőszám adatok nagyon alacsonynak számítanak. Az alacsony átlagos kihasználtság egyik oka lehet a bő filmkínálat, melyről a piaci szereplők a következőképpen vélekedtek:

Piaci szereplők véleménye a filmkínálatról:

„Alapvető probléma, hogy túl bő a filmkínálat, míg régen havonta 10-12 film jelent meg a mozikban, kb. 35 VHS megjelenés mellett, napjainkban havonta 30-35 mozifilm jelenik meg, azaz gyakorlatilag minden nap kijön egy új film. Az Interneten (részben illegálisan) elérhető filmek és a VoD is kiszorítja a nézőket a mozikból. Ez a folyamat emeli a marketing költségeket, emellett – az európai uniós támogatások miatt – indokolatlanul sok a forgalmazó is”

„Nem feltétlenül rossz, hogy sok filmforgalmazó van a piacon, a verseny úgyis eldönti, hogy melyik filmforgalmazó tud fent maradni.”

„A túlbujárázó televíziós filmkínálat mellett a filmbemutatók száma is jelentősen megnőtt.”

Adatszolgáltatásban résztvevő filmforgalmazók

38. A filmforgalmazók esetében a válaszadási arány 50%-os volt. A kérdőívet kitöltő filmforgalmazók között egyaránt szerepelnek olyan vállalkozások, akik több mint 25 éve jelen vannak a filmforgalmazói piacon (InterCom, UIP Duna), és olyanok is, akik az elmúlt 10 évben jelentek meg (ADS Service, Fórum Hungary, MTVA, Pro Video, Vertigo Média). A legnagyobb filmforgalmazók (InterCom, Fórum Hungary, UIP Duna, Pro Video) mind részt vettek a GVH piacelemzésében, a kisebb forgalmazók közül az ADS Service, az MTVA, és a Vertigo Média szerepel jelen piacelemzés mintájában.

39. Az adatszolgáltatásban résztvevő filmforgalmazók 2011-ben átlagosan 18 db, 2012-ben 19 db, 2013-ban 24 db, 2014-ben pedig 22 db filmet forgalmaztak.

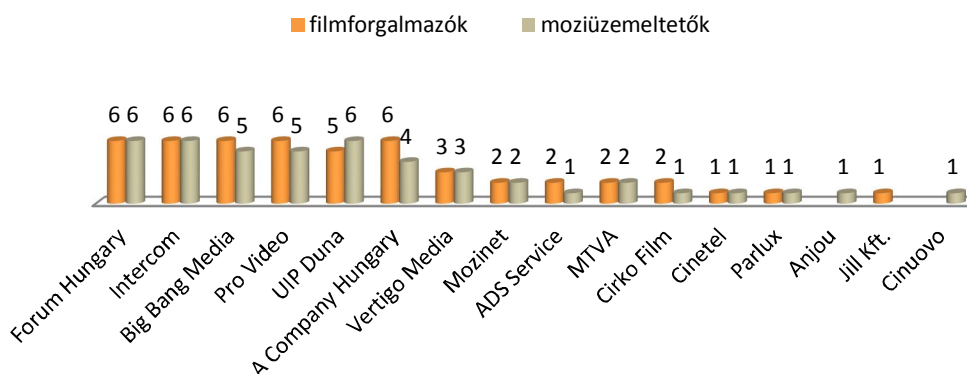
40. A filmforgalmazói piac szereplőinek verseny-, illetve alkuerejéről a filmforgalmazókon¹⁸ túl a moziüzemeltetők¹⁹ is megkérdezésre kerültek, a válaszadókra bízva azt, hogy mely szereplőket említik meg válaszaikban. (A filmforgalmazók piaci jelentőségéről az is sokat elárulhat, hogy hány adatszolgáltatónak jutott eszébe az adott filmforgalmazó.) A

¹⁸ Ld. 1. Melléklet 7. kérdés

¹⁹ Ld. 2. Melléklet 11. kérdés

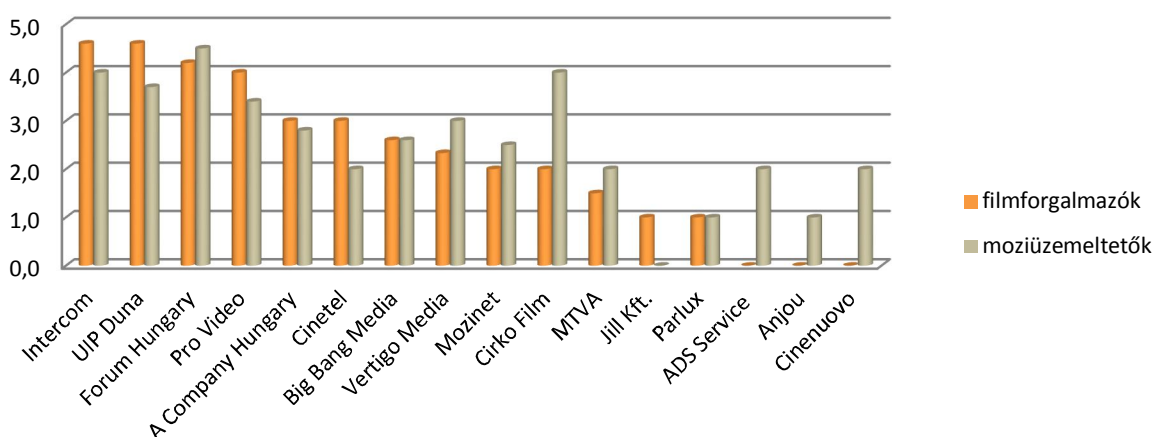
következő grafikon elsőként azt foglalja össze, hogy hányan említették meg válaszaikban az adott filmforgalmazót:

6. ábra: Említések száma (db)



41. Ezen elv mentén a Fórum Hungary-t, az InterComot, a Big Bang Média-t, a Pro Videot, a UIP Dunát és az A Company Hungary-t tekinthetjük a legismertebbnek a piacon. A filmforgalmazási piac szereplőit a versenytársaik (filmforgalmazók) versenyerejük szerint értékelték, vevők (moziüzemeltetők) pedig alkuerejük szerint. Az 1-től 5-ös skálán való értékelésben az egyes jelentette azt, ha valamelyik piaci szereplőnek nagyon gyenge, az ötös pedig azt, ha nagyon erős a verseny-, illetve alkuereje. A következő grafikonon láthatóak a két megkérdezett kör szerinti átlagok:

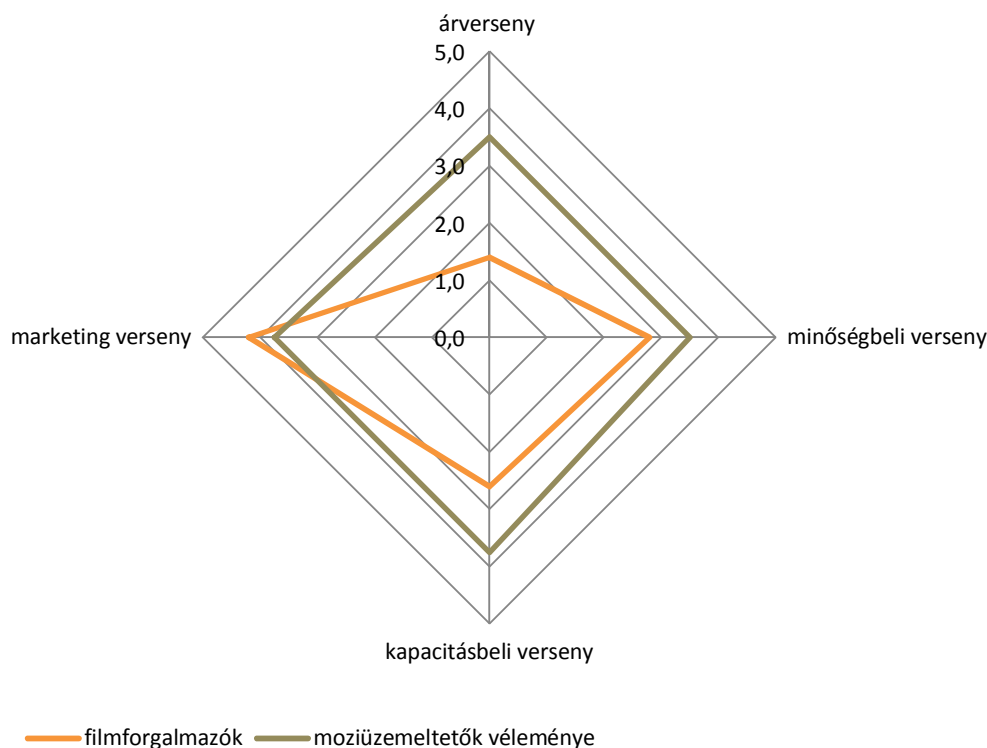
7. ábra: A filmforgalmazók verseny- és alkuerejének értékelése (1=nagyon gyenge, 5=nagyon erős)



42. A filmforgalmazók a legerősebb versenytársnak az InterComot, a UIP Dunát, a Fórum Hungary-t és a Pro Videot tartják. A moziüzemeltetők átlagosan a Fórum Hungary alkuerejét tartják a legerősebbnek (itt fontos szerepet játszhat, hogy a Fórum Hungary a CCI magyarországi leányvállalata).

A piaci szereplőknek kiküldött kérdőívben a filmforgalmazók²⁰ és a moziüzemeltetők²¹ is értékelték 1-től 5-ös skálán a filmforgalmazási piacon folytatott verseny erősséget, az árverseny-, a marketing verseny-, a kapacitásbeli verseny- és a minőségbeli versenymérvék mentén. A következő grafikon külön-külön ábrázolja a filmforgalmazók, illetve a moziüzemeltetők értékelésének átlagát:

8. ábra: A verseny erőssége a filmforgalmazói piacon (1=nagyon gyenge, 5=nagyon erős)



43. A filmforgalmazók a leggyengébbnek az árversenyt (átlag: 1,4), legerősebbnek pedig a marketing versenyt (átlag: 4,2) tartják a piacukon. A moziüzemeltetők a kapacitásbeli versenyt (átlag: 3,8) és a marketing versenyt (átlag: 3,8) érzik erősnek, de az árversenyt (átlag: 3,5) és a minőségbeli versenyt (átlag: 3,5) is jelentősnek tartják a filmforgalmazási piacon. A verseny egyéb fontosnak ítélt versenymérvékénél az adatszolgáltatók a filmbeszerzésért és a legjobb megjelenési dátumokért folytatott versenyt emelték ki.

²⁰ Ld. 1. Melléklet 8. kérdés

²¹ Ld. 2. Melléklet 12. kérdés

3.3.Moziüzemeltetők

A magyarországi moziüzemeltetési piac szereplői

44. Az 1980-as évek közepéig a mozik központilag meghatározott szempontok alapján költségvetési támogatásban részesültek, bevételük több mint 50%-át az állami támogatás tette ki. A mozik száma megközelítette a négyezret, így gyakorlatilag minden településre jutott egy mozi.

45. 1990-től a magyar moziüzemeltetési piac jelentősen átalakult. A változások közül kiemelendő, hogy a mozitermek száma a kilencvenes évek elején jelentősen csökkent, megjelentek a többféle szolgáltatást nyújtó multiplex mozik, és a mozipiac nagy része láncokba szerveződött.²² Az ezredfordulót követően a mozitermek számának csökkenése tovább folytatódott, 2010 elején²³ már kevesebb mint 400 moziterem üzemelt Magyarországon. A mozihálózat Európa-szerte lényegesen ritkább mint például az Egyesült Államokban, de a magyarországi mozisűrűség (átlagosan kb. 25 000 lakosra jut egy mozi) még a nyugat-európai átlagnál (15 000 fő/mozi) is alacsonyabb.²⁴

46. A mozitermek számára 2015 végéig nem állt rendelkezésre megbízható adat, de a mozitermek száma feltehetően továbbra is valamivel kevesebb, mint 400 volt. A Nemzeti Filmiroda 2015 végéig csak az „art” mozik és „art” mozitermek vonatkozásában vezetett nyilvántartást.²⁵ A magyar filmtörvény 2015 decemberében elfogadott módosítása értelmében mozinak csak a mozgóképszakmai hatóság által ekként nyilvántartott helyiség minősül, így a mozgóképszakmai hatóság minden üzemelő moziról nyilvántartással fog rendelkezni.

47. A mozitermek csökkenésével párhuzamosan a mozilátogatások száma is folyamatosan csökkenő tendenciát mutatott, de a csökkenés az elmúlt évtized végén stagnálásba váltott át, és kb. 11 millió fő/év körüli látogatószám környékén stabilizálódott (2010: 10 975 495 fő, 2014: 10 995 529 fő). 2015-ben viszont a mozik látogatottsága jelentősen, közel 20%-kal megugrott, a látogatószám enyhén meghaladta a 13 millió főt.²⁶ Ahogy a 7. ábrán is látható, a mozitermek jelentős kihasználatlansági problémákkal küzdenek. A nézőkért folytatott

²² Ld. a Vj/55/2002/76. sz. versenytanácsi határozatot (Intercom Zrt.), Elérhető: http://www.gvh.hu/akadalymentes/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2002/3597_hu_vj-55200276.html (Letöltés: 2015. július 29.)

²³ Forrás: http://kultstat.emmi.gov.hu/site/kultstat2010/kultstat_kiadvany_2010_3_3_1.pdf (Letöltés: 2015. július 27.)

²⁴ AL/109-1/2016., 1. sz. melléklet.

²⁵ Lásd: <http://nmhh.hu/tart/index/682/Mozgokep> (Letöltés: 2015. július 28.)

²⁶ Forrás: A Nemzeti Filmiroda statisztikái

küzdelmet nehezíti, hogy a mozikban történő filmnézésnek számtalan alternatívája jelent meg az elmúlt években.

48. A jelenleg üzemelő mozik széles spektrumon helyezkednek el. Az egyik végletet a jellemzően szélesebb közönséget vonzó, többtermes multiplex mozik, a másikat pedig a jellemzően rétegigényeket kielégítő „art” mozik jelentik. A digitalizáció elterjedésével ugyanakkor egyre több olyan mozi van, amely egyik kategóriába sem sorolható be, azaz nem tekinthető sem többtermes, sem „art” mozinak.

Multiplex mozik:

49. Az első multiplex mozit a Hollywood Multiplex 1996-ban nyitotta meg a Duna Plaza-ban. A multiplex mozik a bevásárlóközpontokkal együtt fejlődve rohamosan terjedtek az országban. Az 1990-es évek második felében nyitott szintén multiplex mozit a Cineplex Odeon a Pólus Centerben, a Ster Century a Westendben, a MOM Parkban és a Camponában. A Budapest Film Zrt. a Mammut (amit később eladott a Palace Cinemas hálózatnak), a Corvin, és a Rózsadomb mozival lépett piacra. A Cineplex Odeon néhány éven belül távozott a magyar piacról, a Ster Century mozijait pedig a Palace Cinemas vásárolta fel. A CCI magyar leányvállalata (I.T. Magyar Cinema Kft., a továbbiakban: Cinema City) budapesti mozijai Csepelen, illetve Óbudán bezártak rossz kihasználtság miatt, azonban a vidéki nagyvárosokban a Cinema City mozik nyertek teret. Jelentős fordulatot hozott, amikor a 2006-ban az addig Budapesten igen jelentős Hollywood Multiplex láncot (Duna Plaza, Lurdy Ház, Eurocenter, Pólus Mozi, Kossuth Mozi) a Palace Cinemas felvásárolta. Eközben Cinema City visszatért a budapesti moziüzemeltetési piacra, az Aréna Plázában és az Allee-ban nyitott mozijaival.

