



Instituut voor de nationale rekeningen

DE MARKTWERKING VAN DE SECTOR UITBATING VAN BIOSCOOPZALEN IN BELGIË

PRIJZENOBSEVATORIUM

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Inleiding	3
1. De filmindustrie in België	5
1.1 De productie van films	6
1.2 Filmdistributeurs	8
1.3 De uitbating van bioscoopzalen	9
1.4 De verspreiding van films buiten de bioscoop	10
1.5 Concentraties in de industrie	11
1.5.1 Verticale concentraties	11
1.5.2 Horizontale concentraties	12
1.5.3 Verklarende factoren voor deze concentraties	12
1.5.4 Concentratiegraad	13
1.6 De subsidies in de sector	15
1.6.1 Steun aan productie	16
1.6.2 Steun aan distributie	16
1.6.3 Steun aan exploitatie	17
2. Dynamiek en structuur van de sector uitbating van bioscoopzalen	19
2.1 De vraag naar film	19
2.2 Het filmaanbod	21
2.3 De relatie tussen uitbaters en distributeurs	24
2.4 De uitdagingen van de sector	25
2.4.1 De digitalisering van bioscopen	25
2.4.2 Maatschappelijke veranderingen	27
2.4.3 Toekomstige uitdagingen	27
3. Prijsolutie en -niveau van een bioscoopticket	29
3.1 Evolutie van de prijs van een bioscoopkaartje	29
3.2 Prijssamenstelling	32
3.3 Vergelijking met de buurlanden	34
4. Financiële analyse van de filmindustrie	36
4.1 Methodologische overwegingen	36
4.2 Financiële situatie	37
5. Besluit	41
6. Bibliografie	43
Lijst van afkortingen	45
Bijlagen	47
Bijlage 1: Concentratiegraad in de filmindustrie	47
Bijlage 2: Berekeningen verschillende ratio's	48
Bijlage 3: Andere tabellen met betrekking tot de financiële en economische analyse	49

Inleiding

Sinds 3 april 2013¹, is het actieveld van het Prijzenobservatorium uitgebreid en omvat het voortaan ook de analyse van de prijsontwikkeling, het prijsniveau, de marges en de marktwerking. De studie van de sector NACE 5914 "Vertoning van films" valt binnen dit kader. Deze studie werd gerealiseerd door het Prijzenobservatorium naar aanleiding van de jaarresultaten van de horizontale screening van sectoren met betrekking tot de marktwerking in België². In de horizontale screening van het jaar 2014 viel de sector van de uitbating van bioscoopzalen op door het hoge risico op een minder goede marktwerking. De belangrijkste indicatoren waardoor deze sector opviel waren de hoge concentratiegraad van de spelers en de grote stabiliteit van hun aantal in de tijd.

Andere factoren komen ook in aanmerking bij de keuze van deze sector:

- *Zijn economisch belang*: de sector behaalde een (binnenlandse) omzet van 249,9 miljoen EUR in 2013 en had ongeveer 628 mensen in FTE in dienst³. Daarnaast is deze sector ook belangrijk voor de consument, omdat cinema en film één van de voornaamste vrijetijdsbestedingen is.
- *Actualiteit van de sector*: in het verleden kreeg de Belgische Mededingingsautoriteit verschillende klachten over de sector⁴. In oktober 2015 werd een aanmelding van concentratie gedaan in het kader van het principeakkoord afgesloten door de Kinopolis Group voor de overname van de bioscopen van het bedrijf Utopolis.

Er zijn maar weinig actuele studies die gericht zijn op de uitbating van bioscoopzalen in België en er zijn maar een beperkt aantal gegevens beschikbaar met betrekking tot de werking van deze markt.

Om dit gebrek aan informatie te compenseren, baseert dit onderzoek zich in de eerste plaats op de gegevens van AD Statistiek - Statistics Belgium van de FOD Economie, op de gegevens van Eurostat van de structuurenquête van ondernemingen en op de jaarrekeningen van de belangrijkste bedrijven in de sector. Als gevolg van methodologische verschillen, kan het aantal spelers in een sector verschillen. De structurele statistieken van bedrijven, gepubliceerd door Eurostat, zijn gebaseerd op de NACE-codes (Economische activiteitennomenclatuur in de Europese Gemeenschap). Dat kan invloed hebben op de resultaten van de analyse, aangezien de betrokken NACE-codes ook activiteiten omvatten buiten het strikte kader van de filmindustrie. Bijvoorbeeld, de activiteitennomenclatuur NACE 5914 omvat niet alleen bedrijven die actief zijn in de vertoning van films in de bioscoop, maar heeft ook betrekking op videobanden, activiteiten van filmclubs, vertoning in openlucht of andere plaatsen waar filmvertoningen mogelijk zijn. De statistieken van de FOD Economie zijn dan weer gebaseerd op een enquête uitgevoerd in de sector van de uitbating van bioscoopzalen⁵. De statistieken zijn dus in dit geval uitgewerkt aan de hand van inlichtingen verkregen via een vragenlijst die elke uitbater van één of meerdere bioscoopzalen heeft ontvangen.

¹ De wet van 3/04/2013 slaat op de invoeging van boek IV ("Bescherming van de mededinging") en boek V ("De mededinging en de prijsevoluties") in het Wetboek van economisch recht.

² Prijzenobservatorium, "[Marktwerking in België: Horizontale screening van sectoren – februari 2015](#)".

³ Eurostat, gedetailleerde jaarstatistieken over diensten (NACE rev. 2 H-N en S95).

⁴ In de afgelopen jaren werd er onder andere een klacht ingediend op 11 juli 2008 door UGC België NV tegen Kinopolis Group NV voor misbruik van machtspositie (Besluit nr. 2011 - V/M - 11 van 7 april 2011) en op 18 november 2011 door NV Handling CO tegen de grote Amerikaanse spelers in het kader van de digitalisering van de bioscoopzalen en de daaraan verbonden investeringen (Besluit nr 2014-P/K-23-AUD van 2 december 2014).

⁵ Naar het koninklijk besluit van 14 december 1999 waarbij een jaarstatistiek van de uitbating van bioscoopzalen wordt voorgeschreven.

Verder hielpen gesprekken met de federatie van cinema's in België en het "Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel" van de federatie Wallonië-Brussel bij het uitdiepen van bepaalde thema's. De studies uitgevoerd door het "Centre du Cinéma" werden gebruikt als basis voor het verkrijgen van inzicht in de werking van de filmindustrie. Daarnaast werden een aantal verduidelijkingen verkregen tijdens vergaderingen met de "Belgische Mededingingsautoriteit" na de publicatie van haar besluit van 25 maart 2016 aangaande het dossier van de Kinopolis Group NV/Utopolis (Utopia NV)⁶. Ook andere studies waren een inspiratiebron voor deze analyse, in het bijzonder het onderzoek van Olivier Babeau (2010), "Le livre blanc des salles obscures", geschreven op verzoek van de "Fédération nationale des cinémas français" (FNCF), evenals de jaarverslagen van het "European Audiovisual Observatory en van de International Union of Cinemas".

De analyse van deze sector kan onderverdeeld worden in vier delen:

Het eerste deel van deze studie is bedoeld om de werking van de filmindustrie evenals de relatie tussen de verschillende actoren (filmproductie, film distributie en de uitbating van bioscoopzalen) te beschrijven. Er zal bijzondere aandacht besteed worden aan de horizontale en verticale concentraties die deze sector karakteriseren, alsmede aan de subsidies toegekend aan de diverse actoren van de industrie.

Het tweede deel zal in detail de werking van de sector uitbating van bioscoopzalen analyseren. De analyse zal zich ook richten op de ontwikkeling van de vraag en het aanbod van de film en de onderhandelingsmacht van uitbaters en verdelers (distributeurs). Dit deel van het onderzoek zal ook aandacht besteden aan de modernisering en de toekomstige uitdagingen voor de sector tegenover de ontwikkeling van concurrerende producten (video op vraag, video-sharingsites, gemiste tv-uitzendingen op aanvraag...).

Het derde deel focust op de ontwikkeling, het niveau en de samenstelling van de prijs van een bioscoopticket. Een vergelijking van de evolutie van een ticketprijs in België met die van de belangrijkste buurlanden zal eveneens behandeld worden.

