



Konkurences padome

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67282865, fakss 67242141, e-pasts konkurence@kp.gov.lv, www.kp.gov.lv

Konkurences padomes izpētes rezultāti par tirgus uzraudzību filmu demonstrēšanas noteikumiem kinoteātros

- 1 Konkurences padome (turpmāk – KP) 07.05.2019. ierosināja tirgus uzraudzību par filmu demonstrēšanas noteikumiem kinoteātros, ņemot vērā SIA “CINEVILLA FILMS”¹, biedrības „Latvijas Kinoproducentu asociācija” (turpmāk - LKPA) un SIA „Multikino Latvia” (turpmāk – Multikino) iesniegumiem (turpmāk – Uzraudzība).
- 2 Veiktās Uzraudzības mērķis bija izvērtēt iespējamās problēmas saistībā ar kinofilmu izplatīšanu kinoteātriem un kinofilmu demonstrēšanas noteikumiem kinoteātros laika posmā no 2017.gada līdz 2020.gadam un to atbilstību Konkurences likuma tvērumam.
- 3 Uzraudzības laikā galvenokārt tika apskatīti jautājumi saistībā ar filmu izrādīšanas secības (*izrādīšanas logu*)² ievērošanas nepieciešamības pamatotību, Rīgas teritorijā esošo kinoteātru īpašnieku/operatoru praksi (turpmāk – kinoteātri) attiecībā uz ienākumu sadalījumu no biļešu pārdošanas kinoteātros starp kinofilmu izplatītāju un kinoteātri kā filmas izrādītāju, kā arī par īpašo pirms-pirmizrāžu (pirms oficiālās filmas izrādīšanas uzsākšanas) rīkošanu kinoteātros. Vēl tika analizēta “Forum Cinemas OU filiāle Latvijā”³ (turpmāk – FC) loma filmu demonstrēšanas tirgū Rīgā. Vienlaikus Uzraudzībā tika pārskatīta arī iepriekšējā KP praksē⁴ (turpmāk – Lēmumi) noteiktā konkrētā tirgus - filmu izrādīšana kinoteātros – definīcija, kā arī vērtēta iespējamā aizvietojamība un konkurence starp filmu demonstrēšanas platformām un analizēta informācija par kinofilmu demonstrēšanas tirgus attīstības tendencēm.
- 4 KP veiktās Uzraudzības laikā informācija tika iegūta no Nacionālā kino centra, FC, citiem lielākajiem kinoteātru operatoriem - “Cinamon Operations Latvia SIA” (turpmāk – Cinamon), Multikino, kā arī no SIA „Tet”, SIA „Latvian Theatrical Distribution” un SIA „ACME Film”.

Konkrētais tirgus

- 5 KP Lēmumos tika definēti šādi konkrētie tirgi: filmu izplatīšanas tirgus kinoteātriem Latvijas Republikas teritorijā (turpmāk – filmu izplatīšanas tirgus) un filmu demonstrēšanas kinoteātros tirgus Rīgā (turpmāk – filmu demonstrēšanas tirgus). Tomēr, lai novērtētu konkurences apstākļus kinofilmu izplatīšanā un izrādīšanā, tai skaitā novērtētu tajos darbojošos tirgus dalībnieku tirgus pozīciju, KP pārskatīja Lēmumos definētos konkrētos tirgus un iespējamo filmu izrādīšanu kinoteātros aizvietojamību ar filmu izrādīšanu video straumēšanas platformā.

¹ Iepriekšējais nosaukums no 23.05.1997. līdz 26.02.2020. – Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „PLATFORMA FILMA”.

² Filmas tiek demonstrētas dažādos formātos un platformās (kinoteātros, straumēšanas vietnēs, televīzijā, u.c.) atšķirīgos laikos vai pārklājoties, šādu izplatīšanas secību sauc arī par izrādīšanas logiem. Izrādīšanas logu sistēma, t.i., filmu izplatīšanas hronoloģiskā organizācija, ir iesakņojies organizatorisks princips filmu nozarē gan Eiropā, gan ASV.