50. 2011-ig a Palace Cinemas és a Cinema City hasonló erőt képviseltek a magyar moziüzemeltetési piacon, a Palace Cinemas Budapesten, míg a Cinema City vidéken volt erősebb. Jelentős változás történt azonban, amikor 2011-ben a CCI felvásárolta a Palace Cinemas magyar, cseh és szlovák érdekeltségeit.

51. A 2011-es fúzió eredményeként a Palace Cinemas legtöbb mozija átkerült a CCI tulajdonába, a Pólus és a kecskeméti mozi függetlenedett, a Lurdy Ház, az Óbuda és a Tatabánya mozik üzemeltetését átvette az újonnan alakult Mi Mozink Kft. (Mi Mozink). A felvásárlással a CCI Európa harmadik legnagyobb mozihálózatává vált, míg a kelet-közép-európai térségben megszerezte a piacvezető helyet. A fúzió révén a magyarországi moziüzemeltetési piac horizontálisan erőteljesen koncentráldott. (Ez a tendencia egyébként

az egész régióra jellemző, mely egyes vélemények szerint azt demonstrálja, hogy a multiplexek világában nem csupán Magyarország, de az egész régió kicsi több hálózat számára.²⁷⁾

52. A GVH a P/62/2011. sz. eljárásában vizsgálta a tranzakciót, és megállapította, hogy hatásköre a Tptv. 24. § (1) bekezdésében meghatározott küszöbszámok²⁸ teljesülésének hiányában nem terjedt ki a fúzió versenyfelügyeleti eljárás keretében történő ellenőrzésére, azaz az összefonódáshoz nem volt szükség a GVH engedélyére. Mivel a tranzakcióban részt vevő vállalkozások releváns árbevétele nem haladta meg az EU szabályozás szerint meghatározott küszöbszámokat sem, a fúzióhoz az Európai Bizottság engedélyére sem volt szükség.

53. A fúzió követően Magyarországon a CCI leányvállalata, a Cinema City üzemelteti a Cinema City mozikat. Összesen 20 darab Cinema City mozi működik Budapesten és vidéken, összesen 176 teremmel. Jelenleg Budapesten 12 multiplex működik, melyből hetet a Cinema City, kettőt pedig a Mi Mozink csoport (Lurdy ház, Óbuda) működtet. Budapesten függetlenként indult, és a mai napig függetlenként működik a Sugár mozi. A Budapest Film Zrt. tulajdonában lévő öt mozi közül egyedül a Corvin mozi tartozik a multiplex mozik közé. Multiplex mozinak minősül továbbá a Pólus Centerben üzemelő Pólus Mozi.

54. A multiplex mozik nézőszáma a „hagyományos” mozik nézőszámának csökkenésével párhuzamosan nőtt. (Például, a multiplexek megjelenésével és terjeszkedésével párhuzamosan 1996 és 2001 között Budapesten 21 kereskedelmi mozi zárt be, miközben a multiplexek nézőszáma nőtt.)²⁹ Az utóbbi években bezárta kapuit többek között a Bem, a Kultiplex, a Hunnia, a Kossuth, az Európa, az Odeon-Lloyd és a Vörösmarty mozi. (A Bem mozi azonban 2016 elején újra megnyitott, és a tervek szerint nosztalgiamoziként üzemel majd, vagyis a filmtörténet klasszikusait vetítik eredeti nyelvű 35 mm-es kópiáról, felirattal.)³⁰ A nem-

²⁷ Forrás: http://www.mfor.hu/cikkek/A_mozi_a_mozi_.html (Letöltés: 2015. július 13.)

²⁸ A Tptv. 25. § (1) bekezdése szerint a vállalkozások összefonódásához a GVH-tól engedélyt kell kérni, ha valamennyi érintett vállalkozáscsoport [26. § (5) bekezdés], valamint az érintett vállalkozáscsoportok tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevétele együttesen a tizenöt milliárd forintot meghaladja, és az érintett vállalkozáscsoportok között van legalább két olyan vállalkozáscsoport, melynek az előző évi nettó árbevétele a vállalkozáscsoport tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások nettó árbevételével együtt ötszázmillió forint felett van.

²⁹ Forrás: http://www.gvh.hu/akadalymentes/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2002/3597_hu_vj-55200276.html (Letöltés: 2015. július 29.)

³⁰ Forrás: http://index.hu/kultur/cinematrix/2016/01/07/nosztalgiamozikent_nyit_ujra_a_bem/ (Letöltés: 2016. április 12.)

multiplex mozik közül vidéken néhány kis mozi, Budapesten pedig az alternatív, rétegfilmeket műsorra tűző kis filmszínházak közül működik néhány tovább.

„Art” mozik:

55. „Art” mozinak köznapi értelemben a művészfilmeket („art” filmeket) vetítő mozikat tekintjük. Az „art” mozik szabályozása azonban ennél összetettebb. Az „art” mozivá válás feltételeit 2014. január 1-jétől az „art” mozivá minősítés feltételeiről szóló 78/2013. (XII.16) sz. EMMI rendelet tartalmazza.³¹ Az „art” mozikról a Nemzeti Filmiroda vezet nyilvántartást.³²

56. Budapesten a Cirko-Gejzír, a Művész, az Art+ Cinema (korábban: Örökmozgó), a Puskin, a Tabán, a Toldi és a Nemzeti Filmszínház (korábban Uránia) működik „art” moziként. Vidéken a nagyobb mozik közül „art” mozi termekkel rendelkezik többek közt a szombathelyi Agora-Savaria Filmszínház, a pécsi Apolló mozi és a szegedi Belvárosi mozi.³³

57. A budapesti „art” mozihálózat fő helyszíneit, a Művész, a Puskin, a Toldi és a Tabán mozit egyaránt a Fővárosi Önkormányzat 100%-os tulajdonában lévő Budapest Film Zrt. igazgatja. A Budapest Film Zrt. ingatlan portfóliójába tartoznak még a Kino és az egykori Odeon mozi épülete is.

58. A Cirko-Gejzír fenntartója a Cirko Film - Másképp Alapítvány, amely 1993-ban alakult civil kezdeményezésre. A közhasznú, non-profit alapítvány budapesti „art” mozijának üzemeltetése mellett filmforgalmazással is foglalkozik.³⁴

59. Az „art” mozik fennmaradását – vetítőrendszereik digitalizációja révén – nagyban segítette az Emberi Erőforrások Minisztériuma (EMMI) által 2011 óta az „art” mozihálózat digitális fejlesztésére kiírt, évente összesen 100 millió Ft kerettel rendelkező pályázati kiírás.³⁵

60. A vidéki mozizás, a közösségi filmnézés élményének vidéken történő felélesztésében egyre fontosabb szerepet játszik a Mozgó Mozi elnevezésű kezdeményezés, amelyet a

³¹ A rendelet hatályon kívül helyezte az „art” mozik minősítésének és a filmalkotások korhatár szerinti megjelölésének feltételeiről szóló 46/2007. (XII. 29.) sz. OKM rendeletet, amely korábban az „art” mozik besorolásával foglalkozott.

³² Lásd: <http://nmhh.hu/tart/index/682/Mozgokep> (Letöltés: 2015.július 28.)

³³ Az Uránia a felújítása után Nemzeti Filmszínház néven nyitott újra, az Örökmozgó pedig kezdetben Filmmúzeum néven, a Magyar Nemzeti Digitális Archívum és Filmintézet részeként, majd 2015. október 1-től Art+ Cinema néven, a Vertigo Média üzemeltetésében folytatta működését.

³⁴ Forrás: <http://mozi.hir24.hu/hirek/20150216/minden-otvenarnylat-jegy-szeg-azt-”art”-mozik-koporsojaba> (Letöltés: 2015.június 29.)

³⁵ Erről részletesebben ld. az 5.3. alfejezetet.

MozgóMozi Kft. indított útjára. A Mozgó Mozi egy modern, 3D vetítógép segítségével vidéki településeken vetít változatos, sokszor a helyi igényekre tervezett program alapján különböző mozifilmeket.³⁶ Az idényjelleggel működő, nagy hagyományokkal rendelkező kertmozik közül az elmúlt évtizedekben sok bezárt, azonban mára újra fejlődésnek indultak többek közt Budapesten és a Balaton környékén is.

61. A *Mozisok Országos Szövetsége* (MOSZ)³⁷ a 80-as évektől kezdve foglalkozik a moziüzemeltetők érdekképviselésével. A MOSZ-nak van hagyományos, multiplex és „art” mozi tagozata is, nyilatkozata szerint az összes magyarországi mozi a tagok közé tartozik. A MOSZ évente tart választmányi ülést; évközben a tagok általában e-mailben jelzik a MOSZ felé a felmerülő problémáikat, mely problémák esetén a MOSZ mint közvetítő lép fel a felek között. Statisztikákat jelenleg nem vezet tagjairól, csak eseti jelleggel gyűjt össze adatokat a tagoktól.

A magyarországi moziüzemeltetési piac általános jellemzői

62. A moziüzemeltetés végfelhasználó piac, amelyet nagyrészt közvetlenül a fogyasztók tartanak el. A moziüzemeltetők legszélesebb értelemben a szabadidős tevékenységek piacán, szűkebben véve a filmnézés piacán (a tévéképernyőn, számítógépen, tableten megnézett filmekkel) versenyeznek.³⁸

63. A moziüzemeltetők egymás közötti versenyében a mozijegyek árának, a mozik megközelíthetőségének, illetve a mozi látogatáshoz kínált kiegészítő szórakozási/vendéglátási szolgáltatásoknak lehet fontos szerepe. A mozijegyek árát befolyásolhatja, hogy a moziüzemeltetőnek mekkora bérleti díjat kell fizetni a hely tulajdonosának. A multiplex mozik többsége tágabb fogyasztói igényt elégít ki azáltal, hogy a látogatók igénybe vehetik az előadáshoz kapcsolódó szolgáltatásokon (parkolás, büfé) túl a bevásárlóközpontok nyújtotta egyéb szabadidő-eltöltési lehetőségeket is. A multiplex mozik technológiai fejlesztésekkel (pl: 3D, 4D, IMAX) is megpróbálják a nézőket bevonni a mozikba. A kisebb mozik közül a digitalizáció korai fázisában (2010-2011-ben) sok mozi bezárt, ekkor a sikeres fennmaradás általában speciális rétegigények kielégítésétől függött. A digitalizáció felgyorsulásának hatására azonban ez a folyamat megfordult és 2014-2015-ben a mozis piac jelentős bővülése

³⁶ Ld. például: http://hvg.hu/kultura/20150122_Mozgomozoi (Letöltés: 2015.augusztus 4.)

³⁷ Honlapja: <http://mosisok.hu/hirek>

³⁸ AL/579-70/2015.

volt megfigyelhető.³⁹ Az „art” mozik a kedvezőbb jegyárakkal, fesztiváldíjas filmekkel, kulturális programokkal próbálják megszólítani a fogyasztók egy bizonyos rétegét. Az „art” mozik digitális vetítőrendszerre való átállását segítették állami támogatásokkal, de ezen felül kevés pályázati lehetőség volt az „art” mozik fenntartására a Magyar Mozgókép Közalapítvány megszűnése óta.⁴⁰

Piaci szereplők véleménye a moziüzemeltetési piac működéséről:

„Nagy probléma, hogy nincs rendes definíciója annak, hogy mi számít mozinak. „Bárki, bárhol nyithat mozit”, csupán egy tűzoltósági engedély kell hozzá.”

„Probléma a napi rendszerességű nézettségi statisztikák hiánya.”

„A moziüzemeltetési piacon nincsenek ma nagy lehetőségek, beállt a piac, nem valószínű új szereplők belépése, de nagyszámú mozibezárás se.”

„Nem biztos, hogy néhány kisebb mozi fenn tudja tartani magát hosszútávon abból a nézőszámból, amit jelenleg el tud érni.”

„Ebben a túlkínálatban egy olyan filmnek, amely a Cinema City mozikban az első hétvégén nem tudja megtalálni a közönségét, bukásra van ítélve, mivel a második hetére már kiszorítják az új alkotások. A művész mozik és az egyéb kisebb filmszínházak, vidéki mozik sajnos nem tudnak megfelelő alternatívát nyújtani ennek az ellensúlyozására. Az őket látogató közönség méreténél fogva nem elégséges egy film nézettségének jelentős befolyásolására.”

„A Cinema City működik teljesen gazdasági alapon, a többi mozinak általában rossz a stratégiája, régi berögződéseket követ. Ez egyrészt oda vezethető vissza, hogy a művészfilm támogatásokat azzal a feltétellel kapták meg, hogy naponta meghatározott számú „art” filmet – nézőszámtól függetlenül – levetítenek, ebből következőleg pedig a moziknak nem maradt kapacitása, és a nem „art” filmeket kínáló filmforgalmazóknak pl. csak napi egy vetítést biztosítottak. Tehát a támogatásokra, és nem a jegyárbevételre helyezték a hangsúlyt.”

„A jegyárak kisebb mértékű csökkentésével nem emelhető annyival a nézőszám, hogy megérje az árcsökkentés (Moziünnepeken jól lehet tesztelni az árcsökkentés hatását).”

³⁹ AL/579-65/2015.

⁴⁰ Forrás: <http://mozi.24.hu/hirek/20150216/minden-otvenarnylat-jegy-szeg-azt-artmozik-koporsojaba>
(Letöltés: 2015. június 29.)

„A filmes szórakoztatóipar Magyarországon egyre inkább tartalomvezérelt. Ez azt jelenti, hogy egyre kevesebben mennek kizárólag a mozi élményért moziba, inkább az adott film érdekli őket.”

„A digitális technika lehetővé tette a 3D-s filmek megjelenését, ami visszacsábította a nézőket a mozikba, újra eseménnyé téve a mozizást.”

Az adatszolgáltatásban résztvevő moziüzemeltetők

64. A kiküldött, tájékoztatást kérő levelekre összesen hat moziüzemeltetőtől érkezett be kitöltött kérdőív, mely minta viszonylag jól lefedi a teljes moziüzemeltetési piacot. A válaszadók közt van ugyanis – a legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező Cinema City-n (17 multiplex mozi) túl – a fővárosban jelentős mozikat üzemeltető Budapest Film Zrt. (egy multiplex, négy art mozi), valamint a Magyar Moziüzemeltető Kft.-t (Lurdy házi multiplex), az Óbudai Mozi Üzemeltető Kft.-t (Eurocenter-Óbuda multiplex) és a Tatabányai Moziüzemeltető Kft.-t összefogó Mi Mozink, a Sugár mozit üzemeltető Keringatlan Kft., a kecskeméti Malom Mozi és a dunaújvárosi Mozicentrum.

65. 2011 és 2013 között az adatszolgáltató mozikban vetített filmek száma átlagosan 38,6%-kal növekedett, melyben szerepet játszhat a digitális vetítésre való átállás. A Cinema City piaci túlsúlyát az együttes jegyárbevétel nagyságrendi eltérései tükrözik, a hat moziüzemeltető viszonylatában 80% körüli részesedéssel rendelkezik a Cinema City, a többi moziüzemeltető közül pedig egyik se rendelkezik 10% feletti piaci részesedéssel.