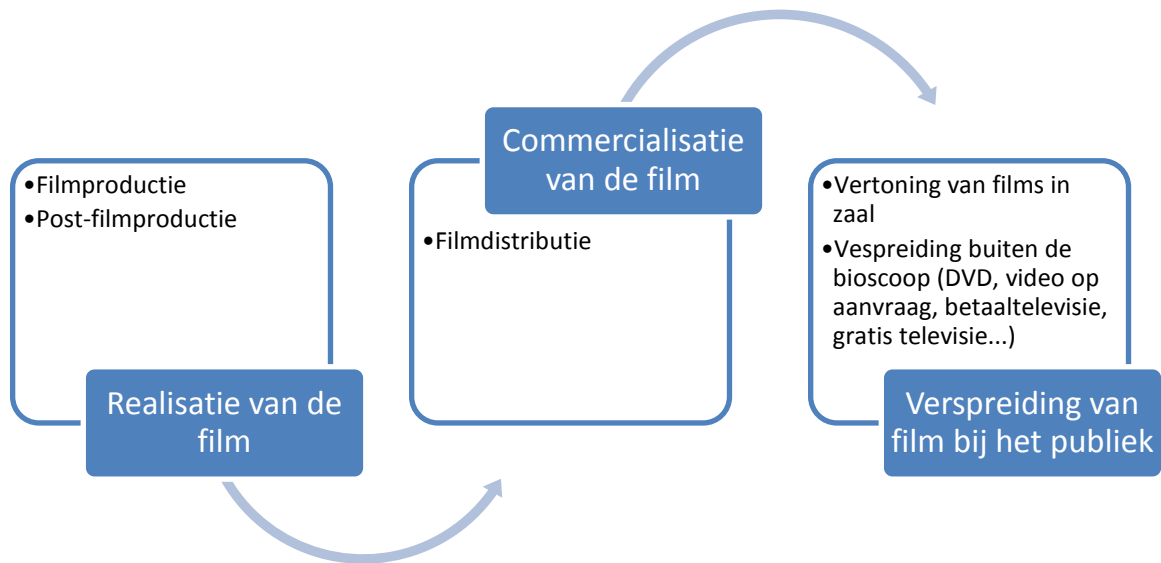
Het vierde deel van het onderzoek richt zich op de financiële situatie van de verschillende actoren in de industrie, door middel van een analyse van de rendabiliteit, de solvabiliteit en de liquiditeit.

⁶ http://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/2016io12_bma-pub.pdf

1. De filmindustrie in België

De filmindustrie is opgebouwd uit verschillende actoren: filmproducenten, film distributeurs, bioscoopuitbaters en andere verspreiders (zie schema 1). Voor we elke schakel in de keten gaan analyseren, moet eerst de vereenvoudigde aard van het schema⁷ en het theoretisch karakter van het filmtraject verduidelijkt worden. Het schema kan namelijk per film variëren in functie van eventuele horizontale en/of verticale concentraties van de sector. Een filmproducent kan bijvoorbeeld ook actief zijn in de distributie van films, waardoor hij geen beroep moet doen op een onafhankelijke distributeur.

Schema 1. De verschillende actoren van de filmindustrie



Bron: FOD Economie

⁷ De sectoren van de productie en post-productie van films kunnen een reeks van activiteiten omvatten, zoals de casting, het schrijven van een scenario, sound design, montage, mixage, animaties en speciale effecten... De distributiesector omvat ook diverse activiteiten met betrekking tot de commercialisatie van een film, zoals de marketing, contacten met de pers, het maken van kopieën en de distributie van de film.

1.1 De productie van films

De activiteiten op het vlak van de productie van films omvatten alle fasen van het ontwerp tot de realisatie van een filmoeuvre. Voor de producent komt het erop neer te waken over de haalbaarheid van het project in termen van financiering en het nodige personeel te zoeken om de film te kunnen realiseren (schrijvers, regisseurs, acteurs, technici ...). De producent bepaalt ook de logistieke aspecten (draailocaties en materiaal) en legt contacten met distributeurs die zullen zorgen voor de verspreiding van de film.

In 2013 telde België, volgens de meest recente beschikbare gegevens van Eurostat⁸, 2.213 ondernemingen met als hoofdactiviteit de productie (NACE 5911) en de post-productie (NACE 5912) van films en video- en televisieprogramma's⁹. 80 % daarvan was een productiebedrijf. Deze bedrijven hebben vaak zeer uiteenlopende juridische rechtsposities (NV, BVBA, VZW, zelfstandige, ...) en hun bedrijfsactiviteit kan zowel continu als occasioneel zijn. Van alle Belgische producenten is een groot aantal een onafhankelijke particuliere producent die één of meer langspeelfilms draaien per jaar of een geïsoleerde langspeelfilm gedurende een langere periode. De bedrijven opgenomen door Eurostat kunnen dus zowel productie- als post-productiebedrijven zijn met een geldig juridisch bestaan, maar die mogelijk geen bedrijfsactiviteit hadden gedurende het beschouwde jaar.

In 2013 hebben al deze Belgische bedrijven samen 2.753 personen te werk gesteld (FTE¹⁰) en behaalden ze een totale omzet van 1.309,2 miljoen EUR (meest recente beschikbare gegevens van Eurostat). In 2014 was 35,4 % van de omzet van de sector in handen van de tien grootste bedrijven in de sector¹¹ (30,1 % in 2013¹²). STUDIO 100, Umedia Productie en VIDEOHOUSE vormen de top 3 van deze bedrijven (met 18,2 % van de totale omzet van de sector in 2014)¹³. Deze resultaten kunnen uiteraard variëren van jaar tot jaar.

In België kende de filmproductie een hoge vlucht sinds de oprichting van de Tax Shelter in 2004. Deze fiscale stimulans, die bedrijven stimuleert om te investeren in de productie van films, liet toe van Belgische films te financieren, maar ook van internationale producties aan te trekken in België. Zo is het aantal films dat in België werd opgenomen meer dan verdubbeld sinds de invoering van de Tax Shelter (+150 % tussen 2003 en 2010 volgens een onderzoek in opdracht van Umedia¹⁴). Volgens informatie van

⁸ Eurostat, gedetailleerde jaarstatistieken over diensten (NACE rev. 2 H-N en S95).

⁹ De beschikbare statistische gegevens lieten niet toe om de productie en post-productie van films te scheiden van de gegevens van andere soorten film (video en tv-programma's).

¹⁰ Het aantal banen binnen de activiteit "productie van film, video- en televisieprogramma's" is mogelijk minder dan in werkelijkheid. Filmproductiebedrijven kunnen namelijk gebruik van interims of werknemers die tijdelijk actief zijn in de sector.

¹¹ De totale omzet van de sector werd berekend op basis van de omzetten in de jaarrekeningen, en wanneer deze niet beschikbaar waren, op basis van de omzetten in de btw-aangiften.

¹² Volgens de jaarrekeningen van ondernemingen neergelegd bij de Balanscentrale van de NBB, weging op basis van de totale omzet van de sector gepubliceerd op Eurostat (Jaarlijkse gedetailleerde statistieken over diensten -. NACE Rev. 2 H-N en S95).

¹³ Studio 100 produceert voornamelijk televisieprogramma's voor jongeren. Videohouse produceert films en programma's voor televisiemedia, maar het bedrijf is ook actief in de productie van films, documentaires en promotiespots. Umedia Production produceert verschillende soorten films, te weten langspeelfilms en kortfilms bedoeld voor de bioscoop, maar ook tv-series.

¹⁴ MORRENS Vincent en DE BRUYNE Marc Henri, "Resultaten van de studie van uMedia-Deloitte. De Tax Shelter : een zeer rendabele belegging voor de Staat".

de “Service général de l’Audiovisuel et des Multimédias”¹⁵, zijn de in België opgenomen kortfilms¹⁶ (die niet via het medium televisie verspreid worden) hoofdzakelijk Belgische producties. Langspeelfilms¹⁷ zijn daarentegen meestal coproducties, omkaderd door overeenkomsten. Er bestaan diverse akkoorden inzake co-productie tussen België en andere landen¹⁸. Deze overeenkomsten bieden een kader voor film gerelateerde relaties en moedigen de samenwerking tussen de verschillende partners aan. Deze overeenkomsten specificeren namelijk het deel van de financiële bijdragen van de coproductanten en de verplichte technische en artistieke participatie van die laatste. Bij gecoproduceerde langspeelfilms, erkend door de federatie Wallonië-Brussel, is het aandeel van de buitenlandse investeringen (gemiddeld 75 %) veel hoger dan van de Belgische investeringen. Voor kortfilms daarentegen (die niet via het medium televisie verspreid worden) is het Belgische aandeel¹⁹ hoger, met zo'n 83 % van de totale investeringen.

Bovendien werden twee maatregelen genomen om de productie van films verder te stimuleren. België heeft in 2004 allereerst het Europees Verdrag inzake coproductie van films goedgekeurd. Deze overeenkomst is specifiek gericht op het faciliteren van coproducties met ten minste drie Europese coproductanten uit drie verschillende landen. De overeenkomst definieert de regels voor coproducties, zoals onder meer, de gelijkstelling aan nationale films, de toelatingsmodaliteiten voor het coproductiesysteem, de verhoudingen van de respectievelijke bijdragen van de coproductanten, de rechten van de coproductanten, de technische en artistieke participatie en een evenwichtige uitwisseling. In januari 2015 werd het mechanisme van de Tax Shelter vereenvoudigd om de aantrekkelijkheid te vergroten en de Belgische filmproductie te stimuleren.

¹⁵ Er zijn momenteel geen statistieken beschikbaar over het totale aantal films geproduceerd door Belgische producenten. De gegevens in dit hoofdstuk hebben betrekking op Belgische Franstalige langspeelfilms en kortfilms uitgebracht in de zalen, die productiesteun hebben gekregen van de federatie Wallonië-Brussel en/of subsidies voor de verspreiding en premies voor kwaliteit. Deze gegevens zijn gebaseerd op informatie in het bezit van de “Service général de l’Audiovisuel et des Multimédias” van de federatie Wallonië-Brussel. Deze algemene dienst komt tussen op verschillende gebieden met betrekking tot het audiovisuele alsook in de cinemasector via het “Centre du Cinéma et de l’Audiovisuel” (CCA), waarvan het voornaamste doel het ondersteunen en bevorderen van audiovisuele werken is.