³ Iepriekš - SIA “Forum Cinemas”, kas 21.10.2019. reorganizācijas ietvaros pievienots pie “Forum Cinemas OU”).

⁴ KP 09.07.2009. lēmums Nr. 22, SIA “Forum Cinemas”. Pieejams: https://www.kp.gov.lv/files/lemumu_pielikumi/AdIcKPsQT3.pdf. KP 17.09.2012. lēmums Nr. E02-75, SIA „Forum Cinemas”. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/files/pdf/euVOBIORgu.pdf>.

- 6 Uzraudzībā KP vērtēja, vai pastāv apstākļi, kas norāda, ka filmu izrādīšana kinoteātros būtu aizstājama ar filmu izrādīšanu video straumēšanas platformā (turpmāk – SVOD⁵). Izvērtējot Uzraudzības laikā iegūto informāciju, KP secināja, ka filmu izrādīšana kinoteātrī notiek konkrētā vietā un laikā, un speciāli pielāgotās telpās. Savukārt saturs video straumēšanas platformās jeb SVOD var tikt skatīts brīvi izvēlēta laikā, vietā un ierīcēs. Interneta pieslēguma pieejamības gadījumā SVOD saturs ir pieejams valsts teritorijā un arī ārpus Latvijas teritorijas, ciktāl to pieļauj no intelektuālā īpašuma īpašniekiem iegūtās tiesības. Turklāt abi filmu izrādīšanas veidi ir orientēti uz dažādiem pakalpojumu izmantotāju segmentiem un ne vienmēr saturs platformā pēc pieprasījuma būs aizvietojams ar kinoteātros piedāvāto saturu, jo SVOD atšķirībā no kinoteātriem, kas galvenokārt specializējas uz izklaidējošu saturu, tiek piedāvātas arī informatīvi analītiskas filmas un seriāli. Būtiski atšķirīga ir arī SVOD un kinoteātru cenu politika.
- 7 Tika izvērtēta arī kinoteātru sniegtā informācija, no kuras ir secināms, ka tādas platformas kā Helio un Shortcut nav uzskatāmas par kinoteātru tiešajiem konkurentiem (vai nav uzskatāmi par konkurentiem vispār), vienlaikus tika norādīts, ka netieši tomēr kinoteātri ar citām platformām var konkurēt gadījumos, ja tiek demonstrēts viens un tas pats saturs.
- 8 Ņemot vērā iepriekš minēto, KP secina, ka nav pamata mainīt un paplašināt līdz šim Lēmumos definēto konkrēto tirgu un ka filmu izrādīšana kinoteātrī nekonkurē ar filmu izrādīšanu video straumēšanas platformās, drīzāk abi satura izplatīšanas kanāli viens otru papildina, tādēļ Uzraudzībā, balstoties uz iegūto informāciju un pamatojoties arī uz KP praksi Lēmumos, tika nodefinēti konkrētie tirgi: 1) kinofilmu izplatīšanas tirgus kinoteātriem Latvijas teritorijā (turpmāk – filmu izplatīšanas tirgus); 2) kinofilmu demonstrēšanas kinoteātros tirgus Rīgā (turpmāk – filmu demonstrēšanas tirgus).

Konkurences apstākļi filmu demonstrēšanas tirgū

- 9 KP savā praksē Lēmumos iepriekš ir vērtējusi FC darbības, secinot, ka FC atrodas dominējošā stāvoklī filmu demonstrēšanas tirgū. Uzraudzības ietvaros KP konstatēja, ka konkurences apstākļi kopš 2012.gada, kad KP pieņēma pēdējo Lēmumu, ir mainījušies. FC vairs nav izteikts tirgus līderis, jo tirgū ir ienācis jauns kinoteātris - SIA “Apollo Kino” (turpmāk – Apollo), kas ir uzsācis darbību tirgū 2019.gadā un jau kļuvis par salīdzinoši nozīmīgu konkurentu citiem Rīgas kinoteātriem. Turklāt minētajā tirgū notiek izmaiņas – Multikino ir izbeidzis darbību Latvijas teritorijā. Publiski pieejamā informācija liecina, ka nomas tiesības pārņems kinoteātris Apollo,⁶ kas varētu tikt vērtēts kā nozīmīgs konkurents FC. Līdz ar to tas turpmāk var ietekmēt konkurences struktūru tirgū, mazinot FC tirgus varu.
- 10 Uzraudzībā iegūtā informācija apstiprina, ka patērētājs (skatītājs) pārslēdzas uz jauniem kinoteātriem, un tādējādi jaunienācējiem filmu demonstrēšanas tirgū ir iespējas ar mārketinga līdzekļiem piesaistīt jaunus patērētājus un konkurēt ar FC un/vai pārējiem tirgus dalībniekiem.