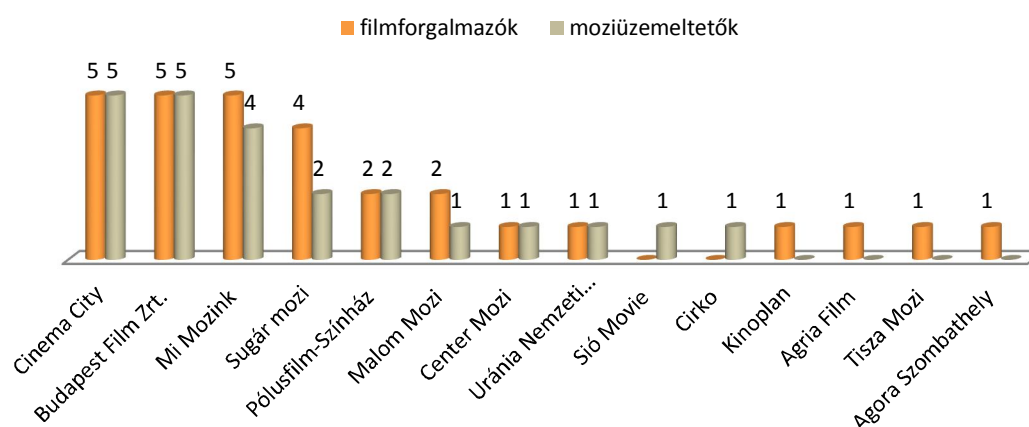
66. A moziüzemeltetőknek a pénztári jegybevétel egy bizonyos százalékát, megállapodás szerint ⁴¹ el kell utalniuk a filmforgalmazóknak kölcsöndíjként. A jegyárbevételek moziüzemeltetőknél maradó részaránya az adatot szolgáltató moziüzemeltetők esetében átlagosan 53,3%, és ebben nagy szórás (eltérés) nem volt tapasztalható sem az elemzés által érintett három év (2011-2013), sem a hat adatszolgáltató moziüzemeltető vonatkozásában.

67. A moziüzemeltetők verseny-, illetve alkuerejének szubjektív értékelésénél⁴² a Cinema City-t, a Budapest Film Zrt.-t és a Mi Mozinkat említette meg szinte mindegyik adatszolgáltató.

⁴¹ Lásd a 4.2. fejezetet

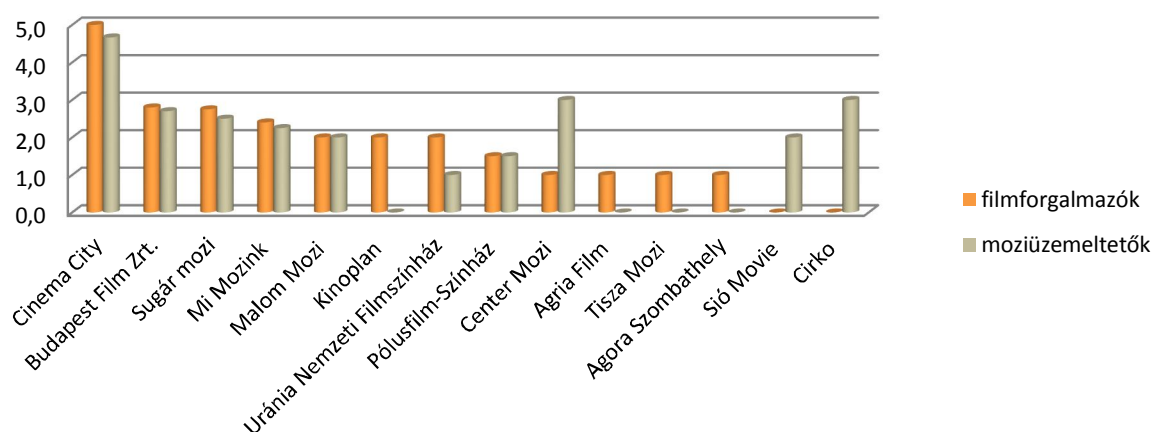
⁴² Ld. 1 Melléklet 9. kérdés, 2. Melléklet 9. kérdés

9. ábra: Említések száma (db)



68. A verseny-, illetve alkuerő értékelésénél a Cinema City-t leszámítva egyik moziüzemeltető cég se tudott hármasnál jobb átlagot elérni. A Cinema City alkuerjét viszont jól jellemzi, hogy a filmforgalmazók által adott értékek átlaga 5,0 lett, tehát minden egyes adatszolgáltató filmforgalmazó 5-re (a maximálisra) értékelte a Cinema City alkuerjét.

10. ábra: A moziüzemeltetők verseny- és alkuerjének értékelése (1=nagyon gyenge, 5=nagyon erős)

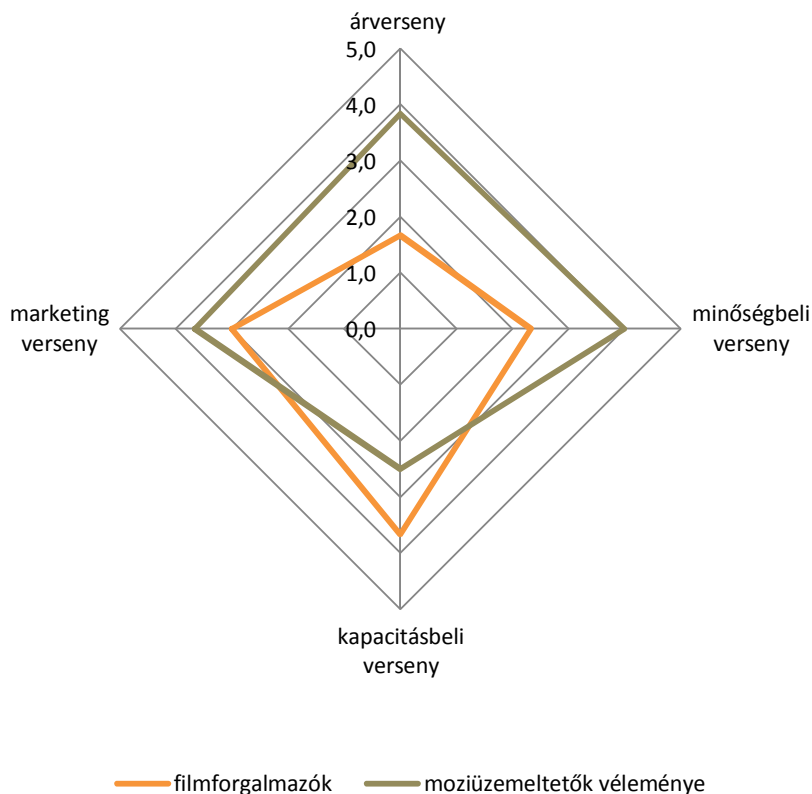


69. A moziüzemeltetési piacon jelenlévő versenyt 1-től 5-ös skálán, négy dimenzió mentén értékelték a filmforgalmazók⁴³ és a moziüzemeltetők⁴⁴.

⁴³ Ld. 1. Melléklet 10. kérdés

⁴⁴ Ld. 2. Melléklet 10. kérdés

11. ábra: A verseny erőssége a moziüzemeltetési piacon (1=nagyon gyenge, 5=nagyon erős)



70. A moziüzemeltetési piac jellemzésénél eltérő átlagokat kaptunk az adatszolgáltatók két típusánál. A moziüzemeltetők a minőségbeli versenyt (átlag: 4,0) és az árversenyt (átlag: 3,8) tartják erősnek a piacon, a filmforgalmazók viszont az előbbi két versenyszínt gyengének, de a kapacitásbeli versenyt (átlag: 3,7) erősnek érzik a moziüzemeltetési piacon.

4. A filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok szereplői közötti vertikális kapcsolatok jellemzői

4.1. A filmstúdiók és a filmforgalmazók kapcsolata

71. A filmforgalmazókat két nagy kategóriába lehet sorolni aszerint, hogy milyen kapcsolatban állnak a vezető amerikai filmstúdiókkal. Magyarországon 3 filmforgalmazó vállalatnak (InterCom, Fórum Hungary, UIP Duna) van a vezető amerikai filmstúdiók valamelyikével kizárólagos forgalmazási keretmegállapodása, a többi szereplő egyedi megállapodások révén, jellemzően filmvásárokon, fesztiválokon szerzi a filmeket. Ettől függetlenül – hasonlóan a többi magyarországi filmforgalmazóhoz – a fenti, kizárólagos megállapodással rendelkező forgalmazók is szereznek be a független filmpiacról filmeket.

Kapcsolat a hat vezető amerikai filmstúdióval

72. A vezető amerikai filmstúdiókkal szerződésben álló magyarországi forgalmazók előre rögzített (százalékban meghatározott) forgalmazási díjat kapnak szolgáltatásaikért: a moziüzemeltetőktől származó bevétel (kölcsondíj) egy előre meghatározott százaléka illeti a magyarországi forgalmazót (forgalmazási díj), az előzetesen jóváhagyott forgalmazási költségek levonása után pedig a kölcsondíj túlnyomó része a filmstúdiónak fizetendő jogdíjként. A vezető amerikai filmstúdiók tartalomtulajdonosként minden egyes film esetében meghatározzák a forgalmazók által képviselt feltételeket. A stúdiók viselik a forgalmazással kapcsolatos minden pénzügyi kockázatot, ezért jelentősen befolyásolják a magyarországi forgalmazás módját, ideértve a pénzügyi feltételeket is. Egy forgalmazó szerint minden fontos döntést a stúdiók hoznak meg a forgalmazással kapcsolatban, a magyarországi forgalmazók javaslatokat tehetnek, de minden kérdésben szükséges a stúdiók jóváhagyása. A vezető amerikai filmstúdiók és a magyarországi forgalmazók között kizárólagos szerződéses jogviszony áll fenn, mely szerint a filmstúdiók kizárólag az adott filmforgalmazón keresztül juttathatják el filmjeik lokalizált verzióját a magyar mozikba. A filmstúdiókkal szerződéses jogviszonyban álló magyarországi filmforgalmazók elsősorban a stúdiók filmjeit forgalmazzák, de előfordul az is, hogy a független filmpiacról szereznek be filmeket.

73. Magyarországon az InterCom a 20th Century Fox, a Warner Bros. és a Sony stúdiók mozifilmjeinek kizárólagos forgalmazója 1989 óta. A Fórum Hungary 2005-ben jelent meg a magyarországi filmforgalmazási piacon, és ekkor lett a Disney stúdió helyi forgalmazója. A Disney filmeket korábban az InterCom forgalmazta. A UIP Duna 1988 óta van jelen a magyarországi filmforgalmazási piacon, a Universal és a Paramount stúdiók részére forgalmaz filmeket. A UIP Duna 95%-os tulajdonosa a United International Pictures B.V. (továbbiakban: UIP B.V.), amelynek tagjai az Universal és a Paramount stúdiók. A UIP B.V. meghatározott filmekre kap jogot mindkét stúdiótól, hogy azokat nemzetközi piacokon megjelenesse, beleértve Magyarországot is. A UIP B.V. és a UIP Duna szerződéses viszonyban áll, amelyben a UIP B.V. meghatározott filmforgalmazói jogokat biztosít a UIP Duna részére.

A független filmpiac

74. A független filmek értékesítésének platformjai a filmvásárok/fesztiválok, melyek elősegítik a filmgyártók, jogtulajdonosok és a filmforgalmazók egymásra találását. A független filmpiacon a jogtulajdonosok és forgalmazók filmként kötnek földrajzi

kizárólagosságot tartalmazó szerződéseket, itt nem jellemzőek a nagyobb csomagokra, sok filmre kiterjedő kapcsolatok. A filmforgalmazók alkuk eredményeként szerzik meg egy-egy film kizárólagos forgalmazási jogát egy adott területre. A filmforgalmazók sokszor komoly harcot vívnak egymással az egyes filmekért a filmvásárokon, gyakran több évre előre, csak a forgatókönyv alapján kell döntést hoznia a forgalmazónak a vásárlásról. A filmforgalmazók egyedi nemzetközi és hazai szerződések alapján állapodnak meg a filmek jogtulajdonosaival; számos esetben több országra vonatkozó megállapodások születnek a régióban működő különböző társaságokkal. Előfordul, hogy a filmek kizárólagos nemzetközi forgalmazóival, vagyis a stúdiók „ügynökeivel” állnak kapcsolatban a magyar filmforgalmazók.

75. A független filmpiacon a jogtulajdonosok és a magyarországi forgalmazók alapvetően kétféle módon kötnek megállapodást:

- *Flat-deal*: A kiválasztott jogokért, az adott időtartamra vonatkozóan egy kialkudott fix összeget fizet a magyarországi forgalmazó a jogtulajdonosnak, a film magyarországi bevételeiből további részesedés nem illeti meg a jogtulajdonost.
- *Minimál garancián alapuló megállapodás*: Ebben az esetben a filmjogokért egy előre kialkudott összeget fizetnek (vissza nem térítendő „előleget”, azaz minimumdíjat) a forgalmazók, majd a film magyarországi bevételeiből a nemzetközi standardokat figyelembe véve (a szerződésben meghatározott százalékos arányban) osztoznak a jogtulajdonossal. Ebben a konstrukcióban a magyarországi forgalmazónak egyeztetnie kell a forgalmazásra tervezett költségeit a jogtulajdonossal, mivel a költségeken felüli bevételből, az eredményből kell a jogtulajdonos részesedését kifizetni.

76. A nemzetközi gyakorlatban a minimál garancián alapuló megállapodás gyakoribb értékesítési formának számít, mint a flat-deal.

77. A jogtulajdonosok és a filmforgalmazók közötti egyedi kizárólagos forgalmazási szerződések általában 10-15 évre jönnek létre, s minden jogra kiterjednek (a mozivetítésen túl DVD, VoD és TV jogokra is). A független filmforgalmazóknak nagyobb a mozgásterük, mint a vezető amerikai stúdiókkal keretszerződésben álló forgalmazóknak, hiszen saját maguk szabhatják meg forgalmazási stratégiájukat.

78. A fentiek alapján mire a film a magyarországi forgalmazásra elkészül (mozira alkalmas képformátum, szinkron, felirat, trailer, marketingkampány), addigra a forgalmazónak jelentős befektetése (több millió forintja) áll a filmben.

Piaci szereplők véleménye (vezető amerikai stúdiók vs. független filmpiac)

„Általánosságban annyi kijelenthető, hogy egy független filmforgalmazó egy átlagos film esetében minimum 50 000 néző elérését követően tud nyereséget realizálni.”

„Magyarországon jó „stúdiós filmforgalmazónak” lenni. Egy független forgalmazó helyzete abban az esetben jó, ha az anyacégnek sok pénze van a drága filmekre.”

„A független filmforgalmazók a filmekkel együtt megveszik annak jogait, az összes kockázatot és költséget nekik kell viselni, de így nagyobb nyereséget is lehet elérni, mint a fix jutalékkal.”

4.2.A filmforgalmazók és moziüzemeltetők kapcsolata

79. A filmforgalmazók és a moziüzemeltetők közötti vertikális kapcsolatokban a filmforgalmazási piac tekinthető az upstream piacnak, azaz a vertikális lánc feljebb lévő tagjának, ahonnan az input (jelen esetben a film) származik, míg a moziüzemeltetési piac a vertikálisan lejjebb lévő downstream piacnak. Ebben a vertikális kapcsolatban a filmforgalmazók a film eladói, a moziüzemeltetők pedig a film vevői. Egyes esetekben a kisebb mozik és a forgalmazók közötti kapcsolat megteremtését közvetítő vállalkozások végzik, ekkor a mozik a közvetítő céggel állnak szerződésben.