Service général de l’Audiovisuel et des Médias, ["Annuaire de l’audiovisuel 2011-2012"](#).

¹⁶ Een kortfilm is een film die minder dan 60 minuten duurt. Het zijn hoofdzakelijk onafhankelijke en experimentele films ongeacht de beoogde filmcategorie (documentaire, fictie, animatie, politieke film, enz.).

¹⁷ Een langspeelfilm is een film met een duur van meer dan 60 minuten.

¹⁸ Zeven coproductie-overeenkomsten verenigen onder meer België en de volgende landen: Frankrijk (sinds 1962), Duitsland (sinds 1964), Italië (sinds 1970), Israël (sinds 1971), Tunesië (sinds 1976), Canada (sinds 1984) en Zwitserland (sinds 1989). De federatie Wallonië-Brussel heeft ook coproductie-overeenkomsten ondertekend met Portugal (sinds 1993), Tunesië (sinds 1997), Marokko (sinds 2000), Italië (sinds 2000), Frankrijk (sinds 2004), Zwitserland (sinds 2008) en China (sinds 2012). De Vlaamse Gemeenschap heeft momenteel geen enkele co-productie-overeenkomst afgesloten. Maar er zijn besprekingen aan de gang voor een akkoord met Frankrijk. Dit zou kunnen leiden tot een akkoord in 2016. Bovendien hebben het “Vlaams Audiovisueel Fonds” en het “Nederland Filmfonds” uit Nederland een verdrag gesloten dat bepaalt dat elke partij een specifiek budget voorziet voor grote filmprojecten van de andere partij.

¹⁹ De Belgische investeringen in filmproductie omvatten eveneens diverse vormen van steun, hetzij regionaal, communautair of Europees, evenals bijdragen van het Tax Shelter.

Opmerkelijk in België is ook de coproductie-overeenkomst tussen het “Centre du Cinéma et de l’Audiovisuel” van de federatie Wallonië-Brussel en Het “Vlaams Audiovisueel Fonds” van de Vlaamse Gemeenschap. In het kader van die overeenkomst hebben de partijen zich ertoe verbonden om elk jaar vier langspeelfilms (genre “fictie”) en vier documentaires voorgesteld door de andere gemeenschap financieel te ondersteunen.

1.2 Filmdistributeurs

Distributeurs fungeren als tussenpersoon tussen filmproducenten en bioscoopuitbaters. Ze zijn, op contractuele basis, houder van de distributierechten van een film (in de bioscoop en/of op dvd en/of op televisie) voor een bepaalde regio en gedurende een bepaalde periode. Het contract tussen een distributeur en een uitbater bepaalt ook het bedrag dat de uitbater uitkeert aan de distributeur in ruil voor de overgedragen film. Dat bedrag is afhankelijk van het commerciële potentieel van de film, de afspeelperiode in de zalen, het aantal gebruikte zalen ... Het kan zijn dat de distributeur financieel tussen komt in de uitbrengkosten zoals bijvoorbeeld voor de kosten van de reclamecampagne, de transportkosten van de film, de ondertiteling of het maken van kopieën. Ten slotte behandelt de overeenkomst tussen de distributeur en de uitbater ook de toekomstige, volledige of gedeeltelijke, verspreiding van de film naar diverse media en zorgt dan ook dat de film zoveel mogelijk publiek kan bereiken (zie paragraaf 2.4).

In de praktijk bezorgen de producenten vanaf de start hun scenario aan de distributeurs, zelfs nog voordat de film is geproduceerd, voor een mogelijke vooraankoop. In geval van weigering, kunnen de producenten ook de distributierechten van hun film verkopen van zodra deze is geproduceerd. Met het oog hierop proberen ze distributeurs uit verschillende landen te ontmoeten tijdens filmfestivals of op internationale markten. Volgens het “Centre du Cinéma” worden slechts 20 % van de Belgische films aangekocht op basis van een scenario. Dat wordt immers als riskant voor de distributeurs beschouwd, omdat ze vaak worden gecoproduceerd met een televisiezender, wat de distributiemogelijkheden via andere media beperkt. Tenslotte is het ook mogelijk dat de producenten zelf de film verdelen in bioscopen of zelfs besluiten om dat enkel via andere media te doen, wat soms gebeurt wanneer de film bijvoorbeeld een laag commercieel potentieel heeft.

De distributie van films wordt uitgevoerd door verschillende soorten bedrijven:

- Buitenlandse distributiebedrijven, meestal filialen van Amerikaanse studio's (Warner Bros, Paramount en 20th Century Fox): zij verdelen voornamelijk Amerikaanse films;
- Distributeurs aangesloten bij een keten van zalen (zoals Belga Films, Kinopolis Film Distribution) en de distributeurs aangesloten bij een televisiezender (bijvoorbeeld RTBF);
- Belgische onafhankelijke distributeurs²⁰ (zoals ABC Distribution, Cinéart).

Volgens de laatst beschikbare statistieken van Eurostat²¹, telde België in 2013 199 bedrijven die de distributie van films, video- en televisieprogramma's als hoofdactiviteit hebben (NACE 5913). Die bedrijven stelden in totaal 216 personen in FTE te werk en realiseerden een totale omzet van 226,7 miljoen EUR²². In 2014 was 36,1 % van de omzet van de sector in handen van de drie grootste bedrijven

²⁰ Het betreft distributeurs die onafhankelijk zijn van een industriële, financiële of audiovisuele groep (actief in de sector uitbating van bioscopen en/of téléistributie, en niet gerelateerd aan een niet-Europese distributeur).

²¹ Eurostat, gedetailleerde jaarstatistieken over diensten (NACE rev. 2 H-N en S95).

²² De beschikbare statistieken lieten niet toe om filmdistributie te scheiden van de gegevens van andere soorten films (video, DVD en televisieprogramma's). Op basis van informatie van het “Centre du Cinéma et de l’Audiovisuel” blijkt niettemin dat het aantal filmdistributeurs in België ongeveer 50 zou zijn.

in de sector²³ (33,8 % in 2013²⁴). Dat zijn “The Walt Disney Company (Benelux)”, “Belga-Films” en “Twentieth Century Fox Film België”. Van de distributiebedrijven, opgenomen door Eurostat, oefenen sommigen een continue activiteit en sommigen een occasionele activiteit uit. De distributie door sommige producenten gebeurt op haar beurt meer sporadisch.

1.3 De uitbating van bioscoopzalen

Via de vertoning van films in bioscoopzalen wordt de verspreiding onder het publiek verzekerd. De uitbating van bioscoopzalen is georganiseerd rond twee circuits, te weten een zogenaamd "commercieel" circuit met grote groepen zoals Kinopolis of Utopolis en een zogenaamd "filmhuis" circuit ("arthouses") met meestal kleinere complexen die voornamelijk auteursfilms en kortfilms programmeren. Sommige bioscopen, vooral lokale vestigingen, kunnen aanwezig zijn in de twee circuits en verspreiden dus zowel commerciële als "arthouse" films.

Na grote veranderingen gekend te hebben in de loop van de laatste dertig jaar, is de Belgische cinema momenteel in een fase van volwassenheid beland, net zoals de Europese cinema. Sterker nog, de vele multiplexbioscopen zijn nu goed ingeburgerd in België en alle Belgische bioscopen zijn gedigitaliseerd (zie hoofdstuk 2).

Volgens de laatst beschikbare statistieken van Eurostat²⁵, telde België in 2013 116 bedrijven actief in de vertoning van films of videobanden (NACE 5914)²⁶. Deze bedrijven stelden in totaal 628 personen te werk in FTE en realiseerden een totale omzet van 249,9 miljoen EUR. In 2014 vertegenwoordigde de Kinopolis Group alleen al 49,5 % van de omzet van de sector. Samen met U.G.C. Belgium (7,8 % van de totale omzet van de sector) en Imagix (5,8 %), behoren ze tot de belangrijkste ondernemingen van de sector²⁷.

Deze schakel in de keten zal grondig geanalyseerd worden in de volgende hoofdstukken.

²³ De totale omzet van de sector werd berekend op basis van de omzetten verkregen uit de jaarrekeningen en wanneer deze niet beschikbaar waren, op basis van de omzetten uit de btw-aangiften.

²⁴ Volgens de jaarrekeningen van ondernemingen neergelegd bij de Balanscentrale van de NBB, weging op basis van de totale omzet van de sector gepubliceerd op Eurostat (Jaarlijkse gedetailleerde statistieken over diensten - NACE Rev. 2 H-N en S95).

²⁵ Eurostat, gedetailleerde jaarstatistieken over diensten (NACE rev. 2 H-N en S95).

²⁶ De activiteiten nomenclatuur NACE 5914 omvat de bedrijven die actief zijn in de vertoning van films of videobanden in bioscopen, in openlucht of op andere plaatsen waar filmvertoningen mogelijk zijn, alsook de activiteiten van filmclubs.

²⁷ De totale omzet van de sector werd berekend op basis van de omzetten verkregen uit jaarrekeningen en, wanneer deze niet beschikbaar waren, op basis van omzetten uit de btw-aangiften.