Filmu izrādīšanas secība

- 11 Uzraudzības ietvaros KP novērtēja filmu izrādīšanas secības (*izrādīšanas logu*) pamatoību un nepieciešamību, t.i., vai pamatoti kinofilmu izrādītāji pieprasa, lai tiktu ievēroti nosacījumi, ka kinofilma vispirms tiek izrādīta kinoteātros un tikai pēc tam, pēc nozares praksē noteikta laika perioda, tā tiek izrādīta citās televīzijā un platformās.
- 12 Minēto apstākļu izvērtēšanā KP iepazīnās ar EK 2014. gada pētījumu par filmu izrādīšanas

⁵ Video pasūtīšana pēc pieprasījuma (SVOD, subscription video-on-demand) – ir izklaides programmu veidošanas modelis, kurā lietotāji maksā ikmēneša maksu apmaiņā pret tūlītēju piekļuvi straumēšanas bibliotēkai, kas sastāv no filmām, TV šoviem un cita multivides satura, piemēram, [Netflix](#), [Hulu](#), [Hotstar](#), [Amazon Prime](#), [Byjus](#) u.c.

⁶ Tukša vieta nepaliek – ‘Rīga Plaza’ rudenī durvis vērs jauns kinoteātris. Pieejams: https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_vide/tuksa-vieta-nepaliek-riga-plaza-rudeni-durvis-vers-jauns-kinoteatris.d?id=52138041

- logiem⁷ (turpmāk – Pētījums).
- 13 EK ir skaidrojusi, ka filmu izrādīšanas secība sākas no veida, kas nes augstākos ieņēmumus visīsākajā laika posmā, t.i., izrādīšanas kinoteātros. Šī secīgā ekskluzivitātes sistēma ļauj palielināt ieņēmumus, ko gūst filmu tiesību īpašnieki.⁸ Koncepts par dažādu logu ekskluzīvu secību ir izrādīšanas logu pamatelements.⁹
- 14 Atšķirībā no citām valstīm, piemēram, Francijas, Bulgārijas, Portugāles, Latvijā filmu izrādīšanas logi netiek regulēti ar likumu.¹⁰ Tajā pat laikā Latvijā, tāpat kā Vācijā, Austrijā, Spānijā, ir noteikumi par finansiāla atbalsta piešķiršanu filmām, kas ietekmē to izrādīšanas logus.¹¹
- 15 Ministru kabineta 12.10.2010. noteikumu Nr.975 “*Kārtība, kādā Nacionālais kino centrs piešķir publisko finansējumu filmu nozares projektiem*” 47.2. apakšpunkts arī nosaka laika periodu (48-60 mēneši pēc filmas nacionālās pirmizrādes) atkarībā no filmas veida, pēc kura filma var tikt izrādīta Nacionālā kino centra administrētajās audiovizuālajās tehnoloģijās, tostarp interneta platformās. Tāpat ir ietverta iespēja filmas izrādīt pirms minētā termiņa, Nacionālajam kino centram un attiecīgās filmas producentam par to vienojoties.
- 16 Minētie apstākļi norāda, ka filmu izrādīšanas logu noteikšana kinoteātros ir ierasta prakse visās Eiropas Savienības dalībvalstīs, izņemot Maltu, un ASV.
- 17 Pētījumā norādīts, ka Eiropas Savienībā filmu izrādīšanas logs kinoteātros nemainīgi paliek kā pirmais izrādīšanas logs,¹² kura ilgums kinoteātros Eiropas Savienībā vidēji ir 116 dienas, t.i., vidēji filmas nedrīkst rādīt citās platformās, iekams nav pagājušas 116 dienas, kopš tās uzsāktas izrādīt kinoteātros. Ekskluzīvā izrādīšanas loga ilgums kinoteātros parasti ir starp 90 un 150 dienām (t.i., 3 un 5 mēnešiem) gan Eiropas Savienībā, gan ASV.¹³
- 18 Kinoteātri kā būtisku faktoru ir norādījuši, ka katras konkrētas filmas demonstrēšanas nosacījumi, vai tās ir platformas, kurās tās tiek demonstrētas, vai pirmizrāžu un īpašo seansu nosacījumi, ir filmas izplatītāju un producentu izvēle. Arī EK lēmumā¹⁴ ir apskatīta kinofilmu producentu loma.¹⁵ Turklāt kinoteātri, pirms filmas iekļaušanas savā repertuārā, iespēju robežās pārbauda, vai konkrētā filma nav bijusi pieejama citās platformās.