Általános keretszerződések

80. A filmforgalmazók és a nagyobb moziüzemeltetők az együttműködésük feltételeit filmkölcsönzési megállapodásokban rögzítik. Rendszeres együttműködés esetén a moziüzemeltetők és a filmforgalmazók általában keretszerződéseket kötnek, melyek tartalmazzák a kapcsolat általános feltételeit, a moziüzemeltetők és a filmforgalmazók szolgáltatási-ellátási jogait és kötelezettségeit. Ezen filmkölcsönzési keretmegállapodások tartalma szerződésenként változik, de általában a következő pontok szerepelnek benne:

- A filmkölcsönzés módja, folyamata (pl.: ajánlattétel, a kópia szállítása, műsorra tűzés, kópiahasználat)
- A film marketingje, reklámja (a film marketingjét a forgalmazó maga bonyolítja, a moziüzemeltető általában köteles a filmről a mozikban propagandaanyagot kihelyezni)
- Filmelőzetesek (a filmekhez a filmforgalmazó által csatolt filmelőzeteseket a mozi általában nem veheti le a filmről, azzal együtt köteles játszani)

- Kockázatviselés, kárigény (pl.: ha a kópia nem érkezik meg időben a forgalmazótól a moziüzemeltetőhöz, vagy ha a vetítés a moziüzemeltető hibájából következően elmarad)
- Kölcsöndíj elszámolásának módja

81. Az adatszolgáltató filmforgalmazók bevallásuk szerint legtöbbször rendelkeznek általános keretszerződéssel a moziüzemeltetőkkel, és emellett kötnek filmenkénti egyedi megállapodásokat. Azonban olyan is előfordul, hogy a forgalmazónak nincs keretszerződése a moziüzemeltetővel, vagy még tárgyalás alatt van, és csak filmenként szerződnek.

82. Ritkán előfordul olyan eset is, hogy a moziüzemeltető nem filmenként állapodik meg a forgalmazóval, hanem éves szerződést köt, egy minden filmre érvényes, előre rögzített százalékos kölcsöndíj alkalmazásával.

Egyedi filmkölcsönzési szerződések

83. A kölcsöndíjról, illetve a filmenkénti szerződések további feltételeiről a filmforgalmazók és a nagyobb moziüzemeltetők tárgyalás útján döntenek. Az egyedi szerződések általában a következő pontokat tartalmazzák:

- Kópiaszám, vetítési technika
- Filmbemutató időpontja
- Műsoron tartás ideje
- A moziüzemeltető által biztosított napi előadások száma
- Vetítőterem mérete/kapacitása
- Vásznonhasználati díj összege⁴⁵
- A forgalmazónak fizetett kölcsöndíj mértéke

84. A filmbemutató időpontjának időzítése kulcsfontosságú, általában arra törekednek a moziüzemeltetők, hogy egy héten ne legyen túl sok azonos műfajú film premierje. A vezető amerikai filmstúdiók majdnem egy évre előre egyeztetik a nagyobb premiereket. A műsoron tartás idejét kétféle gyakorlat alapján határozhatják meg a felek: lehetséges előre fixálni a teljes vetítési időt, gyakoribb viszont az, hogy egy minimális vetítési időt rögzítsenek a szerződésben, és utána a moziüzemeltető dönthet az elért nézőszám alapján, hogy az adott filmet műsoron tartja, vagy leveszi onnan. A minimális vetítési idő a premiértől számítva általában 2-4 hét között mozog. A film jegybevételére nagy befolyással lehet a napi előadások száma és a vetítőterem befogadóképessége. A moziüzemeltetők gyakran csak a premiértől

⁴⁵ Lásd az 5. fejezetet

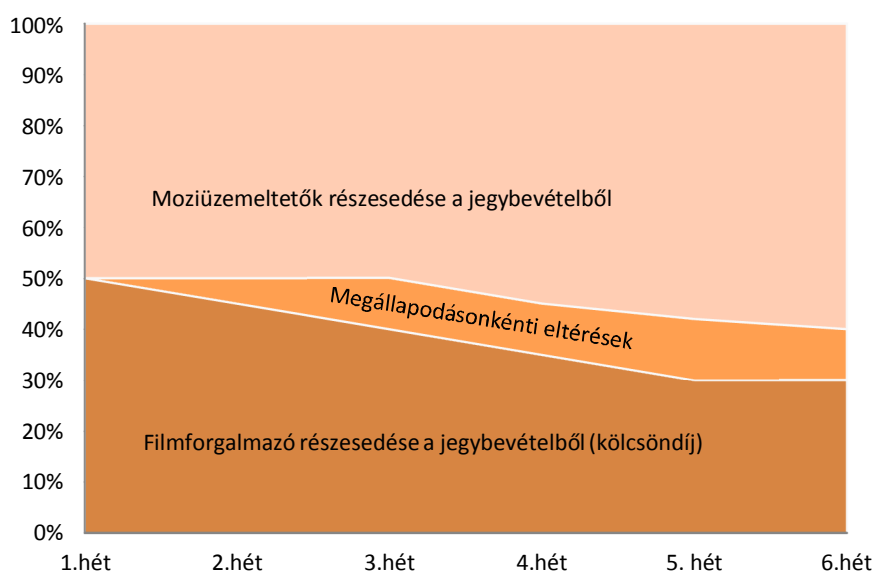
számított első hétre vállalnak garanciát arra, hogy a filmet a mozi nagy vetítőtermében mutatják be, illetve a napi vetítések száma is csökkenhet a premiértől eltelt idő függvényében.

85. A filmforgalmazóknak fizetett kölcsöndíj alapja az ÁFA-val csökkentett pénztári jegybevétel. A kölcsöndíj mértéke megállapítható

- a jegybevétel százalékában,
- fix összegben,
- a kettő kombinációjaként (a jegybevétel százaléka, de minimum fix összeg (minimál garancia) kikötésével (annak érdekében, hogy a filmforgalmazó költsége mindenképp fedezve legyen)).

86. A jelenlegi gyakorlat szerint a felek legtöbbször a jegybevétel százalékában állapítják meg a kölcsöndíj mértékét, egy hetente változó sávos rendszert, úgynevezett kölcsöndíj-sort alkalmazva, amely alapján a filmforgalmazóknak járó részesedés a filmbemutató hetétől kezdve csökken.

12. ábra: A szerződő felek részesedése a jegybevételből⁴⁶



87. A filmforgalmazó részesedéséről (azaz a kölcsöndíjról) elmondható, hogy a bemutató hetében jellemzően 50%-ról indul, és az egyedi megállapodás szerinti mértékben a filmbemutató hetétől csökken hetenként, minimális mértéke 30%. A megállapodásonkénti eltérések fakadhatnak a film besorolásából, melyet az határoz meg, hogy mennyire „sikergyánús” a film. Minél „sikergyánúsabb” a film, jellemzően annál kedvezőbb kölcsöndíj-sor megállapodást tud elérni a tárgyalásokon a filmforgalmazó. Mindkét szerződő fél a

⁴⁶ Készült a piacelemzés adatszolgáltatásai alapján, az egyedi adatok a cégek üzleti titkát képezik.

költség-bevétel optimalizálására törekszik, egy film annál értékesebb minél magasabb a várható nézettségszáma. A várható nézettségszámot többek között befolyásolhatja az is, hogy a film milyen díjakat kapott, milyen marketingtámogatásokkal rendelkezik, és hogy milyen konkurens filmek jelennek meg az adott héten a mozikban, stb.

88. A moziüzemeltetők és a filmforgalmazók közötti szerződések feltételeinek meghatározásánál szerepe lehet, hogy milyen alkuerővel rendelkeznek a vevők (moziüzemeltetők) és az eladók (filmforgalmazók). Az elmúlt időszakban több olyan eset is előfordult, amikor a két oldal egy-egy jelentősebb alkuerővel rendelkező szereplője nem tudott megállapodni egy adott film vetítésének feltételeiről, így az adott mozikban nem tűzték műsorra a filmet.⁴⁷

89. Ennek ellenére a filmforgalmazók véleményeiben visszatérően megjelenik, hogy a filmforgalmazó vállalkozások mérlegelési lehetőségei erősen korlátozottak annak tekintetében, hogy a Cinema City hálózatában megjelennek-e vagy sem, hiszen amennyiben a magyarországi forgalmazást már előkészítették, úgy a forgalmazási tevékenység – legalábbis Budapesten kívüli – feladásával lenne egyenlő, ha nem állapodnának meg a Cinema Cityvel, mivel véleményük szerint a Cinema Citynek nincs érdemi versenytársa.

90. Előfordult olyan vélemény is, amely szerint a Cinema City programkészítési gyakorlata kizárólag üzleti szempontokon alapul, és ez a kulturális szempontok háttérbe szorulásához is vezethet.

91. A megkérdezett piaci szereplők eltérően jellemezték a magyarországi filmforgalmazók és a moziüzemeltetők kapcsolatát:

Piaci szereplők véleménye a filmforgalmazók és a moziüzemeltetők kapcsolatáról:

„Ha a forgalmazó azt szeretné, hogy a filmjei a Cinema City kínálatában a lehető legtovább elérhetőek legyenek, kénytelen elfogadni a mozik diktálta feltételeket.”

„A moziüzemeltetési oldal aránytalansága piaci részesedés szempontjából rendkívüli módon megnehezíti a normál üzletmenetet. A tárgyalási folyamatok össze sem hasonlíthatóak ahhoz az időszakhoz képest, amikor több egymással nagyjából egyenrangú piaci szereplővel kellett együttműködni.”

⁴⁷ Nagy médiavisszhangot váltott ki, amikor 2014-ben az InterCom nem tudott megegyezni a Cinema City-vel a Majmok Bolygója 2. magyarországi forgalmazásáról, és így az USA-ban „blockbusternek” számító filmet csak a hazai mozik alig ötödében játszották. Hasonló eset volt, amikor a *Vége otthon!* című film magyarországi vetítéséről nem tudtak megegyezni ugyanezen szereplők.

„A hagyományos mozik a nagynevű, stúdióval rendelkező cégeket részesítik előnyben, nekik biztosítják a nagyobb termeket és a filmek hosszabb műsoron tartását, hiába kevesebb a filmjeik átlagos nézőszáma.”

„Volt olyan konkrét eset, amikor egy filmforgalmazó nem tudott megállapodni a Cinema City-vel, például a Majmok Bolygója 2-t a Cinema City hálózatában nem vetítették, de így is viszonylag jó bevételt hozott a film a többi moziban.”

5. A vászonhasználati díj és a digitális vetítésre történő átállás

5.1. A vászonhasználati díj bevezetésének okai

92. A vászonhasználati díj (VPF – virtual print fee) megjelenése a 35 mm-es kópiákról digitális kópiákra való átálláshoz kapcsolódik. A digitális vetítésre való átállás egyik oka, hogy a 3D filmeket csak modern berendezések segítségével tudják levetíteni a mozik. A digitális kópiák számtalan előnnyel rendelkeznek a hagyományos, analóg 35 mm-es kópiákkal szemben. A 35 mm-es kópia esetében egy átlagos film kb. 5-6 filmtekercsből állt, 20 kg súlyú és igen sérülékeny volt, nem beszélve a környezetszennyező előállításáról. Ezzel szemben a digitális mesterkópia mindössze egy speciális merevlemez/adathordozó, amely lényegesen kisebb és könnyen szállítható, valamint többször másolható. A mozik kópiával való ellátása rugalmasabbá vált, a digitális kópiákon a filmek sokkal könnyebben jutnak el már a premier hetén a mozikba. A mozilátogatók számára a vetítés során mindvégig kifogástalan és egyenletes minőségű hang és kép biztosítható, mivel nincs elhasználódás (korábban a 35mm-es filmek karcolódtak és sérültek, és azok, akik a filmet több hét elteltével nézték meg, a karcolódások miatt általában gyengébb minőségű képet / hangot tapasztalhattak). Továbbá, mivel a forgalmazással kapcsolatos belépési költségek (kópiagyártás, szállítás, tárolás stb.) csökkentek, szélesebb lett a filmkínálat.

93. A digitális kópiák elterjedése költség-egyenlőtlenséget eredményezett az iparágban. A filmforgalmazók szállítási és egyéb kópia költségei jelentősen visszaestek. A moziüzemeltetők oldaláról viszont a digitalizáció új vetítőberendezést, szervert és új mozivásznat igényelt, amelyek beszerzése vetítőtermenként jelentős költségekkel járt. A filmforgalmazók és a moziüzemeltetők beruházási költségeiben létrejött különbség kiegyenlítésére született a vászonhasználati díj bevezetésének koncepciója. A VPF gyakorlatilag egy hozzájárulásnak tekinthető, amelyet a filmforgalmazók azért fizetnek a

moziüzemeltetők számára, hogy utóbbiak finanszírozni tudják a digitális vetítéshez szükséges eszközeiket. A VPF bevezetésének célja a digitális technikára történő váltás ösztönzése, a moziüzemeltetési oldalon jelentkező egyszeri beruházási valamint megnövekedett működési költségekhez való hozzájárulás, egyúttal a filmforgalmazási oldalon jelentkező megtakarítások megosztása volt.

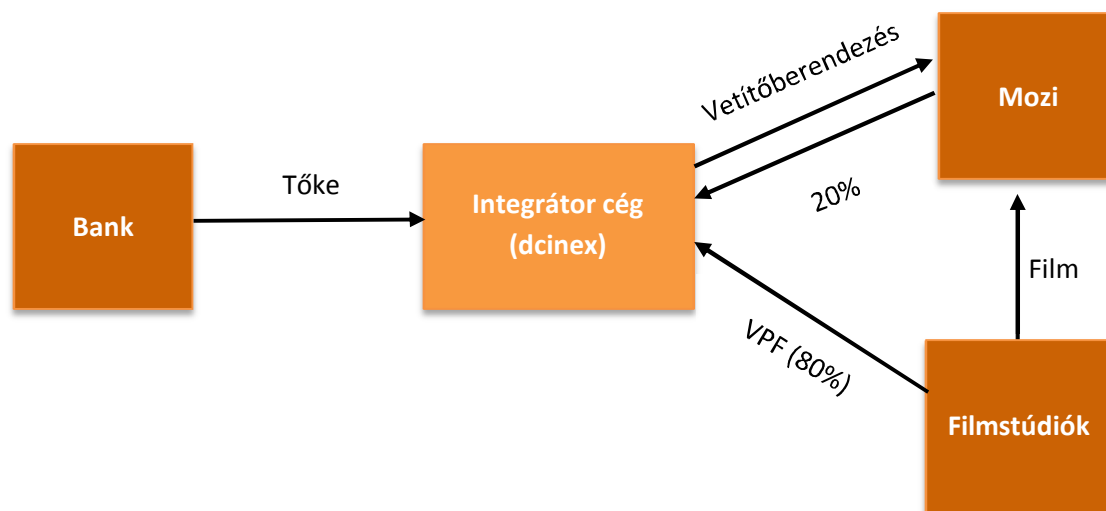
5.2.A vászonhasználati díj rendszere, az integrátor cégek szerepe

94. A VPF ötletét a hat vezető hollywoodi filmstúdió vetette fel, hogy ezáltal érdekeltté tegyék a moziüzemeltetőket a digitális vetítésre való átállásban. Az első ilyen megállapodásokat 2005-ben kötötték az Egyesült Államokban és a hollywoodi stúdiók által Európában is hamar meghonosodott a vászonhasználati díj alkalmazásának gyakorlata. A VPF a beérkezett nyilatkozatok szerint a gyártási költségek közé tartozik, amelyeket viszont a hosszú évek óta fennálló iparági gyakorlat alapján a forgalmazók viselik. Nemzetközi gyakorlat, hogy a vezető amerikai stúdiók maguk finanszírozzák a VPF költségeket, hiszen a 35 mm-es kópiákról való átállás a stúdiók érdeke is volt, és a vászonhasználati díjat a mozik digitális vetítésre való átállását segítő hozzájárulásként definiálták. A független filmforgalmazók önmaguk finanszírozzák ezt a díjat, így számukra nagyobb kockázatot jelentenek a VPF költségek.