1.4 De verspreiding van films buiten de bioscoop

De verspreiding van een film in bioscopen en via andere media (dvd-verkoop/-verhuur, video op aanvraag, gratis televisie en betaaltelevisie) is georganiseerd volgens een bepaalde chronologie van media²⁸. Deze chronologie bepaalt de volgorde en de tijdsduur van de commercialisatie van verschillende producten die voortvloeien uit een filmoeuvre. Er moet namelijk een bepaalde tijd verstrijken tussen de vertoning van een film in de bioscoop en de commercialisatie via andere vormen (DVD, video op aanvraag, verspreiding via televisie, ...) zodat de verschillende verdelers (bioscopen, aanbieders van video op aanvraag, televisiezenders ...) hun distributierechten maximaal kunnen gebruiken. De "federatie van cinema's van België" benadrukt ook dat het succes van de commerciële fase van een film buiten de bioscoop afhankelijk is van de cinematografische carrière van de film. Dat is waarom het concept van chronologie van media zijn belang heeft.

Er is geen nationale regelgeving in België met betrekking tot de chronologie van media. Maar in de federatie Wallonië-Brussel bestaat er een decreet van 26 maart 2009 betreffende audiovisuele mediadiensten. In dat decreet wordt verduidelijkt dat "de RTBF en de redactie van televisiediensten een film niet mogen uitzenden buiten de overeengekomen perioden met de rechthebbenden".

Op 23 maart 2012 heeft het overlegcomité van het "Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel"²⁹ een aanbeveling, en dus de te volgen beginselen, gedaan met betrekking tot de chronologie van media om de verspreiding van werken te verbeteren. Maar deze aanbeveling geldt alleen voor Belgische films met ten minste één producent van de federatie Wallonië-Brussel. In die aanbeveling wordt gepreciseerd dat elke distributiewijze een bepaalde exploitatieperiode heeft voor het audiovisueel werk. Deze exploitatieperiode kan pas beginnen de dag na het einde van de exploitatietijd van het vorige medium.

In de praktijk hebben de verschillende filmdistributeurs een informele overeenkomst afgesloten, een zogenaamd "gentlemen's agreement", grotendeels gebaseerd op gelijkaardige overeenkomsten in de buurlanden. Het doel is om grensoverschrijdende concurrentie tussen de verschillende distributieproducten te beperken. Dankzij deze overeenkomst kan bijvoorbeeld de Franstalige DVD-release gesynchroniseerd worden in België en Frankrijk om zo de parallelle invoer van deze producten te voorkomen.

De laatste jaren blijft deze chronologie van media steeds veranderen met steeds kortere exploitatieperiodes. Dit verschijnsel kan onder meer verklaard worden door de komst van nieuwe media zoals video op aanvraag en nu video op aanvraag met abonnement. Volgens de "Federatie van cinema's van België" was de exploitatietijd van bioscopen in 2005 6 maanden. Momenteel is het beperkt tot 4 maanden. Daarna kan een film uitgebracht worden op DVD of video op aanvraag. Op betaaltelevisie kan een film zes maanden na de release op DVD aangeboden worden. Een jaar later kan de film gratis bekeken worden op de televisie.

²⁸ Dit hoofdstuk is niet van toepassing op B-films, te weten films die niet in de bioscoop worden vertoond, maar die verspreid worden via video op aanvraag of via televisie.

²⁹ Op verzoek van de minister die verantwoordelijk is voor het audiovisuele geeft dat overlegcomité adviezen over het beleid met betrekking tot de productie en de distributie van films en audiovisuele stukken.

1.5 Concentraties in de industrie³⁰

1.5.1 Verticale concentraties

Een belangrijk kenmerk van de filmindustrie is de aanwezigheid van een verticale concentratie (of verticale integratie) van verschillende activiteiten van de sector. Een dergelijke concentratie zien we meestal bij grote audiovisuele groepen en cinemagroepen, zowel op nationaal vlak als op wereldvlak. Velen van hen zijn actief in de verschillende schakels van de filmindustrie, hetzij de productie, de distributie, de exploitatie, het uitbrengen van DVD's of het verspreiden via verschillende media. Distributie- of exploitatiebedrijven worden bijvoorbeeld stroomopwaarts geïntegreerd bij het ontwikkelen van filmproductie-activiteiten. Productiestudio's kunnen eveneens stroomafwaarts worden geïntegreerd via de oprichting of overname van een distributie- of exploitatiedochteronderneming. Dankzij deze verticale integratie kunnen de belangrijke filmgroepen hun afhankelijkheid van de verschillende spelers in de industrie verminderen, en zelfs in sommige gevallen de distributie van films via diverse media controleren.

Deze trend van verticale integratie is vooral sterk aanwezig in de Verenigde Staten, waar enkele grote spelers de markt vrijwel volledig domineren. Door de hoge concentratie van de productie- en distributieactiviteiten van deze grote Amerikaanse studio's staan zij sterk in de gehele sector. Deze grote spelers zijn zelf gediversifieerd in andere sectoren, zoals, bijvoorbeeld, de uitgeverijsector (DVD), de sector van multimedia (verspreiding via internet) en de sector van het audiovisuele (TV, radio). Bovendien heeft deze Amerikaanse industrie ook de bijzonderheid van aanwezig te zijn in de hele wereld dankzij deze distributie- en uitgeverijactiviteiten. The Walt Disney Company is bijvoorbeeld even goed actief in de productie en distributie van films als in media (televisie en radio), multimedia (videogames, nieuwe internet-gerelateerde technologieën), afgeleide producten en pretparken.

Op Europees en op nationaal niveau zien we eveneens verschijnselen van verticale integratie binnen de gehele industrie. In België is de Kinopolis Group bijvoorbeeld, naast zijn activiteiten van bioscoopuitbating, sinds 1997 actief in de distributie van nationale en internationale films in België en Luxemburg (Kinopolis Film Distribution NV - KFD). Bovendien werkt de groep ook samen met de Nederlandse filmproducent "Dutch FilmWorks" voor de distributie van films in Nederland. Andere belangrijke activiteiten van Kinopolis Group zijn "in-theatre sales", namelijk de verkoop van drankjes, snacks en merchandising in bioscoopcomplexen, het organiseren van B2B-evenementen, het beheer van onroerend goed en reclame op het scherm (100 % aandeelhouder van het reclamebureau "Brightfish NV" sinds december 2011).

In België zien we ook veel verticale integratie op kleinere schaal. Dat is met name het geval bij "Artemis Productions", dat documentaires, langspeelfilms en kortfilms produceert en coproduceert, maar dat sinds 2015 ook de bioscoop "Le Palace" in Brussel uitbaat, een complex met vier zalen met voornamelijk Belgische en Europese "arthousefilms". Het bedrijf "Lumière Publishing" is actief in de productie van kortfilms, animatiefilms en fictiefilms, maar ook in de distributie van Europese films in bioscopen in België en Nederland. "Lumière Publishing" is eveneens de dvd-distributeur van Scandinavische misdaadseries en van enkele Belgische films, en baat eveneens de "Cinema Lumière" in Brugge uit sinds 2011. Tot slot zijn de Belgische televisiezenders ook zeer actief in coproducties met onafhankelijke producenten.

³⁰ De concentratie definieert een toestand van een sector of branche waar het aantal bedrijven relatief klein is, en waarvan sommige een dominante plaats innemen op de markt. Deze concentratie is het gevolg van de uitbreiding van de activiteiten van een aantal bedrijven en het wegwerken van een aantal van hun concurrenten, door middel van verschillende factoren: een interne groei van activiteiten, fusie, overname, participatie, onderbrenging van activiteiten bij dochtermaatschappijen...

1.5.2 Horizontale concentraties

De filmindustrie wordt ook gekenmerkt door verschijnselen van horizontale concentratie. De sector vertoont namelijk een beperkt aantal bedrijven per schakel, waardoor deze bedrijven kunnen genieten van schaalvoordelen en hun onderhandelingspositie kunnen verbeteren ten opzichte van leveranciers en klanten³¹. In Europa, maar ook in België, is de filmindustrie veel minder horizontaal geconcentreerd dan in de Verenigde Staten, waar met name de grote spelers de productie- en distributieactiviteiten domineren. In Europa, vertegenwoordigen enkele groepen een groot deel van de omzet van de sector, maar zijn ook een groot aantal kleinere spelers actief in deze sectoren. Het uitbaten van bioscopen is meer geconcentreerd per geografisch gebied dan bij distributie- of productieactiviteiten. In België vertegenwoordigen de 5 grootste producenten en post-producenten in 2014 25,7 % van de totale omzet van de sector en de 10 grootste producenten zo'n 35,4 %. Op het vlak van distributie, vertegenwoordigt de top 5 54,6 % van de omzet van de sector in 2014. De sector van de uitbating van bioscopen wordt op zijn beurt gedomineerd door de Kinopolis Group, die iets minder dan 40 % van de beschikbare plaatsen bezit (schatting van het "Centre du Cinéma" op basis van gegevens van 2010) en die bijna 50 % van de totale omzet van sector realiseert (gegevens van 2014)³².

Sommige bedrijven in de sector combineren zowel strategieën van verticale integratie als van horizontale concentratie. Dat is bijvoorbeeld het geval bij de Kinopolis group die het grootste aantal zalen en bioscoopcomplexen in België heeft, en ook zijn operationele activiteiten in andere Europese landen uitbreidt (Frankrijk, Spanje, Nederland ...). De groep neemt eveneens deel aan andere activiteiten van de filmindustrie, voornamelijk de distributie van films.