Ieņēmumu sadale starp kinoteātriem un producentiem

- 19 LKPA savā iesniegumā norādīja uz līdzīgo praksi, kāda ir izveidojusies saistībā ar nosacījumiem kinofilmu izplatīšanai Rīgas lielākajos kinoteātros, t.i., faktiski visiem Latvijā veidoto kinofilmu producentiem un citiem filmu izplatītājiem Rīgas lielākie kinoteātri (kino „Citadele”, Multikino, Cinamon) piemēro līdzīgus noteikumus attiecībā ienākumu sadali. Vēl LKPA norādīja, ka šādus kinoteātru izvirzītos noteikumus faktiski nav iespējams mainīt sarunu rezultātā, kinoteātri praksē nepieļauj izņēmumus šādam ieņēmumu sadalījumam.
- 20 Uzraudzības laikā KP izvērtēja vairāku Rīgas kinoteātru līgumus un secināja, ka to piemērotā prakse ieņēmumu sadalē ir līdzīga (divas pirmās nedēļas - praktiski identiska, pārējā laikā

⁷ Eiropas Komisijas 2014.gada pētījums “Analīze par tiesiskajiem noteikumiem par izmantošanas logiem un komerciālo praksi ES dalībvalstīs, kā arī par to, cik svarīgi ir ekspluatācijas logi jaunai uzņēmējdarbības praksei” (Analysis of the legal rules for exploitation windows and commercial practices in EU Member States and of the importance of exploitation windows for new business practices”). Pieejams: <https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/analysisofthelawrulesforexploitationwindows.pdf>.

⁸ Turpat, 2.lpp.

⁹ Turpat, 63.lpp.

¹⁰ Turpat, 18.-20.lpp.

¹¹ Turpat, 18.lpp., 20.lpp.

¹² Turpat, 46.lpp.

¹³ Turpat, 34.lpp.

¹⁴ EK lēmums lietā AT.40023 – Cross-border access to pay-TV, 51.punkts.

¹⁵ Lielākās filmu studijas parasti kontrolē visas tiesības uz konkrēto filmu. Šīs tiesības ir licencētas satura apkopotājiem, kas apvieno saturu vienā vai vairākos kanālos. Iegūtie kanāli vai kanālu paketes tiek pārdoti maksas televīzijas raidorganizācijām, kas saturu pārdod tiešajiem lietotājiem.

konstatējamās nelielas atšķirības). Tā tiek izmantota gan attiecībā uz Latviju, gan ārvalstīs producētām/ražotām filmām.