95. A digitális vetítőeszközök fenti finanszírozási módjának egyik alternatívájaként jött létre az *integrátori rendszer*. Az integrátori rendszerben egy harmadik fél (integrátor cég) finanszírozza a mozik digitális berendezéseit, és ennek fejében a filmforgalmazókkal szerződésben álló vezető amerikai filmstúdióktól és független helyi szereplőktől (stúdióktól) a filmforgalmazókon keresztül vászonhasználati díjat kap. Az integrátori eszközfinanszírozás tulajdonképpen egyfajta lízingszerződésként működik. A digitális vetítésre való átálláskor Európában három integrátor cég működött: a belga XDC (ma: dcinex), a francia Ymagis és az Egyesült Királyságbeli Alliance Group. Emellett néhány vetítőberendezést gyártó cég (pl.: Sony) is kínált eszközfinanszírozást VPF szerződés útján.

96. Az alábbiakban a dcinex integrátor cég példáján bemutatásra kerül, hogy milyen séma alapján végeznek az integrátor cégek eszközfinanszírozást több országban:

13. ábra: A dcinex (integrátor cég) eszközfinanszírozásának működése⁴⁸



97. A dcinex modelljében a digitális vetítő berendezés árának 20%-át a moziüzemeltető, 80%-át az integrátor cég (banki kölcsönből) fizeti. A vetítő berendezés az integrátor cég tulajdonában marad mindaddig, amíg a filmstúdiók a VPF formájában vissza nem térítik az integrátor cég beruházását. A stúdiók és az integrátor cég között létrejövő VPF szerződés értelmében a stúdiók filmenként és vetítőként általában 500 euró + ÁFA VPF díjat fizetnek. Amikor a berendezés ára kifizetésre kerül az integrátor cégnek, a vetítőberendezés a moziüzemeltető tulajdonába száll át, ugyanakkor a stúdiókkal szerződésben álló filmforgalmazók ingyen (további vászonhasználati díjak megfizetése nélkül) használhatják azt digitális filmjeik vetítéséhez. Az integrátor cégek nem csak eszközfinanszírozással, de a vetítőberendezések beszerelésével és karbantartásával is foglalkoznak.

98. Amennyiben a moziüzemeltető elég tőkeerős volt ahhoz, hogy digitális vetítőberendezéseit önállóan beszeresse, beruházási költségének utólagos kompenzálása céljából lehetősége volt VPF szerződést kötni a filmstúdiókkal és a filmforgalmazókkal. Azonban a filmstúdiók, illetve a filmforgalmazók jellemzően olyan integrátor cégekkel, vagy moziüzemeltetőkkel voltak csak hajlandók VPF szerződést kötni, akik garantálni tudták nagyszámú digitális vetítőberendezés beszerelését.⁴⁹ Ennek megfelelően a több országban jelen lévő, regionális szinten is jelentős mozihálózatok jellemzően közvetlenül a filmstúdiókkal tudtak megállapodni, a kisebb moziüzemeltetők pedig összefogások révén, integrátor cégek igénybevételével juthattak VPF szerződéshez.

⁴⁸ Forrás: <https://www.dcinex.com/en/exhibitor-services/equipment-financing> (Letöltés: 2015. május 4.)

⁴⁹ Forrás: AL/763-47/2014. számú irat

5.3.A digitális vetítésre való átállás Magyarországon

99. A kétezres évek közepéig Magyarországon minden mozi 35 mm-es kópiák vetítésére alkalmas berendezésekkel rendelkezett. Ahogy a technika fejlődött, úgy jelentek meg egyre nagyobb felbontású digitális anyagok, így törvényszerű volt, hogy a mozik is elindulnak a digitalizálódás útján. A mozi termék digitális átállásához szükséges forrás előteremtése azonban több moziüzemeltető számára gondot jelentett.

100. 2009-ben a Palace Cinemas integrátor cég segítségét vette igénybe a digitális berendezések finanszírozásához, és VPF szerződést kötött az XDC (jelenleg: dcinex) integrátor céggel Magyarországra, Szlovákiára, és Csehországra vonatkozóan. Azonban amikor 2011-ben a CCI felvásárolta a Palace Cinemas-t, egyúttal kivásárolta a mozihálózatot az XDC-vel kötött VPF szerződéséből, a digitális vetítő berendezések saját tulajdonába vételével.

101. Az egész régióban erős CCI-nek nem kellett integrátor céggel tárgyalni, hanem közvetlenül a nagy külföldi stúdiókkal tudott megállapodni a VPF szerződésről, kialakult nemzetközi sztenderdek alapján. A Cinema City úgy nyilatkozott, hogy csak azt követően kezdte meg a digitális átállást, miután a stúdiókkal kizárólagos szerződésben álló filmforgalmazók többségével megállapodást kötött a digitalizálással kapcsolatban felmerülő megtakarításaik megosztásáról.

102. Mivel a Cinema City a moziüzemeltetési piac jelentős százalékát birtokolja, így a magyarországi piacon az integrátor cégek számára méretgazdaságossági okokból nem maradt kellő tér, mivel az integrátor cégeknek csak sok moziteremmel rendelkező moziüzemeltetőkkel éri meg eszközfinanszírozási szerződést kötni. Ezzel összefüggésben az integrátor cégek által felkeresett moziüzemeltetők irreálisnak találták a felajánlott szerződés pénzügyi feltételeit, a magas törlesztő részleteket még a VPF reményében sem tudták vállalni. Így Magyarországon az integrátor cégek nem foglalkoznak eszközfinanszírozással (VPF szerződésekkel), csak digitális vetítőberendezések beszerelésével és szervizelésével.

103. A digitális átállás választás elé állította a kisebb moziüzemeltetőket: a mozi/mozitermek bezárása vagy a fejlesztés mellett dönthettek. Sok mozi saját erőből vagy banki kölcsönből valósította meg a digitális vetítésre való átállást. Létrejött egy félmegoldásnak számító rendszer is (az E-Cinema), mely a multiplexek nagyfelbontású DCP (Digital Cinema Package) technológiájához képest kisebb felbontással rendelkezett, viszont olcsóbb is volt. Az E-Cinema rendszer azonban egyes vélemények szerint már a

bevezetésének pillanatában is elavultnak számított, 3D-s vetítésekre alkalmatlan volt, és az elérhető tartalom is kevés volt rá.

104. A digitális átálláshoz szükséges forrásokért a kisebb mozik önkormányzatoknál és a kulturális tárcánál tudtak pályázni. Az „art” mozihálózat digitális fejlesztésére 2011 óta évente 100 millió forint állami támogatás állt rendelkezésre, melyre a települési önkormányzati tulajdonú, fenntartású, vagy települési önkormányzati támogatóval rendelkező „art” mozik pályázhattak. Az egy összegű, vissza nem térítendő támogatás feltételeként a fejleszteni kívánt mozinak meg kellett felelnie az „art” mozikra vonatkozó jogszabályi feltételeknek. A nyerteseknek vállalniuk kell, hogy a támogatással fejleszteni kívánt mozitermet a fejlesztés igazolt befejezésétől számított két éven keresztül art moziteremként működtetik. A 2014-es pályázati feltételek szerint a pályázat összege nem haladhatta meg pályázónként a 12,5 millió forintot, az összköltség legalább 25%-át viszont a mozinak kellett állnia.⁵⁰

105. A fentieknek megfelelően a kisebb moziüzemeltetők között számos olyan található, amely pályázati pénzből valósította meg a digitális vetítésre való átállást. (2011 és 2014 között összesen 39 „art” moziterem digitális vetítésre való átállása valósult meg állami támogatásból.)⁵¹ Ez azt is jelenti, hogy a Cinema City 176 és az art mozik 39 termén túl, mintegy 170-180-ra tehető azon mozitermek száma, ahol a tulajdonosoknak kellett előteremteniük a digitális átállás fedezetét, illetve folyamatosan biztosítaniuk kell az üzemeltetési többletköltségeket is.

106. Mára a digitalizáció az ország szinte minden pontján megvalósult, 5 év alatt lényegében megszűnt a 35 mm-es kópiák vetítése és forgalmazása.⁵² A Nemzeti Filmiroda statisztikája alapján a 2014 folyamán vetített filmek kópiáinak 94,5%-a digitális kópia volt, 2015-ben a digitális vetítés aránya tovább nőtt, mindössze 8 olyan alkotás volt, amelyet kizárólag 35 mm-es kópián vetítettek.⁵³

⁵⁰ Forrás: <http://www.kormany.hu/hu/emberi-eroforrasok-miniszteriuma/kulturaert-felelos-allamtitkarsag/hirek/iden-is-szazmillio-forint-van-az-art-mozik-digitalizalasara> (Letöltés: 2015. július 28.)

⁵¹ Forrás: Az EMMI „art” mozihálózat digitális fejlesztésére 2011 és 2014 között kiírt pályázatainak eredményeiről szóló tájékoztatások

⁵² Üdítő kivételt jelenthet ezen a téren a Bem mozi 2016 eleji újrainyítása.

⁵³ A Nemzeti Filmiroda 2014-es és 2015-ös statisztikái alapján saját számítás

5.4.A vászonhasználati díj alkalmazásának gyakorlata Magyarországon

107. Magyarországon egyedi helyzet alakult ki a VPF szerződések tekintetében. A stúdiókkal kötött VPF szerződések értelmében a Cinema City saját költségén vásárolt digitális vetítő berendezéseinek használatáért a vezető amerikai filmstúdiók, illetve közvetlenül a filmstúdiókkal szerződéses kapcsolatban álló filmforgalmazók VPF díjat fizetnek filmenként és vásznanként. (A VPF összegét végső soron ténylegesen a stúdiók fizetik meg: a filmforgalmazók csak előfinanszírozzák a VPF díját, de később a stúdiónak fizetendő jogdíj összegéből az levonásra kerül.)

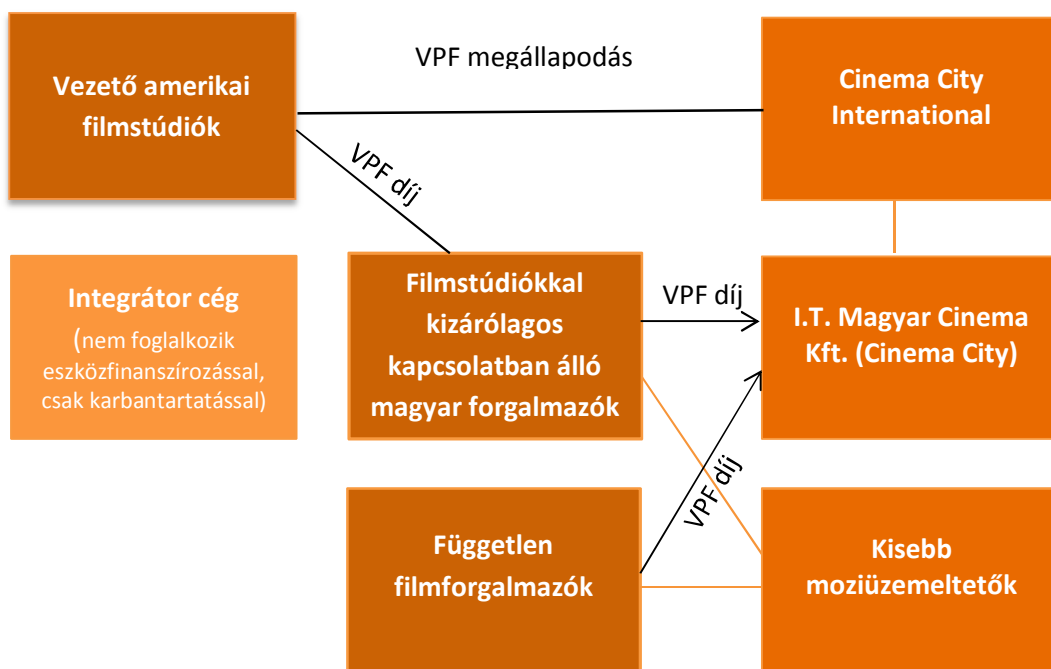
108. A piacelemzés során egyes szereplők arra utaltak, hogy a VPF szerződések megkötését a stúdiók azon feltételhez kötötték, hogy Cinema City minden filmforgalmazótól köteles VPF díjat szedni, a Cinema City azonban ezt a tervre megküldött tájékoztatásában kifejezetten cáfolta. A digitális átállás kapcsán úgy nyilatkozott, hogy hosszú időn keresztül fenntartotta mindkét (az analóg illetve a digitális) formátumot, annak érdekében, hogy lehetővé tegye a filmforgalmazók számára annak eldöntését, hogy pénzügyi szempontból melyiket találják megfelelőbbnek: a 35mm-es kópiák vetítésének folytatását, vagy a digitális átállást és a VPF megfizetését. A Cinema City nyilatkozata szerint végső soron minden filmforgalmazó úgy döntött, hogy filmjeit digitális formátumban adja, egyben megfizetve a vászonhasználati díjat.

109. A rendelkezésre álló információk szerint a VPF szerződéseket 8-10 évre kötötték a felek, a vászonhasználati díj összege általában 500 euró/film/terem (+ÁFA). A Cinema City tájékoztatása szerint a magyar filmek kedvezményre jogosultak a VPF díjból, azon magyar filmek pedig, amelyek alacsony nézettségük miatt 3 hétnél kevesebbet szerepelnek a mozik kínálatában, VPF mentességet kapnak.

110. A többi moziüzemeltető is kezdeményezett tárgyalásokat a filmforgalmazókkal technikai fejlesztéseik kompenzálásáról, de a legtöbb esetben elutasították őket, arra hivatkozva, hogy ezen moziüzemeltetők nem rendelkeznek a vezető amerikai filmstúdiókkal kötött megállapodással.

111. A következő ábra azt szemlélteti, hogy a vezető amerikai filmstúdiók és a CCI között létrejött VPF megállapodás alapján a stúdiók, illetve a független filmforgalmazók milyen módon fizetnek vászonhasználati díjat a CCI leányvállalatának, a Cinema City-nek. Az is látható az ábrán, hogy a kisebb magyarországi moziüzemeltetők nem kapnak kompenzációt a digitális fejlesztéseikért a filmforgalmazóktól.

14. ábra: A VPF rendszer magyarországi átültetése



Piaci szereplők véleménye a VPF-ről:

„A vászonhasználati díj kezdetben hasznos volt, hiszen hozzájárult a digitális vetítésre való átálláshoz.”

„Az lett volna célszerű, ha a VPF-ből kimaradó moziüzemeltetők összefognak, ugyanis egy darab mozi miatt nem éri meg az integrátor cégnek befektetni.”

„A kisebb moziüzemeltetők későn ébredtek, nem fogtak össze, 3-4 évig csak várták, hogy majd az ölükbe hullik a VPF díj.”

„A stúdiók nem tárgyalnak kis magyarországi mozikkal, ha a stúdióknál reklamálnának, amiatt, hogy miért nem kapnak VPF-t, fennállna annak a veszélye, hogy nem kapnak több filmet.”

„A vászonhasználati díjak rendszere tovább növeli a moziüzemeltetési piacon egyébként is jellemző egyensúlytalanságokat.”

„A VPF díj adottság, melyet a Cinema City – habár nem is akart, de – nem is tudott volna kikerülni.”

„A független filmforgalmazók úgy érzik, hogy nagyobb terhekkal indulnak, mert a VPF költségüket a stúdió filmekhez viszonyítva lényegesen kisebb előadásszámból kénytelenek kitermelni.”

„A digitális átálláson filmenként többet spóroltak a forgalmazók, mint amennyi a VPF filmenkénti összege, de a digitális vetítésre való átállás a mozik érdeke is volt.”

„Felvetődik a kérdés, hogy a VPF díj ösztönzi-e a Cinema City-t, hogy gyorsabban cserélje le a filmeket a mozikban.”

„A magyar filmeknek kevesebb a VPF díja, de más művészileg értékes külföldről származó filmek esetében is indokolt lenne ez a pozitív diszkrimináció”

5.5.A vertikum költségszerkezetének változása

112. A digitális vetítésre való átállás jelentős változásokat hozott a filmforgalmazók, illetve a moziüzemeltetők költségszerkezetében.