1.5.3 Verklarende factoren voor deze concentraties

Het verschijnsel van horizontale en verticale concentratie in de filmindustrie laat toe aan bepaalde bedrijven om te groeien en activiteiten van andere schakels in de sector op zich te nemen. De aanwezigheid van deze geïntegreerde bedrijven is te verklaren door de onzekere natuur van filmoeuvres en de behoefte van bedrijven om zich te beschermen tegen de risico's gelinkt aan hun bedrijfsactiviteit.

Film is inderdaad een uniek product waarvan de economische waarde en dus ook de prijs onafhankelijk is van de initiële, relatieve hoge en meestal vaste, productiekosten. De economische waarde hangt volledig af van het succes in de zalen, dus van de waardering van het publiek. Producenten kunnen de prijzen dus niet beïnvloeden, en proberen daarom het publiek te overtuigen door de film af te spelen op zoveel mogelijk schermen en door een agressieve manier van reclamevoering. Bovendien is de verkoopprijs van de film voor andere markten, zoals televisie, eveneens niet afhankelijk van de kosten van de film, maar ook van het succes in de zalen, en dus van het potentiële publiek. De bioscoopuitbaters moeten ook hoge vaste kosten in acht nemen (personeel, huur, materialen en apparatuur voor de projectie ...), ongeacht of de film nu succesvol is of niet. De aanwezigheid van hoge vaste kosten in de verschillende schakels van de filmindustrie en de onzekere aard van de cinemaactiviteit maken dat deze sector bijgevolg wordt gekenmerkt door een hoge kans op falen. Dat risico moedigt de horizontale integratie aan, in de mate dat bedrijven uitbreiden om meer films te kunnen produceren, distribueren en/of exploiteren, waardoor risico's gebundeld kunnen worden (mislukkingen worden gecompenseerd door succesvolle projecten). Verticale integratie in de audiovisuele sectoren laat eveneens toe van garanties te bieden met betrekking tot de toekomstperspectieven van de film.

³¹ In België moet elke bioscoopmaatschappij, die wil expanderen via een overname of aankoop, verplicht de goedkeuring vragen aan de "Belgische Mededingingsautoriteit". De concentraties die bij deze instantie moeten worden gemeld, moeten bepaalde niveaus van omzet bereiken. Voor meer informatie hierover, zie Belgische Mededingingsautoriteit, "[Concentrations](#)".

³² Eurostat, gedetailleerde jaarstatistieken over diensten (NACE rev. 2 H-N en S95) en de jaarrekeningen van de bedrijven.

Tegenover al deze onzekerheden heeft de Amerikaanse filmindustrie vooral grote geïntegreerde groepen ontwikkeld, wat de concurrentie in de sector sterk verminderd heeft. Europa heeft anders gereageerd op die problematiek en heeft gekozen voor overheidssteun om de economische risico's van de activiteit te verminderen. In Europa werden ook de publieke televisiezenders betrokken bij de productie van nationale films om de verspreiding ervan te waarborgen. Dit Europese systeem heeft aldus toegelaten om de productie van onafhankelijke, meer culturele films te ondersteunen.

1.5.4 Concentratiegraad

De analyse van de concentratiegraad van de filmindustrie werd uitgevoerd op basis van gegevens uit de jaarrekeningen van ondernemingen, neergelegd bij de Balanscentrale van de NBB. De meest recente statistieken dateren van 2014 en worden voorgesteld vanaf 2000. Er wordt een vergelijking gemaakt van de graad van concentratie van de sector van de uitbating van bioscoopzalen met deze van twee andere schakels. De vergelijking wordt geïllustreerd door de concentratiegraden C1 tot C10, waarbij C1 staat voor het aandeel van het grootste bedrijf in de totale omzet van de sector³³. C2 tot C10 vertegenwoordigen op hun beurt het aandeel van het tweede tot het tiende grootste bedrijf in de totale omzet van de sector.

Deze concentratiegraad wordt ook aangevuld met de Herfindahl-Hirschman Index (HHI), berekend op basis van de kwadraten van de marktaandelen van alle ondernemingen in de sector. Wanneer de berekening wordt uitgevoerd op basis van het marktaandeel zonder percentage (bijvoorbeeld 49,5 % wordt dus 49,5), wordt het resultaat met een factor van 10.000 verhoogd³⁴. Deze alternatieve berekening laat toe de resultaten te interpreteren op basis van een schaal toegepast door het Ministerie van Justitie in de Verenigde Staten³⁵ waarbij een waarde van minder dan 1.000 betekent dat de sector niet of weinig geconcentreerd is. Een score tussen 1.000 en 1.800 betekent dat de sector matig geconcentreerd en een score boven 1.800 betekent dat de sector sterk geconcentreerd is.

De uitbating van bioscopen (NACE 5914) kwam tevoorschijn als een sterk geconcentreerde sector gedurende de periode 2000-2014 (zie gedetailleerde gegevens in bijlage 1). In 2014 steeg de Herfindahl-Hirschman Index (HHI) tot 2.588. Bovendien, vertegenwoordigden de vijf grootste ondernemingen in de sector (C5) een gezamenlijk marktaandeel van 71,4 % in 2014.

Met een HHI van respectievelijk 174 en 536 in 2014, waren de sectoren productie/post-productie (NACE 5911-5912) en distributie van films (NACE 5913) slechts in beperkte mate geconcentreerd³⁶.

³³ Van 2008 tot 2013 wordt de totale omzet van de drie sectoren geanalyseerd op basis van gegevens van Eurostat (gedetailleerde jaarstatistieken over diensten - NACE Rev. 2 H-N en S95). Omdat deze gegevens voor de periode 2000-2007 en voor 2014 niet beschikbaar zijn, werd de totale omzet van de sectoren gebruikt zoals geraamd door de AD Statistiek – Statistics Belgium van de FOD Economie. Dat werd berekend op basis van de omzetten uit de jaarrekeningen en wanneer deze niet beschikbaar waren, op basis van de omzetten uit de btw-aangiften.

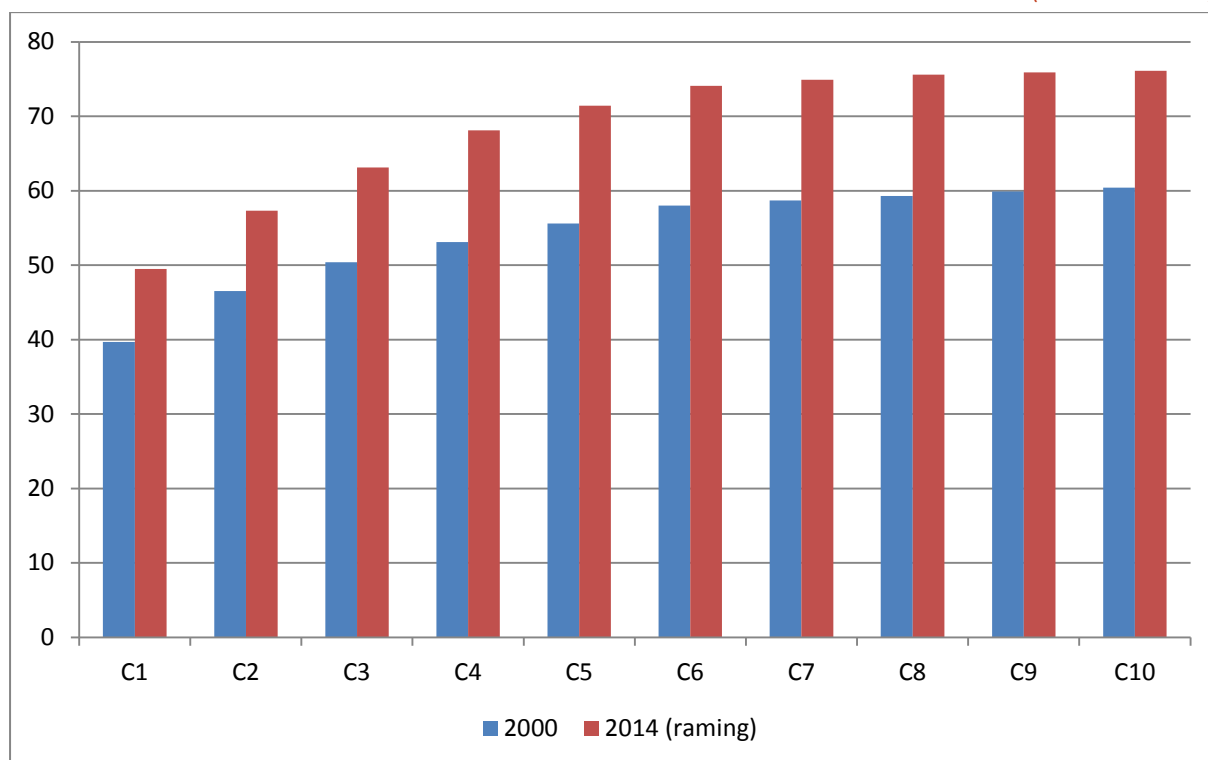
³⁴ In dit kader is de index gelijk aan 10.000 wanneer de sector slechts een speler telt. Indien de sector verschillende spelers telt en deze ongeveer gelijkaardige marktaandelen bezitten, benadert de index 0.