- 21 Uzraudzības laikā iegūtā informācija no tirgus dalībniekiem liecināja, ka šāda situācija varētu būt veidojusies vēsturiski, t.i., kāds no kinoteātru īpašniekiem ir uzsācis šādu noteikumu piemērošanu, bet pārējie kinoteātru īpašnieki, ienākot tirgū, ir sekojuši vai pieskaņojušies šādai ieņēmumu sadales proporcijai. Turklāt šāds ienākumu sadales modelis tiek izmantots arī starptautiskajā kino industrijā.¹⁶

Īpašo filmu pirmizrāžu rīkošana kinoteātros

- 22 Divi no Rīgas kinoteātriem iesniegumos norādīja, ka filmu izplatītāji savu izplatīto filmu pirms-pirmizrādes galvenokārt rīko FC kinoteātrī “Citadele”, norādot, ka visiem Rīgas kinoteātriem būtu jābūt vienādei iespējai izrādīt filmu konkrētos datumos pirms filmas oficiālās izrādīšanas kinoteātros.
- 23 Uzraudzības laikā iegūtā informācija liecina, ka kinofilmas pirms-pirmizrāde ir īpašs seanss konkrētai filmai pirms oficiālā pirmizrādes datuma. Tas ir seanss, kuram galvenokārt ir mārketinga raksturs, kura laikā skatītāji tiek iepazīstināti ar filmu un tās aktieriem. Šī īpašā pirmizrāde ir viens seanss, kas tiek rīkots vienā kinoteātrī, un šādu seansu rīkošana filmu izplatītājiem jāsaņū ar studijām (filmu ražotājiem). Tādējādi šo seansu rīkošanu nosaka atbilstoša filmu ražotāju politika.
- 24 Uzraudzības ietvaros KP secināja, ka Latvijas teritorijā darbojas vairāki tirgus dalībnieki, no kuriem trīs lielāko konkurentu – SIA “ACME Film”, FC un SIA “Latvian Theatrical Distribution” - apgrozījuma apjoms no izplatītajām filmām ir vērtējams kā tuvs. Šo uzņēmumu tirgus daļas kinofilmu izplatīšanas tirgū kinoteātriem laika periodā no 2017.gada līdz 2019.gadam bija no 20 līdz 40%. Tādējādi minētais konkrētais tirgus ir vērtējams kā oligopolistisks. Līdz ar to KP secina, ka neviens no minētajiem uzņēmumiem filmu izplatīšanas tirgū nav uzskatāms par dominējošu stāvokli esošu, tāpēc minētajiem uzņēmumiem nepastāv ierobežojumi noteikt savu izplatīto filmu izrādīšanas politiku atbilstoši filmu ražotāju stratēģijai.

Secinājumi

- 25 Uzraudzības laikā KP secināja, ka filmu izrādīšana kinoteātrī nekonkurē ar filmu izrādīšanu video straumēšanas platformās, drīzāk abi satura izplatīšanas kanāli viens otru papildina.
- 26 Izvērtējot konkurences apstākļus filmu izplatīšanas tirgū Latvijas teritorijā un filmu demonstrēšanas kinoteātros tirgū Rīgā Uzraudzībā apskatītajā laika periodā un īpaši 2019.gadā, KP secina, ka šajos tirgos Uzraudzībā izvērtētās tirgus dalībnieku darbības nesatur Konkurences likuma pārkāpuma pazīmes.
- 27 Filmu izrādīšanas logu izmantošana, kas sākumā nodrošina kinoteātriem ekskluzīvas tiesības izrādīt filmu noteiktu laika periodu, ierobežojot to izrādi citās platformās, ir ierasta nozares prakse, un tādējādi atbilstošo noteikumu piemērošana un iekļaušana līgumos Uzraudzībā identificētajā gadījumā nevar tikt vērtēts kā Konkurences likuma pārkāpums.
- 28 Kinoteātru un producentu ieņēmumu no to izrādīšanas kinoteātrī savstarpējs sadales modelis ir līdzīgs un tāds veidojies vēsturiski starptautiskajā kino industrijā. Tādējādi šādas darbības nebūtu vērtējamas kā KL pārkāpums.
- 29 Kinofilmu izplatīšanas tirgū esošajiem filmu izplatītājiem Uzraudzības laikā apskatītajā periodā nepastāvēja ierobežojumi noteikt savu izplatīto filmu izrādīšanas politiku atbilstoši filmu ražotāju stratēģijai.

¹⁶ F.A.Muchnik, The strategic producer on the art and craft of making your first feature, New York, Routledge, 2016, p.120.