3. táblázat: A költségek változása az egyes szinteken

<i>Digitális vetítésre való átállás következtében:</i>	Filmforgalmazók	Moziüzemeltetők
Emelkedett	VPF	Vetítőgépek beszerzése
	Marketing költség	Vetítőgépek karbantartási költsége
		Vetítőgépek értékcsökkenése
Csökkenett	Kópia előállítási, sokszorosítási költség	Bérköltség
	Kópia szállítási költség	
Nem változott	Filmgyártóknak fizetett díjak	Filmforgalmazóknak fizetett díjak

113. A digitális vetítésre való átállás jelentős befektetéseket igényelt a moziüzemeltetők részéről. A megkérdezett moziüzemeltetők digitális átállásának beruházási költsége termenként 11-38 millió Ft között mozgott, az átlag közel 20 millió Ft volt. A digitális vetítőberendezések ára az évek során meredeken csökkent, de az új technológiák szintén magas áron jelentek meg. Magyarországon 2009-ben első generációs digitális vetítő gépeket telepítettek, mára már jellemzően második generációsak vannak forgalomban. A használt gépek árusítása nem jellemző, max. 1-2%-ban vannak a piacon.⁵⁴ A moziüzemeltetőknél általános gyakorlat, hogy a megvásárolt új vetítőgépek a nagy termekbe kerülnek, a régebbiek pedig átkerülnek a kisebb termekbe. A digitális vetítőrendszerek amortizációja hasonló más IT eszközökhöz. A digitális vetítőberendezések várható élettartamát körülbelül 10 évre becsülik, ez a régi 35 mm-es vetítőberendezések esetén több mint 20 év volt. Az adatszolgáltató moziüzemeltetők arról számoltak be, hogy a digitális vetítőgépek karbantartási költségei meghaladják az analóg, 35 mm-es gépekét. Viszont a bérköltségek csökkennek a mozikban, a 35 mm-es vetítőgépeknél szükséges gépészállomány leépítése által.

114. A digitális vetítésre való átállás csökkentette a kópiák előállítási költségét. A választ adó filmforgalmazók a kópiák előállítási költségének 5-20% közötti csökkenését tapasztalták a teljes költség arányában. Az előállítás költsége adott film esetén a forgalmazott kópiák számától és típusától függ (a 3D kópiák költségei jelentősen meghaladják a 2D kópiákét). A

⁵⁴ Forrás: AL/579-1/2015. számú irat, meghallgatás

digitális kópiák esetén az első kópia (mesterkópia) elkészítése körülbelül 2500-3000 euróba kerül, amely ugyan olcsóbb, mint a 35 mm-es mesterkópia elkészítése, azonban a lényeges megtakarítás a sokszorosításnál jelentkezik, ugyanis a 35 mm-es mesterkópia minden további másolatának elkészítése kb. 1000-2000 eurós költségű⁵⁵ volt, a digitális másolatok elkészítése viszont mindössze 200-300 euróba kerül. A digitális kópiák szállítási költsége is jelentősen csökkent a nehéz 35 mm-es kópiák szállítási költségeihez képest. Néhány filmforgalmazó vállalkozás viszont a marketing költségeinek növekedéséről számolt be a digitális vetítésre való átállás következtében, melynek a forgalmazott filmek számának emelkedéséből fakadó magasabb marketing költség lehet az egyik oka. A filmkölsönzési díjakat nem befolyásolta a digitális vetítésre való átállás.

115. A vászonhasználati díj a filmforgalmazóknál kiadásként, míg a VPF szerződéssel rendelkező moziüzemeltetőknél bevételként jelenik meg. (A vezető amerikai filmstúdiókkal kizárólagos forgalmazási kapcsolatban álló filmforgalmazók számára ezen költségeket a stúdiók megtérítik.) Adott film VPF költsége függ attól is, hogy hány teremben játsszák a filmet, mértéke jellemzően termenként 500 euró + ÁFA, azonban előfordulnak ettől eltérő megállapodások is.

116. A fenti paraméterek mellett a beruházási költségek a GVH számításai szerint egy teremben átlagosan kb. 140 darab VPF köteles film vetítése után térülnek meg.

117. A filmforgalmazók esetében fontos tényező, hogy a VPF költségüket milyen nézőszám mellett tudják kitermelni, így előfordulhat, hogy egyes filmek megjelenítése a vászonhasználati díj megfizetésének figyelembe vételével már nem jövedelmező a filmforgalmazó számára. Egyes filmforgalmazók szerint egyoldalú kockázatviseléshez vezet a VPF rendszere, ugyanis a filmforgalmazónak abban az esetben is meg kell fizetnie a moziüzemeltető felé a VPF teljes összegét, ha a film nem váltja be a hozzá fűzött reményeket. A VPF összege így akár a film pénztári bevételeit is meghaladhatja.

⁵⁵ Forrás: http://filmvilag.hu/cikk.php?cikk_id=10747 (Letöltés: 2015. augusztus 3.)

6. Nemzetközi tapasztalatok

6.1.A filmforgalmazók és moziüzemeltetők kapcsolata

118. A GVH a piacelemezés során megkereste az európai társhatóságokat. A társhatóságoktól származó információk alapján az európai moziüzemeltetési és filmforgalmazási piac tekintetében a következő megállapítások tehetők.

119. Európában mind a filmforgalmazási, mind a moziüzemeltetési piacok koncentrált piacnak tekinthetők, ahol a vezető hollywoodi filmstúdiók leányvállalatai vagy a velük hosszú távú szerződéses kapcsolatban lévő filmforgalmazó vállalkozások töltnek be piacvezető pozíciót. Az olyan régi és elismert filmkultúrával rendelkező országokban, mint például Franciaország jellemző csupán, hogy historikus, nemzeti szereplők piacvezetők legyenek (pl. a Pathé, vagy a Gaumont). Egyedül a lengyel versenyhatóság válaszában jelent meg a piac kompetitív jellegére való hivatkozás. Álláspontjuk szerint – tekintettel arra, hogy egy film sikere előre pontosan nehezen jósolható meg – a filmforgalmazók piaci részesedései folyamatosan változnak, ugyanis a bevételek nagyban függnek attól, hogy hogyan szerepel egy filmforgalmazó filmje a mozikasszáknál.

120. A legtöbb európai országban jellemző a filmforgalmazók és moziüzemeltetők közötti vertikális integráció, azaz, hogy egy filmforgalmazó vállalkozás meghatározó részesedéssel rendelkezik egy moziüzemeltető vállalkozásban is. Ebből a piaci helyzetből több országban adódott versenyjogi probléma, ugyanis a vertikálisan integrált filmforgalmazó és moziüzemeltető vállalkozások piaci erejüket felhasználva diszkriminatív és hátrányos feltételek mellett voltak csak hajlandók a filmeket versenytárs moziknak átadni. Mindazonáltal ezen eljárások egy-két kivételtől eltekintve (pl.: Spanyolországban) nem zárultak jogsértés megállapításával, jellemzően vagy a gazdasági erőfölényes helyzet, vagy a jogsértő magatartás bizonyítottságának hiányában, de előfordult olyan eset is, amikor az eljárás alá vont kötelezettségvállalása miatt szűnt meg egy eljárás (pl. Lettországon és Litvániában).

121. A vászonhasználati díj (VPF) alkalmazása a legtöbb európai országban ismert gyakorlatnak tekinthető. A filmforgalmazó vállalkozások közvetlenül vagy egy integrátor cégen keresztül járulnak hozzá a vetítőrendszer digitalizációjának finanszírozásához. Olaszországban a VPF fizetési kötelezettség a nemzeti filmforgalmazó egyesület és a moziüzemeltető egyesület közötti megállapodáson alapul, mely szerint a közös költségviselés elve alapján 75%-ban a filmforgalmazók, 25%-ban pedig a moziüzemeltetők viselik a

költségeket, emellett meghatározták a filmforgalmazók részéről teljesítendő maximum kiadás mértékét és az egy filmre eső filmforgalmazói hozzájárulást, valamint a finanszírozás maximális időtartamát is. Franciaországban jogszabály által szabályozott kötelező filmforgalmazói hozzájáruláson alapuló rendszer működik, amelyben a mozik képviselőjében eljáró integrátorok finanszírozzák a fejlesztést, és ezért ők szedik be a filmforgalmazóktól a hozzájárulást.

122. Előfordulnak olyan országok viszont, ahol nem ismert a VPF alkalmazása (pl.: Lettország, Litvánia, Portugália), és olyan országok is, amelyekben állami támogatás vehető igénybe a digitális átállás finanszírozására (Svédország), továbbá olyan ország is, ahol csak a kis, helyi és független mozik pályázhatnak a nemzeti filmalap támogatására (pl.: Lengyelország).

6.2. VPF-fel foglalkozó külföldi versenyfelügyeleti eljárások

123. Az Európai Bizottság 2011-ben egy előzetes vizsgálat (preliminary investigation) keretében foglalkozott a vezető hollywoodi stúdiók, valamint az integrátorok és a moziüzemeltetők közötti VPF megállapodások versenyjogi szempontú értékelésével.⁵⁶ A Bizottságnak nem önmagában a VPF létevel kapcsolatban merültek fel aggályai, hanem a vezető hollywoodi stúdiók valamint az integrátorok és a moziüzemeltetők közötti VPF megállapodások legkedvezőbb feltételeket („most favourable terms”) tartalmazó kikötésével kapcsolatban. A megállapodásokban foglaltak alapján a hollywoodi stúdióknak joga volt arra, hogy amennyiben az integrátorok, a moziüzemeltetők és a független filmforgalmazók (stúdiók) alacsonyabb összegű VPF-ben állapodnának meg, mint amelyet a hollywoodi stúdiókkal kötött szerződések tartalmaztak, úgy a hollywoodi stúdiók ugyanezen kedvező feltételeket érvényesítsék. A Bizottság szerint ez a kikötés korlátozza a kis, független filmforgalmazókat, stúdiókat abban, hogy az integrátorokkal és a moziüzemeltetőkkel alacsonyabb, méltányos mértékű VPF-ben állapodjanak meg, mivel az integrátorok nem lesznek érdekeltek ilyen típusú megállapodás megkötésében, ugyanis a „legkedvezőbb feltételek” alapján ezeket az alacsonyabb díjakat kellene ebben az esetben alkalmazniuk a hollywoodi stúdiókkal kötött szerződéseikben is. A Bizottság szerint a „legkedvezőbb feltételek” VPF megállapodásokban történő alkalmazása alkalmas lehet arra, hogy a kis, független filmforgalmazókat (és stúdiókat) kizárja a digitális mozikban történő megjelenésből, amely az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSz.) 101. cikke

⁵⁶ Forrás: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-257_en.htm (Letöltés: 2015. július 17.)

által tiltott versenykorlátozó megállapodások tilalmába ütközhet. Mivel a hollywoodi stúdiók az előzetes vizsgálat során vállalták, hogy módosítják a kifogásolt szerződéseket, a Bizottság megszüntette az előzetes vizsgálatot, így formális eljárás megindítására nem került sor.

124. A VPF alkalmazásának jogszerűsége néhány évvel később (2014-ben), a belga versenyhatóságnak címzett panasz kapcsán merült fel ismét.⁵⁷ Belgiumban is a vezető hollywoodi stúdiók és az integrátorok közötti VPF megállapodások eredményeként került sor a digitális átállás finanszírozására. Az egyik moziüzemeltető vállalkozás (Handling Co.) viszont az integrátorok közreműködése nélkül, saját tőkéből finanszírozta a mozija digitalizálását, ennek eredményeképpen a vezető hollywoodi stúdiók megtagadták a VPF fizetését a Handling Co.-nak, ami ellen a Handling Co. panasszal élt a belga versenyhatóságnál. A belga versenyhatóság megállapította, hogy a hollywoodi stúdiók magatartása objektíve indokolható volt, ugyanis a VPF nem egy, a digitális vetítések után fizetendő díj, hanem a digitális átállás költségeinek finanszírozására hivatott összeg, amely feltétel nélkül minden moziüzemeltető vállalkozás, így a Handling Co. rendelkezésére állt (volna), amennyiben megállapodást köt a digitalizálás finanszírozására. Mivel a hollywoodi stúdiók magatartása a belga hatóság véleménye szerint nem ütközött versenyjogi szabályokba, a belga versenyhatóság elutasította a panaszt.

7. Versenyjogi aspektusok

7.1. A piaci struktúrával kapcsolatos megállapítások

125. A piacelemzésben beszerzett információk alapján a magyarországi filmforgalmazási piac versengőnek tekinthető, habár a vezető amerikai stúdiókkal szerződésben álló forgalmazók a piac egy jelentős szeletét lefedik. Ugyan a vetített filmek számát tekintve az InterCom pozíciója kifejezetten erősnek mondható, viszont – részben vertikális integráltságának köszönhetően – a Fórum Hungary, illetve – az InterComhoz hasonlóan nagy hagyományokra visszatekintő – UIP Duna is meghatározó szereplőnek tekinthető. A független filmstúdiók filmjeiért a piacelemzésben beszerzett információk alapján kifejezetten erős verseny folyik.⁵⁸ A filmforgalmazási piacot nyilvánvalóan erősen befolyásolja az is, hogy a nagy nemzetközi filmstúdiók adott évben éppen milyen filmeket gyártanak, így a piac

⁵⁷ Lásd például: Van Bael & Bellis on Competition Law, Volume 2015 No. 1. Elérhető: <http://www.vanbaelbellis.com/en/fiches/publications/newsletters/> (Letöltés: 2015. augusztus 4.)

⁵⁸ Ld. a 4.1. alfejezetet

folyamatos változásban maradhat a későbbiekben is, ahogy ez a jegyárbevételek 2014-ről 2015-re történő változásában megmutatkozott.

126. A moziüzemeltetési piacon a piacelemzés a várakozásoknak megfelelően egy koncentrált piacszerkezetet tárt fel. A CCI és a Palace Cinemas fúzióját követően egy erősen dominánsszereplő jött létre. Az érintett összefonódás alapján látható, hogy az árbevételen alapuló küszöbszámok egyes piacok esetében nem alkalmasak arra, hogy kiszűrjék az ott potenciálisan káros hatással járó összefonódásokat. A versenyjog *ex post* eszközrendszere (gazdasági erőfölényes helyzet fennállása esetén az esetleges visszaélésszerű magatartások elleni fellépés) természetesen ilyenkor is rendelkezésre áll, azonban ez – számos korlátja és tökéletlensége folytán – nem pótolja a fúziókontroll *ex ante* eszközrendszerét, amely a piaci struktúra szintjén képes beavatkozni. A fentieknek megfelelően az egyoldalú érdekérvényesítés lehetőségét a piaci struktúra magában hordozza.

127. Az összefonódással párhuzamosan zajlott a digitalizációra történő viszonylag gyors ütemű átállás, amelyet a kevésbé tőkeerős szereplők nem tudtak finanszírozni, így a digitalizáció kezdeti szakaszában számos kereskedelmi mozi is bezárásra került. A fentiek következtében a kereskedelmi mozizásban a Cinema City hálózatába tartozó moziknak ebben az időszakban alig akadt versenytársa. A digitalizáció későbbi szakaszában azonban számos vidéki egytermes mozi nyitotta meg újra kapuit.

128. A kereskedelmi mozik üzemeltetéséhez képest jelentősen eltérően alakult az „art” mozik üzemeltetésének története. Az „art” mozi hálózat túlélésében jelentős szerepet játszott az EMMI szerepvállalása a digitális fejlesztések finanszírozásában, amelynek révén számos „art” moziterem digitális vetítésre történő átállása és fennmaradása vált lehetővé.