³⁵ U.S. Department of Justice, "[Concentration and Market Shares](#)".

³⁶ De concentratiegraad in de sector van de productie/post-productie van films en in sector van de distributie kan teruggevonden worden in tabellen 2 en 3 van bijlage 1 "Concentratiegraad in de filmindustrie".

Grafiek 1. Concentratiegraad van de sector uitbating van bioscoopzalen (NACE 5914)

(In % van de omzet)



Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Naast de hoge concentratie binnen de sector tonen de resultaten ook de aanwezigheid van een dominante speler in de sector van de uitbating van bioscoopzalen. Volgens de jurisprudentie van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen³⁷, bestaat er een vermoeden van een machtspositie³⁸ van een bedrijf wanneer dat bedrijf een marktaandeel van meer dan 50 % bezit. Het marktaandeel (op basis van de omzet) van de grootste groep op vlak van de uitbating van bioscoopzalen, met name Kinopolis Group, bedraagt bijna 50 %. Volgens de Belgische Mededingingsautoriteit bestaat er wel degelijk een machtspositie van de beschouwde speler, te verklaren door de grootte van zijn marktaandeel in de periode 2000 tot 2014, maar ook door een aantal andere factoren, zoals bijvoorbeeld:

- De relatieve stabiliteit van de infrastructuur van bioscoopcomplexen sinds 1990, met betrekking tot het aantal zalen en zitplaatsen;

³⁷ Europese Commissie, "[Arrest van het hof van 13 februari 1979. Hoffmann-La Roche & Co. AG tegen de Commissie van de Europese Gemeenschappen](#)".

³⁸ Volgens artikel 86 van het verdrag van de Commissie Europese Gemeenschappen: "Een machtspositie is een economische machtspositie welke een onderneming in staat stelt de instandhouding van een daadwerkelijke mededinging op de relevante markt te verhinderen en het haar mogelijk maakt zich jegens haar concurrenten, haar afnemers en, uiteindelijk, de consumenten, in belangrijke mate onafhankelijk te gedragen. Zulk een positie sluit de aanwezigheid van een zekere mate van concurrentie niet uit maar stelt het betrokken bedrijf in staat de voorwaarden waaronder bedoelde mededinging zich zal ontwikkelen, zo al niet te bepalen, dan toch aanmerkelijk te beïnvloeden en biedt haar in ieder geval ruimschoots - en zonder dat zulks haar nadeel berokkent - de gelegenheid zich bij haar gedrag aan de concurrentie niet gelegen te laten liggen."

- Het belang van het marktaandeel van de Kinopolis Group (uitgedrukt in termen van het aantal zalen en stoelen³⁹), rekening houdend met de bioscopen gevestigd in stedelijke en peri-urbane gebieden;
- Het nog steeds zeer lage marktaandeel van de belangrijkste concurrenten;
- Het uitbaten van zalen met weinig of geen geografisch spreiding door de belangrijkste concurrenten van Kinopolis;
- De verticale integratie van Kinopolis ten opzichte van de markt voor reclame (via het quasi monopolie van “Brightfish” met 92 %) en de distributie van films (via de belangrijkste distributeur van Vlaamse films, KFD), die haar machtspositie eveneens versterkt.

Bovendien wordt de sector, naast de sterke concentratie, ook gekenmerkt door hoge toetredingsdrempels. Daarenboven kent de sector een aantal groeibelemmingen, waardoor het moeilijk is om een nieuwe complexen op te richten. De Belgische Mededingingsautoriteit verwijst aldus naar het belang van investeringen die nodig zijn voor de bouw van onder andere gebouwen en parkings, maar ook naar de administratieve belemmingen, zoals het verkrijgen van bouwvergunningen en de zoektocht naar een geschikte locatie. Het proces om een nieuw bioscoopcomplex uit te bouwen kan aldus enkele jaren duren. Deze belangrijke investeringen zijn eveneens risicovoller op een geconcentreerde en (bijna) verzadigde markt. Bovendien verbieden sommige lokale autoriteiten de oprichting van meer dan één bioscoopcomplex op hun grondgebied. Dat is bijvoorbeeld het geval in de gemeenten Aarschot, Mechelen, Turnhout en Lommel.

Ten slotte is het netwerk van bioscopen van Kinopolis verspreid en tegelijkertijd onderling verbonden. Daardoor bezit het dus een groot marktaandeel, zowel op nationaal als op lokaal niveau, waardoor de groep kan profiteren van schaalvoordelen, en waardoor de toetredings- en uitbreidingsdrempels voor de concurrenten verhogen. Bovendien versterkt de verticale integratie van Kinopolis, onder andere in het domein van de distributie (via KFD), eveneens haar machtspositie, vooral in Vlaanderen.

Ondanks de machtspositie van Kinopolis en de bestaande toetredingsdrempels, breidden sommige complexen (zoals UGC, Utopolis en Acinapolis Siniscoop Eurocoop) hun netwerk in de afgelopen jaren uit, zowel in Vlaanderen als Wallonië. Het marktaandeel van de UGC Group kende een bijna continue groei in de periode 2000-2014.

1.6 De subsidies in de sector

De filmindustrie staat er om bekend een relatief sterk gesubsidieerde industrie te zijn. Desalniettemin is het te kort door de bocht om aan te nemen dat elke schakel binnen deze industrie in dezelfde mate geniet van dergelijke overheidssteun. Zo berekende de Europese Commissie dat ongeveer 70 % van de financiële steun aan de filmsector op nationaal niveau bij de producenten terechtkomt⁴⁰. De bedoeling van volgend hoofdstuk bestaat er dan ook in om te proberen na te gaan op welke overheidssteun de verschillende schakels van de filmindustrie beroep kunnen doen. Aangezien de inventarisatie van de verschillende steunmaatregelen niet evident is, moet het onderstaand overzicht als niet exhaustief beschouwd worden.

³⁹ Volgens analyses van de Belgische Mededingingsautoriteit (maart 2016), vertoont de concentratie van de lokale markten in Vlaanderen en Brussel een versterking van de machtspositie van de Kinopolis group. Zo wordt bijvoorbeeld de HHI geschat op ongeveer [5.000-6.000] voor Brussel, Lommel en Mechelen, maar kan oplopen tot [6.000-7.000] in Hasselt en zelfs tot [7.000-8.000] in Leuven.

⁴⁰ De Europese Commissie roept dan ook op om meer in te zetten op distributie en promotie van Europese films.

1.6.1 Steun aan productie

Federaal niveau

De Taks Shelter is een constructie, ingevoerd door de Federale Overheid in 2004, waarbij audiovisuele en cinematografische producties aangemoedigd en ondersteund worden door een samenwerking van de filmproductiesector en de privésector. Beide partijen halen in belangrijke mate voordeel uit dit systeem. De productiebedrijven kunnen op deze wijze er in slagen om de nodige financiële middelen makkelijker bijeen te krijgen. De vennootschappen die investeren in deze producties verkrijgen op hun beurt een fiscale vrijstelling van hun belastbare gereserveerde winst tot wel 150 % van het bedrag dat zij in België investeren in dergelijke producties, met een maximum van 750.000 EUR. Deze fiscale stimulans vormt echter wel voorwerp van een aantal wettelijke voorwaarden⁴¹.

Regionaal en lokaal niveau

Ook op regionaal niveau kunnen filmproducenten bij allerhande instanties terecht voor het verkrijgen van financiële steun voor de realisatie van hun producties. De Federatie Wallonië-Brussel ondersteunt via le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel Franstalige audiovisuele en cinematografische producties. Het Waalse Gewest en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest helpen de sector ook vooruit via het investeringsfonds Wallimage/Bruxellimage. De Vlaamse Gemeenschap ten slotte geeft financiële steun aan de audiovisuele industrie via het Vlaams Audiovisueel Fonds en Screen Flanders, welke in 2012 gelanceerd werd en waarmee het Vlaams Gewest Belgische filmproducenten een financieel duwtje in de rug wou geven.

Op lokaal niveau bieden verschillende steden, gemeenten en provincies steun aan de filmindustrie (Vb. <http://www.agencedufilm.be>).

Europese niveau

Het MEDIA Programma werd door de Europese Commissie uitgewerkt waardoor filmproducenten ook op Europees niveau aanspraak kunnen maken op financiële ondersteuning. Dit MEDIA Programma is een project dat bestaat sinds 1991 en omvat opeenvolgende meerjarige programma's. Het MEDIA Programma biedt verschillende vormen van ondersteuning onder meer aan kleine productiehuizen. Het grootste gedeelte van de steun beoogt evenwel de distributie en de promotie van de Europese films in de wereld te bevorderen. Nadat het MEDIA⁴² Programma 2007-2013 afliep werd op 1 januari 2014 een nieuw 7-jarig subsidieprogramma gelanceerd door de Europese Commissie genaamd Creative Europe⁴³.

1.6.2 Steun aan distributie

Federaal en regionaal niveau

Voor zover bekend verlenen noch de federale overheid noch de Vlaamse overheid aan de distributiesector, dit werd ons ook bevestigd door de Federatie van cinema's van België. De federatie Wallonië-Brussel biedt financiële steun aan distributeurs van audiovisuele producties via subsidies uitgereikt door la Commission d'aide aux Opérateurs Audiovisuels. Deze subsidies zijn echter wel

⁴¹ Deze wettelijke voorwaarden kunnen teruggevonden worden op [Taxshelter.be](http://www.taxshelter.be).

⁴² Acroniem voor Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle.

⁴³ Dit programma, met een totaal budget van 1,5 miljard EUR, heeft als doelstelling om de distributie en promotie van Europese films te ondersteunen en de Europese films ook voorbij de landsgrenzen bekend te maken.

verbonden aan bepaalde voorwaarden⁴⁴ waardoor momenteel slechts vier distributeurs erkend worden voor steun⁴⁵.

Europese niveau

Net als voor de productieschakel biedt het MEDIA Programma steun aan de distributie van Europese audiovisuele werken. Voor de distributie van Europese films kunnen distributeurs een subsidie bekomen bestemd om te worden geherinvesteerd in de coproductie, verwerving van rechten of distributie van andere Europese producties. Daarenboven zet het programma distributeurs via financiële incentives aan om te investeren in publiciteit voor en promotie van Europese films.

1.6.3 Steun aan exploitatie

Federaal en regionaal niveau

Op regionaal niveau zijn er aanzienlijk verschillen in de financiële steun geleverd door de overheden. Brusselse arthouse cinemazalen verkrijgen bijvoorbeeld steun van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, maar de COCOF (Commission communautaire française de la Région bruxelloise) en de federatie Wallonië-Brussel zelf doet dat ook⁴⁶ ⁴⁷. Net als voor de distributiesector verleent noch de federale overheid noch de Vlaamse overheid steun aan de exploitatiesector.

Voor de digitalisering van de bioscoopzalen werden op regionaal niveau, in het verleden subsidierondes opgezet om cinemazalen te ondersteunen bij deze grote investering. Hier wordt verder op ingegaan in hoofdstuk 2.4.1. Op lokaal niveau verkrijgen sommige cinemazalen steunbijdragen van de stedelijke of gemeentelijke overheden (vb. stad Gent).

⁴⁴ Deze voorwaarden kunnen terug gevonden worden op : Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les distributeurs](#) ».

⁴⁵ Cinéart, Imagine Film Distribution, O'Brother Distribution en Le Parc Distribution.

⁴⁶ Concreet biedt de federatie Wallonië-Brussel financiële steun aan arthouse bioscoopexploitanten via subsidies uitgereikt door la Commission d'aide aux Opérateurs Audiovisuels. Cinemazalen moeten aan bepaalde criteria voldoen in zake aantal vertoonde lokale films en vertoning van arthouse films om in aanmerking te komen voor deze subsidies. Meer info zie : Service général de l'Audiovisuel et des Médias, "[Les exploitants de salles art et essai](#)".

⁴⁷ In 2015, ondersteunde het "Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel" 11 arthouse-bioscoopuitbaters (5 programmaovereenkomsten voor 5 jaar en 6 overeenkomsten voor 2 jaar) voor een totaal bedrag van 915.000,00 EUR. De uitbaters van bioscoopzalen die worden gesubsidieerd in het kader van een tweejarige overeenkomst zijn: Le Parc Charleroi (Quai de l'Image), Vendôme, Cinéma Galeries, Les Grignoux Namen, Le Styx, Cinéma Aventure. De uitbaters die worden gesubsidieerd in het kader van een vijfjarige programmaovereenkomst zijn: Les Grignoux Luik, Plaza Art, Nova, Actor's Studio, Flagey.

Europese niveau

In het kader van de Europese subsidiëring van de exploitatiesector staat de organisatie Europa Cinemas centraal. Europa Cinemas werd in 1992 opgericht in het kader van het MEDIA Programma en vormt ook een onderdeel van het huidige programma Creative Europe. In België worden de uitbaters van bioscoopzalen direct ondersteund door Europa Cinemas. Cinema's die minstens 50 % Europese producties vertonen kunnen aanspraak maken op deze Europese hulp⁴⁸.

Digitalisering bioscoopzalen

In 2011 besliste het Europese Parlement dat kleine cinemazalen moesten ondersteund worden bij de transitie naar digitalisering aangezien zij, in tegenstelling tot grote multiplexen, de kost hiervan moeilijk kunnen dragen. Het Europees Parlement verwees hierbij onder meer naar de rol van het MEDIA Programma. Specifiek voor de digitalisering van zalen voorzag het MEDIA programma 2007-2013 vanaf 2011 tijdelijk financiële steun voor de aanschaf van digitale uitrusting van bioscopen, waarbij voornamelijk bioscopen die recente Europese films vertonen in aanmerking kwamen. Volgens de Federatie van cinema's in België hebben de subsidies toegekend aan bepaalde Belgische bioscopen voornamelijk betrekking op de aankleding van de bioscopen (airconditioning, bedrading, extra kosten ...) en niet op digitale apparatuur. De subsidies kunnen variëren van 500 tot 10.000 EUR per zaal, wat een relatief beperkte steun is rekening houdend met de totale kosten van de digitalisering (ongeveer 70.000 tot 80.000 EUR). Bepaalde actoren boden ook andere financiële steun aan om de digitalisering van sommige uitbaters te bevorderen. Hier wordt verder op ingegaan in hoofdstuk 2.4.1.

⁴⁸ Hierbij, als voorbeeld, de Belgische uitbaters die lid zijn van Europa Cinemas die werden gesteund in 2013: Cartoon's (Antwerpen), L'Ecran (Aat), Lumière (Brugge), Actor's Studio (Brussel), Aventure (Brussel), Vendôme (Brussel), Galeries (Brussel), La Vénerie (Brussel), Le Parc (Charleroi), Buda Kunstcentrum (Kortrijk), Sphinx (Gent), Studio Skoop (Gent), L'Etoile (Geldenaken), Le Churchill (Luik), Sauvenière (Luik), Le Parc (Luik), Zed (Leuven), Plaza Art (Bergen), Forum (Namen), Cine Centre (Rixensart), Ciné Versailles (Stavelot).... In 2015 telde het netwerk van Europa Cinemas 24 Belgische zalen, waarvan twee nieuwe. De financiële steun aan de Belgische bioscopen voor hun programmering bedroeg in totaal 299.754 EUR in 2015. Zie Europese Commissie, "[Nieuwe Europese filmstrategie om culturele diversiteit en concurrentievermogen in digitale tijdperk nieuwe impuls te geven](#)".