7.2.A piaci szereplők viselkedésével kapcsolatos megállapítások

129. A piacelemzés részletesebben foglalkozott a vászonhasználati díjak filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokon betöltött szerepével. A VPF alkalmazása kapcsán meglehetősen ellentmondásos vélemények érkeztek. Általánosan megállapítható, hogy a VPF díjnak elengedhetetlen szerepe volt a digitális vetítésre történő átállásban. A digitális átállás révén a filmstúdiók, illetve a velük kapcsolatban álló filmforgalmazók költségmegtakarításokat értek el, ezzel szemben viszont a moziüzemeltetők beruházási (és üzemeltetési) költségeinek emelkedése áll. Ennek fényében ésszerűnek tűnhet a vertikum szereplői közötti költség- és jövedelem-megosztási arányok újrakalibrálása, így a VPF gyártási költségekbe történő beépítése révén a filmforgalmazók és a filmstúdiók részt vállalnak a digitális átállásban.

130. Magyarországon a moziüzemeltetési piac erős koncentrációja, a szereplők kis száma miatt a Cinema City-n kívül nem volt olyan szereplő, amely akár a vezető amerikai stúdiókkal történő megállapodás, akár az európai piacra jellemző integrátori rendszer segítségével tudta volna finanszírozni a digitális vetítésre történő átállást. Kis piaci erejükből fakadóan ezen moziüzemeltetők döntő többsége nem tudta elfogadtatni finanszírozási igényét a filmforgalmazó vállalkozásokkal. Ez a tény hozzájárulhatott ahhoz, hogy a kisebb moziüzemeltetők versenyhátránya tovább nőjön a Cinema City-hez képest, hiszen esetükben a forgalmazók gyakorlatilag megtakarítják ezen költségeket. Hangsúlyozandó azonban, hogy a filmforgalmazó vállalkozások magatartása – versenykorlátozásra utaló jelek hiányában – nem vet fel versenyjogi aggályokat.

131. A Cinema City és a vezető amerikai filmstúdiók közötti VPF-re vonatkozó megállapodások illetve kizárólagos forgalmazási megállapodások versenyjogi szempontból vertikális megállapodásnak minősülnek. A megállapodások kapcsán először is kiemelendő, hogy azok általános piaci gyakorlatnak tekinthetők, másrészt fontos megjegyezni, hogy azok jelentős hatékonysági előnyökkel is járhatnak, a digitális átálláshoz való költségek megosztása, ezáltal a digitalizációra való ösztönzés révén. Az egyes megállapodások tartalmának pontos ismerete nélkül azonban azok (előzetes) versenyjogi megítélése elhamarkodott lenne. Tekintettel arra, hogy az Európai Bizottság előzetes vizsgálata alapján az eredeti (nemzetközi) megállapodások módosításra kerültek, és ezt követően az Európai Bizottság nem indított eljárást a vezető amerikai stúdiók ellen, feltehető, hogy komolyabb versenyjogi aggályok nem merülnek fel a megállapodások kapcsán.

132. A Cinema City és a vezető amerikai filmstúdiók közötti megállapodások rendszere áttételesen a filmforgalmazó vállalkozások közötti piaci versenyre is kihathat. A Cinema City hálózatában – bizonyos, fentiekben tárgyalt kivételektől eltekintve – minden vetített film után, termenként fizetendő a VPF. A vezető amerikai filmstúdiók kizárólagos magyarországi forgalmazói részére a vászonhasználati díjat a filmstúdiók megtérítik, így részükre ezek a díjak nem jelennek meg tényleges (többszörös) költségként. A vezető amerikai stúdiókkal szerződéses kapcsolatban nem álló független filmforgalmazók esetében viszont ez egy később visszatérítésre nem kerülő költségelemként jelenik meg, amely – az egyéb költségtényezőket figyelembe nem véve – versenyhátrányba hozhatja a független szereplőket a mozikban való megjelenés során. (Fontos azonban megjegyezni, hogy a vezető amerikai filmstúdiók – áttételesen pedig a velük szerződéses kapcsolatban álló forgalmazók – hazai üzleti tevékenységére is hatással van a VPF költség, így a filmbemutatók tervezése során kalkulálniuk kell azzal.)

133. A digitális vetítésre történő átállás – a ténylegesen felmerülő költségeiktől függően eltérő mértékben – minden filmforgalmazó érdeke, így nem tűnik eleve indokolatlannak egy olyan elvárás a moziüzemeltetők részéről, hogy – átállási költségeik megtérüléséig – a vászonhasználati díjak megfizetése révén a forgalmazók is hozzájáruljanak a digitális átállás költségeinek finanszírozásához. Amennyiben egy adott filmforgalmazó nem fizetne ilyen jellegű hozzájárulást, úgy ő a rendszer haszonélvezőjeként, potyautasként lenne jelen a piacon. Arányosnak akkor tekinthető az átállás finanszírozásának rendszere, ha a felmerülő – elsősorban beruházási jellegű – költségek megtérülését biztosítja, anélkül, hogy akár időtávjában, akár összecszerülésében túlterjeszkedne azon. A piacelemzésben beszerzett információk nem elegendőek annak megítéléséhez, hogy a jelenlegi finanszírozási rendszer, azaz a vászonhasználati díjak filmforgalmazókkal történő – néhány kivételtől eltekintve – egységes megfizetése, arányos-e.

134. A Cinema City műsortűzési gyakorlata szerint egyes filmek eleve alacsonyabb napi vetítésszámmal indulnak, illetve más filmek a minimális műsoron tartási időt követően a Cinema City döntése alapján kikerülnek adott mozi programjából. Amennyiben ez diszkriminatív módon történik, úgy az felvetheti az erőfölénnyel való visszaélés gyanúját, és az áttételesen egyes filmforgalmazók piacról történő kiszorulásához is vezethet. E potenciális közvetett kiszorító hatás kapcsán megjegyzendő, hogy a visszaélésszerű magatartás belátásához a hagyományos – az erőfölény egyik piacról egy másik piacra történő átvitelével kapcsolatos – kárelmélet (*leverage*) működéséhez több feltétel teljesülése is szükséges. Szükséges, hogy az erőfölényes vállalkozás (Cinema City) lehetősége és ösztönözöttsége is fennálljon arra, hogy erőfölényét egy másik, kapcsolódó (jelen esetben a filmforgalmazási) piacra átvigye, és a későbbiekben azon kihasználja. Ehhez szükséges a két szóban forgó piac közötti szoros kapcsolat, melynek révén az egyik piacon meglevő erőfölényes helyzet a másik piacon is kiváltságos pozíciót biztosít.

135. A piacelemzésben megismert információk nem utalnak e feltételek meglétére. A Fórum Hungary nincs a filmforgalmazási piacon erőfölényes pozícióban, illetve azon vezető szerepet sem tölt be. A nagyobb magyarországi versenytárs filmforgalmazó vállalkozások vezető amerikai filmgyártó vállalkozásokkal fennálló kizárólagos kapcsolatai miatt középtávon nem várható az sem, hogy a Fórum Hungary a jelenleginél lényegesen erősebb, kiváltságos szerepet töltsön be, így az erőfölény átviteléhez szükséges szoros kapcsolat sem feltétlenül látható be. Nem egyértelmű az sem, hogy a Cinema City ösztönözöttsége egyáltalán fennáll-e arra, hogy a Fórum Hungary versenytársait kiszorítsa. A piacelemzés során ugyan érkeztek arra vonatkozó utalások, hogy a Cinema City műsorszerkesztési stratégiája „egyes

forgalmazók bizonyos filmjeit” előnyben részesíti, azonban erre vonatkozó konkrét bizonyítékot a megkérdezett szereplők nem tártak fel. Összességében a jelenleg rendelkezésre álló információk nem utalnak versenyellenes kizorító hatásra, szándékra, vagy ösztönözöttségre.

136. A műsortűzési magatartás közvetett módon hozzájárulhat a vezető amerikai filmstúdiók piaci súlyának növekedéséhez is, azonban ez elsősorban a filmkínálat kulturális sokszínűségét veszélyezteti, de ez – mivel nincsenek arra utaló információk, hogy a kisebb stúdiók filmjeinek mozikból történő kizorítására a Cinema City ösztönzött lenne – nem tekinthető versenypolitikai problémának. Az amerikai filmek magas nézettségi részesedésének ellensúlyozására egy megoldás lehet a filmforgalmazási piac Magyar Nemzeti Filmalapból történő, jelenleginél erőteljesebb támogatása.

137. A fentiek alapján a GVH azon az állásponton van, hogy a Cinema City profitmaximalizáló stratégiája közvetetten hatással lehet a filmforgalmazási piac szereplőire, az ebből fakadó problémák kapcsán feltárt, illetve rendelkezésre álló információk ugyanakkor jelenleg nem indokolják versenyfelügyeleti eljárás megindítását.

8. A Tptv. 43/F. §-val összefüggő javaslatok és következtetések

138. A Tptv. 43/F. §-a szerint ha a piacelemzés eredménye alapján olyan piaci zavar áll fenn, amely versenyfelügyeleti eljárás révén nem vagy nem teljes körűen orvosolható, a GVH előtt több lehetőség is áll a probléma megoldására.

139. Piaci zavar fennállása esetén a GVH tájékoztathatja az Országgyűlés feladatkörrel rendelkező bizottságát, illetve a feladat- és hatáskörrel rendelkező minisztert vagy hatóságot. A GVH kötelező erővel nem rendelkező nyilvános ajánlást is kiadhat a piaci szereplők számára a tisztességes és hatékony verseny fenntartását és előmozdítását, az üzletfelek megfelelő tájékoztatását elősegítő legjobb gyakorlatokra, követendőként ajánlott piaci magatartásra vonatkozóan, vagy szükség esetén jogszabály megalkotását vagy módosítását kezdeményezheti az arra jogosult szervnél. A GVH a piacelemzésben feltártak alapján az alábbi ajánlásokat teszi, illetve az alábbi jogszabály-módosításokat kezdeményezi.

I. A GVH megfontolásra ajánlja a vászonhasználati díjat alkalmazó moziüzemeltetők számára, hogy a vászonhasználati díj szedésére vonatkozó gyakorlatuk legyen figyelemmel a beruházások költségeinek megtérülésére.

140. A piacelemzésben feltártak alapján a vászonhasználati díjak filmforgalmazókkal történő megfizettetése ahhoz vezethet, hogy a filmforgalmazók aránytalanul magas terheket kénytelenek vállalni egyes moziüzemeltetők digitális átállásának finanszírozásából. A gyakorlat különösen – de nem kizárólagosan – azon filmforgalmazókat sújthatja, amelyek nincsenek kizárólagos szerződéses kapcsolatban a vezető amerikai filmstúdiókkal. A GVH emiatt megfontolásra ajánlja a VPF-et alkalmazó moziüzemeltetők számára a vászonhasználati díj szedésére vonatkozó gyakorlatuk áttekintését, olyan módon, hogy az legyen figyelemmel a beruházások költségeinek megtérülésére. A GVH álláspontja szerint arányosnak akkor tekinthető az átállás finanszírozásának rendszere, ha a felmerülő – elsősorban beruházási jellegű – költségek megtérülését biztosítja, anélkül, hogy akár időtávjában, akár összecsúszásában túlszárnyalja azon.

II. A GVH javasolja az Országgyűlésnek a mozgóképszakmai hatóság feladat- és hatáskörének kiterjesztését.

141. A GVH szerint a filmpiac felügyeletét és a piaci folyamatok nyomon követését jelentősen könnyítené, ha a mozgóképszakmai hatóság feladat- és hatásköre olyan módon kiegészítésre kerülne a magyar filmtörvényben, hogy a mozgóképszakmai hatóság a filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacok tekintetében képessé váljon a magyarországi filmforgalmazásra vonatkozó főbb adatok (így többek között a nézettségi és bevételi adatok – ideértve a VPF díjakat is) folyamatos nyomon követésére.

III. A GVH megfontolandónak tartja egyes – a jelenlegi szabályok alapján nem engedélyköteles, de egyes piacok struktúráját jelentős mértékben befolyásoló – összefonódások versenyjogi kontrollja megteremtésének lehetőségét.

142. A piacelemzésben feltártak alapján a magyarországi moziüzemeltetési piac struktúráját jelentős mértékben kedvezőtlenül befolyásolta a CCI és a Palace Cinemas – a Tpv. vonatkozó szabályai szerint – nem engedélyköteles fúziója, amely a GVH – alapos vizsgálatot követő esetleges – beavatkozásával elkerülhető lehetett volna. Ez felveti az igényt a Tpv. fúziós engedélykérelmi szabályainak, illetve a fúziókontroll lehetőségeinek újragondolására, annak érdekében, hogy más piacokon a jövőben elkerülhetőek legyen a hasonló helyzetek. (Egyes nemzeti versenyjogok ismerik az árbevételi és piaci részesedési küszöbértékek kombinációját az engedélykérelmi küszöbszámok meghatározására, illetve az utólagos fúziókontroll intézményét.)

9. Fogalomtár

35 mm-es kópia: A digitális kópiákra való áttérés előtt használt hagyományos celluloidkópia, 35 mm széles filmsíkkal.

Blu-ray: Nagy tároló kapacitású digitális optikai tárolóeszköz-formátum.

Blockbuster: Népszerű, általában nagy költségvetésű „kasszasiker” film.

E-cinema (Electronic Cinema Systems): Elektronikus vetítési technika, mely a 35 mm-es kópiák technológiájánál modernebb, de a DCP (Digital Cinema Package) technológiájához képest kisebb felbontásra képes.

Integrátor cég: Digitális vetítőberendezések előfinanszírozásával, beszerelésével, és szervizelésével foglalkozó cég.

Kölcsöndíj: A filmforgalmazó részesedése a jegybevételből.

Multiplex mozi: Multiplexnek minősül az a mozikomplexum, amelyben legalább hat terem működik. (A miniplexben legalább négy, a megaplexben legalább tizenhat terem található.)

Vászonhasználati díj (VPF – Virtual Print Fee): A filmforgalmazók, filmstúdiók által a moziüzemeltetőknek fizetett összeg, melynek célja a digitális vetítésre való átállás következtében keletkezett költségegyenlőtlenségek kompenzálása, mértéke általában 500 euró/film/terem (+ÁFA).

Video on Demand (VoD): Egy olyan szolgáltatás, amelynek útján igény szerinti videó- és hanganyagokat, filmeket, archivált műsorokat lehet közvetlenül a televízión keresztül, egy adatbázisból letölteni.

10. Hivatkozásjegyzék

1. Dcinex, Equipment Financing. Letölthető: <https://www.dcinex.com/en/exhibitor-services/equipment-financing>, Letöltve: 2015. május 4.
2. Emberi Erőforrások Minisztériuma, Mozik száma, befogadó képesség, előadások, bemutatott új filmek. Letölthető: http://kultstat.emmi.gov.hu/site/kultstat2010/kultstat_kiadvany_2010_3_3_1.pdf, Letöltve: 2015. július 27.
3. European Parliament, An overview of Europe's film industry. Letölthető: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI%282014%29545705_REV1_EN.pdf, Letöltve: 2015. július 31.
4. European Commission, Antitrust: Commission closes probe into Hollywood studios after they change terms of contracts for digitisation of European cinemas. Letölthető: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-257_en.htm, Letöltve: 2015. július 17.
5. Gazdasági Versenyhivatal, Vj/55/2002/76. sz. versenytanácsi határozatot (InterCom Zrt.). Letölthető: http://www.gvh.hu/akadalymentes/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2002/3597_hu_vj-55200276.html, Letöltve: 2015. július 29.
6. hvg.hu, Bicsérdi Ádám, Üzlet vagy misszió? – Amikor a mozi házhoz megy. Letölthető: http://hvg.hu/kultura/20150122_Mozgomozi, Letöltve: 2015. augusztus 4.
7. filmek.s9.hu, Filmstúdiók (Hollywood). Letölthető: <http://filmek.s9.hu/filmstudiok/>, Letöltve: 2015. július 29.
8. filmvilág.hu, Ádám Péter, A fejlődés ára. Letölthető: http://filmvilag.hu/cikk.php?cikk_id=10747, Letöltve: 2015. augusztus 3.
9. Kultúráért Felelős Államtitkárság, Idén is százmillió forint van az art mozik digitalizálására. Letölthető: <http://www.kormany.hu/hu/emberi-eroforrasok-minisztériuma/kulturaert-felelos-allamtitkarsag/hirek/iden-is-szazmillio-forint-van-az-art-mozik-digitalizalasara>, Letöltve: 2015. július 28.
10. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2014. évi moziforgalmazási statisztikai adatok. Letölthető: http://nmhh.hu/cikk/166264/2014_evi_moziforgalmazasi_statisztikai_adatok, Letöltve: 2015. május 28.
11. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2015. évi moziforgalmazási statisztikai adatok. Letölthető: http://nmhh.hu/cikk/169808/2015_evi_moziforgalmazasi_statisztikai_adatok, Letöltve: 2016. április 12.
12. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, Mozgókép szakmai nyilvántartások. Letölthető: <http://nmhh.hu/tart/index/682/Mozgokep>, Letöltve: 2015. július 28.
13. nol.hu, Csákvári Géza: A magyar film részesedése minimális, Hollywoodé maximális. Letölthető: <http://nol.hu/kultura/hol-az-a-zsaner-1530149>, Letöltve: 2015. augusztus 5.
14. mfor.hu, Felborulhat a magyar mozipiac. Letölthető: http://www.mfor.hu/cikkek/A_moz_i_a_moz_i_.html, Letöltve: 2015. július 13.

15. *mozi.hir24.hu*, Minden Ötvenárnyalat-jegy szeg az artmozik koporsójába. Letölthető: [http://mozi.hir24.hu/hirek/20150216/minden-otvenarnylat-jegy-szeg-azt-”art” mozik-koporsojaba](http://mozi.hir24.hu/hirek/20150216/minden-otvenarnylat-jegy-szeg-azt-”art”-mozik-koporsojaba), Letöltve: 2015.június 29.
16. *Van Bael & Bellis on Competition Law*, Volume 2015 No. 1. Letölthető: <http://www.vanbaelbellis.com/en/fiches/publications/newsletters/>, Letöltve: 2015. augusztus 4.

11. Mellékletek

1. Melléklet: Filmforgalmazók számára kiküldött kérdőív

A vállalkozással kapcsolatos kérdések

1. Mióta (év) foglalkozik a vállalkozás filmforgalmazással?

...

2. Végez-e a vállalkozás a filmforgalmazáson kívül más tevékenységet?

Igen, és pedig:

Nem

3. A vállalkozás 2013. évi nettó árbevételének hány százaléka származott filmforgalmazásból?

... %

4. A vállalkozás 2013. évi filmforgalmazásból származó árbevételének hány százaléka származik a hazai mozikban történő vetítésből (egyéb felhasználási módok, pl. fizetős TV, légitársaságok, szállodák nélkül)

... %

5. Ismertessék, hogy hány mozifilmet forgalmaztak a 2011-2013. években, és mennyi volt a vállalkozás által forgalmazott filmek együttes jegyárbevétele a 2011-2013. években!

2011. év: ... db film; ezer Ft jegyárbevétel

2012. év: ... db film; ezer Ft jegyárbevétel

2013. év: ... db film; ezer Ft jegyárbevétel

A filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokkal kapcsolatos kérdések

6. Ismertessék a filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok trendjeit, a piacok működését befolyásoló fontosabb tényezőket a multiplex mozik magyarországi megjelenésétől napjainkig! Ezen belül különösen térjenek ki az alábbiakra:

- a) piaci szereplők belépése és kilépése:

.....
.....
.....
.....

- b) technológiai változások:

.....
.....
.....
.....

- c) fogyasztói szokások változása:

.....
.....

.....
.....

7. Sorolják fel a magyarországi filmforgalmazási piac jelentősebb szereplőit, és jelöljék meg 1-5 skálán (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire tekintik erős versenytársnak az adott vállalkozást!

a) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

b) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

c) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

d) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

e) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

f) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

g) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

h) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

i) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

j) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

8. Ismertessék 1-től 5-ig pontozva (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire erős a filmforgalmazási piacon a verseny a következő dimenziók mentén!

ár: 1 2 3 4 5

minőség: 1 2 3 4 5

kapacitás: 1 2 3 4 5

marketing: 1 2 3 4 5

a verseny egyéb, fontosnak ítélt dimenziója: 1 2 3 4 5

9. Sorolják fel a magyarországi moziüzemeltetési piac jelentősebb szereplőit, és jelöljék meg 1-5 skálán (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire erős alkupozícióval rendelkező vevőnek tekintik az adott vállalkozást!

a) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

b) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

c) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

d) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

e) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

f) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

g) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

h) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

i) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

j) vállalkozás:, vevő erőssége: 1 2 3 4 5

10. Ismertessék 1-től 5-ig pontozva (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire erős a moziüzemeltetési piacon a verseny a következő dimenziók mentén!

ár: 1 2 3 4 5

minőség: 1 2 3 4 5

kapacitás: 1 2 3 4 5

marketing: 1 2 3 4 5

a verseny egyéb, fontosnak ítélt dimenziója: 1 2 3 4 5

A filmstúdiókkal kötött szerződésekre vonatkozó kérdések

11. Ismertessék, hogy mely filmstúdiók filmjeit forgalmazták Magyarországon a 2011-2013. években! Ismertessék, hogy milyen módon alakul ki az, hogy mely filmstúdiók mely filmjeit forgalmazzák Magyarországon!

.....
.....
.....
.....

12. Ismertessék a filmstúdiókkal kötött megállapodások jellegét (pl. filmenkénti szerződnek vagy keretmegállapodást kötnek, biztosít-e kizárólagosságot bármelyik fél részére)! Csatoljanak be egy tetszőleges filmstúdióval 2013-ban kötött, jellemzőnek tekinthető szerződést!

.....
.....
.....
.....

13. Ismertessék, hogy milyen módon alakul ki egy adott film esetében a filmstúdiónak fizetendő összeg, és annak mi a jellemző mértéke a film forgalmazása után a moziüzemeltetőktől származó árbevétel arányában!

.....
.....
.....
.....

A moziüzemeltetőkkel kötött szerződésekre vonatkozó kérdések

14. Ismertessék a moziüzemeltetőkkel kötött megállapodások jellegét (pl. keretmegállapodást kötnek vagy filmenkénti szerződnek)! Csatoljanak be egy, az alábbi vállalkozásokkal kötött keretmegállapodást és egy tetszőleges mozifilmre

vonatkozó filmkölcsönzési szerződést:

- a) I.T. Magyar Cinema Kft. (Cinema City),
- b) egy további budapesti moziüzemeltető vállalkozás,
- c) egy (kisebb) vidéki moziüzemeltető vállalkozás.

.....
.....
.....
.....
.....

15. Ismertessék, hogy milyen módon alakul ki egy adott film esetében a moziüzemeltetők által fizetendő összeg, és annak mi a jellemző mértéke a film forgalmazása után a moziüzemeltetők által realizált árbevétel arányában!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

16. Mutassák be a vászonhasználati díj (VPF) magyarországi bevezetésének történeti hátterét! Mióta van jelen a magyar piacon, mely szereplők kezdeményezésére jelent meg, hogyan alakult ki a mértéke, mennyire elterjedt?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

17. Fejtsék ki álláspontjukat arról, hogy milyen hatással járt a VPF bevezetése és elterjedése a magyarországi filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokra nézve! Mely piaci szereplők számára előnyös illetve hátrányos a díj, és hogyan érinti összességében a nézőket (a szolgáltatás ára, minősége, választék alapján)?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....

18. Ismertessék, hogy fizetnek-e bármely magyarországi moziüzemeltető vállalkozás részére vászonhasználati díjat (VPF)! Ha igen, akkor nyilatkozzanak annak mértékéről!

.....

19. Amennyiben az adott moziüzemeltetővel nincs VPF-re vonatkozó szerződésük / megállapodásuk, úgy nyilatkozzanak arról, hogy a moziüzemeltető által végzett fejlesztéseket bármilyen más módon kompenzálják-e! Amennyiben igen, úgy mutassák be, hogy milyen módon!

.....

20. Az alábbi táblázat kitöltésével ismertessék, hogy a vállalkozás éves költségvetésének kb. hány százalékát tették ki az alábbi költségek a digitális vetítésre való átállás előtt, és hány százalékát teszik ki jelenleg:

Költségtételek (a teljes költség arányában) (%)	Arányuk a digitális vetítésre való átállás	
	előtt	után
Filmstúdióknak fizetett díjak		
Kópiák előállítási költsége		
Egyéb jelentős költségtétel, és pedig:		

21. Fejtsék ki szövegesen, hogy milyen módon befolyásolta a vállalkozás működési költségeit a moziüzemeltetők digitális vetítésre történő átállása! Becsülje meg, hogy egy, a terjesztett kópiák és a filmet játszó mozik száma szempontjából átlagos film esetében milyen megtakarítást jelent az analóg kópiákról a digitális adathordozókra történő átállás!

.....

Egyéb észrevételek

22. Ha bármilyen, Önök számára releváns, a piacok működésével kapcsolatos problémát nem érintenek a fenti kérdések, úgy fejtsék ki ezzel kapcsolatos álláspontjukat!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.Melléklet: Moziüzemeltetők számára kiküldött kérdőív

A vállalkozással kapcsolatos kérdések

1. Mióta (év) foglalkozik a vállalkozás moziüzemeltetéssel?

...

2. Végez-e a vállalkozás a moziüzemeltetésen kívül más tevékenységet?

Igen, és pedig:

Nem

3. A vállalkozás 2013. évi nettó árbevételének hány százaléka származott moziüzemeltetésből?

... %

4. Ismertessék, hogy hány mozifilmet vetítettek a 2011-2013. években, és mennyi volt a vetített filmek együttes jegyárbevétele a 2011-2013. években!

2011. év: ... db film; ezer Ft jegyárbevétel

2012. év: ... db film; ezer Ft jegyárbevétel

2013. év: ... db film; ezer Ft jegyárbevétel

5. Ismertessék, hogy a jegyárbevételek hány százaléka maradt a vállalkozásnál a 2011-2013. években!

2011. év: ...%

2012. év: ...%

2013. év: ...%

6. Ismertessék, hogy a vállalkozás által üzemeltetett egyes mozikban analóg vagy digitális technikával vetítenek! Digitális vetítés esetén ismertesse az átállás idejét (év), indokait, és az ahhoz szükséges beruházás összegét! Analóg vetítés esetén ismertesse annak indokát, hogy miért nem került sor a digitális vetítésre való átállásra!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. Fejtsék ki szövegesen, hogy milyen módon befolyásolta a vállalkozás működési költségeit a digitális vetítésre történő átállás! Becsülje meg, hogy egy, a terjesztett kópiák és a filmet játszó mozik száma szempontjából átlagos film esetében milyen megtakarítást jelent egy filmforgalmazó illetve egy moziüzemeltető számára az analóg kópiákról a digitális adathordozókra történő átállás?

.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

A filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokkal kapcsolatos kérdések

8. Ismertessék a filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok trendjeit, a piacok működését befolyásoló fontosabb tényezőket a multiplex mozik magyarországi megjelenésétől napjainkig! Ezen belül különösen térjenek ki az alábbiakra:

d) piaci szereplők belépése és kilépése:

.....
.....
.....

e) technológiai változások:

.....
.....
.....

f) fogyasztói szokások változása:

.....
.....
.....

9. Sorolják fel a magyarországi moziüzemeltetési piac jelentősebb szereplőit, és jelöljék meg 1-5 skálán (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire tekintik erős versenytársnak az adott vállalkozást!

k) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

l) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

m) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

n) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

o) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

p) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

q) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

r) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

s) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

t) vállalkozás:, versenytárs erőssége: 1 2 3 4 5

10. Ismertessék 1-től 5-ig pontozva (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire erős a moziüzemeltetési piacon a verseny a következő dimenziók mentén!

ár: 1 2 3 4 5

minőség: 1 2 3 4 5

kapacitás: 1 2 3 4 5

marketing: 1 2 3 4 5

a verseny egyéb, fontosnak ítélt dimenziója: 1 2 3 4 5

11. Sorolják fel a magyarországi filmforgalmazási piac jelentősebb szereplőit, és jelöljék meg 1-5 skálán (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire erős alkupozícióval rendelkező szereplőnek tekintik az adott vállalkozást!

k) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

l) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

m) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

n) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

o) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

p) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

q) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

r) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

s) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

t) vállalkozás:, filmforgalmazó alkuereje: 1 2 3 4 5

12. Ismertessék 1-től 5-ig pontozva (1 = nagyon gyenge, 5 = nagyon erős), hogy mennyire erős a filmforgalmazási piacon a verseny a következő dimenziók mentén!

ár: 1 2 3 4 5

minőség: 1 2 3 4 5

kapacitás: 1 2 3 4 5

marketing: 1 2 3 4 5

a verseny egyéb, fontosnak ítélt dimenziója: 1 2 3 4 5

13. Ismertessék, hogy a vállalkozás éves költségvetésének kb. hány százalékát teszik ki az alábbi költségek:

Költség tételek (a teljes költség arányában) (%)	Arányuk a digitális vetítésre való átállás	
	előtt	után
Filmforgalmazóknak fizetett díjak		
Egyéb jelentős költség tétel, éspedig:		

A filmforgalmazókkal kötött szerződésekre vonatkozó kérdések

14. Ismertessék a filmforgalmazókkal kötött megállapodások jellegét (pl.

keretmegállapodást kötnek vagy filmenkénti szerződnek)! Csatoljanak be egy tetszőleges filmforgalmazóval kötött keretmegállapodást és egy tetszőleges mozifilmre vonatkozó filmkölcsönzési szerződést!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

15. Ismertessék, hogy milyen módon alakul ki egy adott film esetében a moziüzemeltetők által fizetendő összeg, és annak mi a jellemző mértéke a film forgalmazása után a moziüzemeltetők által realizált árbevétel arányában!

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

16. Mutassák be a vászonhasználati díj (VPF) magyarországi bevezetésének történeti hátterét! Mióta van jelen a magyar piacon, mely szereplők kezdeményezésére jelent meg, hogyan alakult ki a mértéke, mennyire elterjedt?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

17. Fejtsék ki álláspontjukat arról, hogy milyen hatással járt a VPF bevezetése és elterjedése a magyarországi filmforgalmazási és moziüzemeltetési piacokra nézve! Mely piaci szereplők számára előnyös illetve hátrányos a díj, és hogyan érinti összességében a nézőket (a szolgáltatás ára, minősége, választék alapján)?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

18. Ismertessék, hogy fizet-e bármely magyarországi filmforgalmazó vállalkozás

vászonhasználati díjat (VPF) a vállalkozásuk részére! Amennyiben igen, akkor nyilatkozzanak annak mértékéről!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

19. Amennyiben az adott filmforgalmazóval nincs VPF-re vonatkozó szerződésük / megállapodásuk, úgy nyilatkozzanak arról, hogy a filmforgalmazók bármilyen más módon kompenzálják-e fejlesztéseiket! Amennyiben igen, úgy mutassák be, hogy milyen módon!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Egyéb észrevételek

20. Ha bármilyen, Önök számára releváns, a piacok működésével kapcsolatos problémát nem érintenek a fenti kérdések, úgy fejtssék ki ezzel kapcsolatos álláspontjukat!