2. Dynamiek en structuur van de sector uitbating van bioscoopzalen

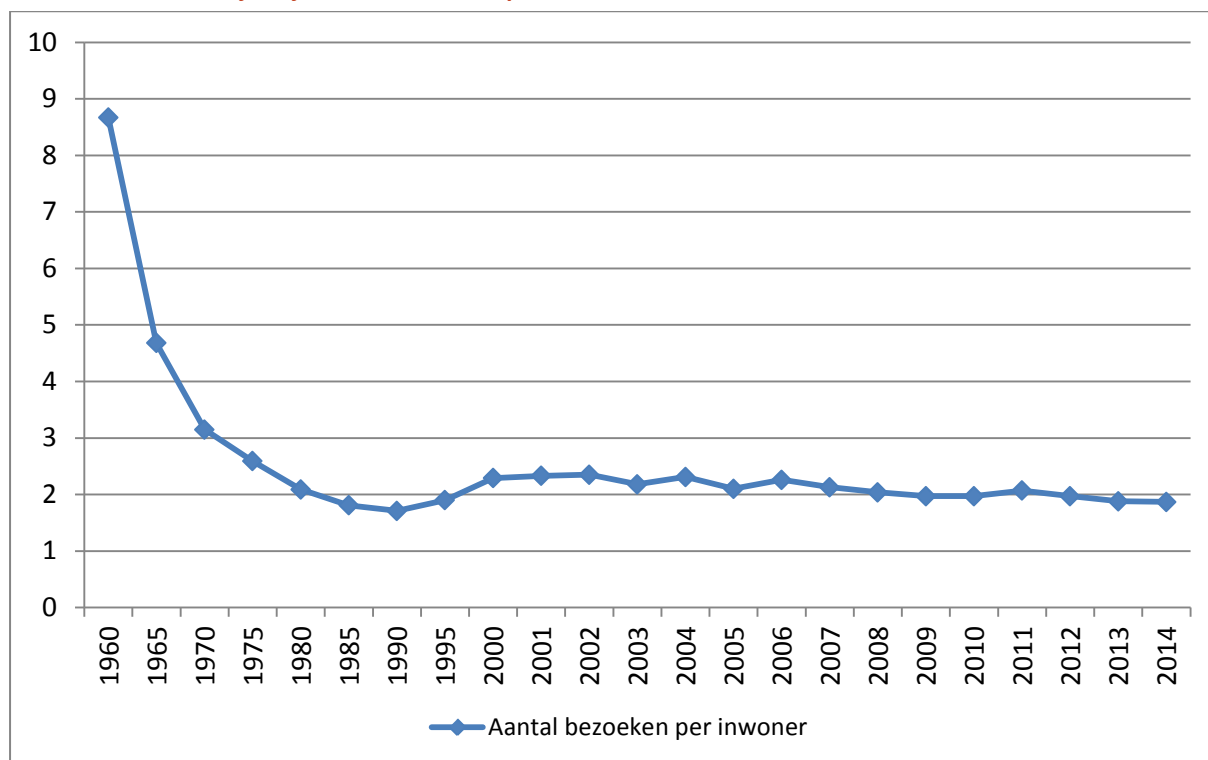
2.1 De vraag naar film

Na de ontwikkeling van de cinema in de late negentiende eeuw, groeide het al snel uit tot een hobby van velen. Maar de interesse van de bevolking is sindsdien aanzienlijk veranderd. Na enkele ups en downs tijdens de twee wereldoorlogen, zagen bioscopen hun bezoekersaantal stijgen tot gemiddeld 9 films per inwoner per jaar in de jaren '60. De aantrekkingskracht van de bioscoop daalde later drastisch, hoofdzakelijk door de komst van televisie in de huishoudens, een rechtstreekse concurrent van de bioscopen⁴⁹. Het succes van dat nieuwe medium, eerst in zwart-wit en later in kleur, heeft de audiovisuele consumptiepatronen danig doen veranderen. In 1960 is de penetratiegraad van de zwart-wittelevisie in huishoudens al 27 % en dat percentage stijgt tot 65 % in 1970⁵⁰. Het was tijdens deze periode dat het gemiddelde aantal bioscoopbezoeken aanzienlijk daalde, namelijk met 63,7 % tussen 1960 en 1970. Vanaf de jaren 70 doet de kleurentelevisie zijn intrede en zijn er steeds meer mensen aangesloten op kabel-tv-netwerken. Daardoor is het gemiddelde aantal bioscoopbezoeken met 33,7 % gedaald tussen 1970 en 1980. Bovendien hebben de afgeleide producten van televisieprogramma's (videobanden en -cassettes) eind jaren 70 het gebruik van de televisie versterkt ten nadele van de film. In de jaren 1990 gaat de Belg gemiddeld maar 1,7 films per jaar zien. Ondanks de hernieuwde belangstelling in de bioscoop vanaf de jaren 2000, bleef het aantal bioscoopbezoeken relatief laag, maar stabiel met ongeveer 2 films per inwoner per jaar.

⁴⁹ De daling van het aantal bioscoopbezoeken is eveneens te wijten aan de ontwikkeling van hobby's als gevolg van de veranderde sociaal-culturele context van de tijd. Sterker nog, het gebruik van de auto raakt steeds meer ingeburgerd in de jaren '60, wat een revolutie zal teweegbrengen op vlak van vrijetijdbesteding.

⁵⁰ JAUMAIN Michel en VANDENBULCKE Guy, "L'exploitation cinématographique en Belgique : audience et mutation de l'offre", in CRISP (éd.), *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 24/1986, nr. 1129-1130, p. 1-73.

Grafiek 2. Gemiddeld jaarlijks aantal bezoeken per inwoner



Bron: FOD Economie, AD Statistiek - Statistics Belgium

Recent wezen de gegevens van de FOD Economie op een daling met 5,1 % tussen 2010 en 2014 van het gemiddelde aantal jaarlijkse bezoeken van de bioscopen in België per inwoner. De consument ging gemiddeld 1,97 keer per jaar naar de bioscoop in 2010 tegenover 1,87 keer in 2014. Op basis van gegevens van het Observatoire européen de l'audiovisuel, beschikbaar tot 2013 op het moment van dit schrijven, blijkt dat het aantal bezoeken bij onze buurlanden 1,61 keer per inwoner bedroeg in Duitsland en 1,84 in Nederland in 2013. Het aantal bezoeken lag in de buurlanden dus onder het niveau van België. Toch slaagden beide landen erin om hun filmindustrie iets te doen herleven, met een groei van gemiddelde aantal bezoeken per inwoner van respectievelijk 3,9 % en 8,2 % tussen 2010 en 2013 (tegenover -4,6 % voor België in dezelfde periode). Frankrijk, daarentegen, zag het aantal bioscoopbezoeken met 7,8 % dalen in deze periode, maar boekte toch een opkomst van 2,95 keer per inwoner in 2013. Op Europees niveau is er een dalende trend waarneembaar, met een daling van het aantal bezoeken van 6,3 % voor de EU28 tussen 2010 en 2013 en een gemiddeld aantal bezoeken van 1,79 keer per inwoner in 2013. Volgens het Observatoire européen de l'audiovisuel werd het aantal bioscoopbezoeken aanvankelijk gestimuleerd door de opkomst van 3D-films, om daarna min of meer continu te dalen⁵¹.

Volgens de Federatie van cinema's in België kan de recente daling van het aantal bioscoopbezoeken voor een deel worden verklaard door de verdere ontwikkeling van concurrerende producten (video on demand (VOD), terugkijk tv (catch-up tv), high definition (HD), legale en onbeperkt streaming, mobiele tv, ...), maar ook door de groei van het illegaal downloaden. Het is ook opvallend dat veranderingen in de opkomst van jaar tot jaar afhankelijk zijn van onder andere klimatologische omstandigheden die het publiek aanmoedigen om al dan niet naar de bioscoop te gaan. Bovendien zijn bepaalde sportevenementen, zoals voetbalwedstrijden van de Rode Duivels, ook een sterke concurrentie voor film. Het jaar 2015 zou echter gunstiger geweest zijn voor de uitbating van bioscoopcomplexen, volgens

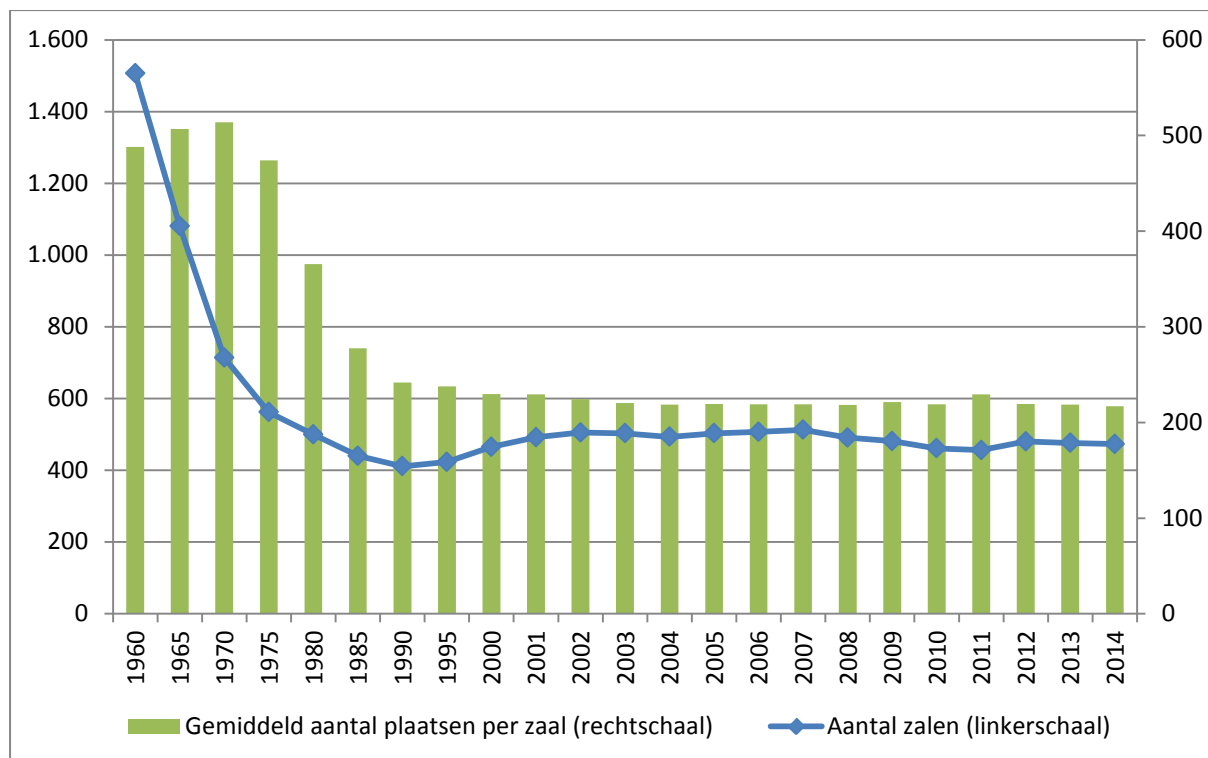
⁵¹ Observatoire européen de l'audiovisuel, "[Annuaire 2014 – Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande – le paysag paneuropéen](#)".

voorlopige cijfers van Cinedata. Het filmaanbod en de technologische investeringen waren een sterke stimulans voor de bioscoopzalen.

2.2 Het filmaanbod

In de jaren '60 beschikte België over 1.506 zalen met een gemiddelde van 488 zetels per scherm. Door de sterke daling van het aantal bezoeken tijdens de volgende 30 jaar, daalde het aantal bioscopen tot 411 in 1990. De sector van bioscoopuitbaters moest daarom herstructureren en moderniseren om die daling van de opkomst tegen te gaan en om het hoofd te kunnen bieden aan de alternatieve vormen van audiovisuele consumptie (televisie en videobanden).

Grafiek 3. Evolutie van de uitbating van bioscopen



Bron: FOD Economie, AD Statistiek - Statistics Belgium

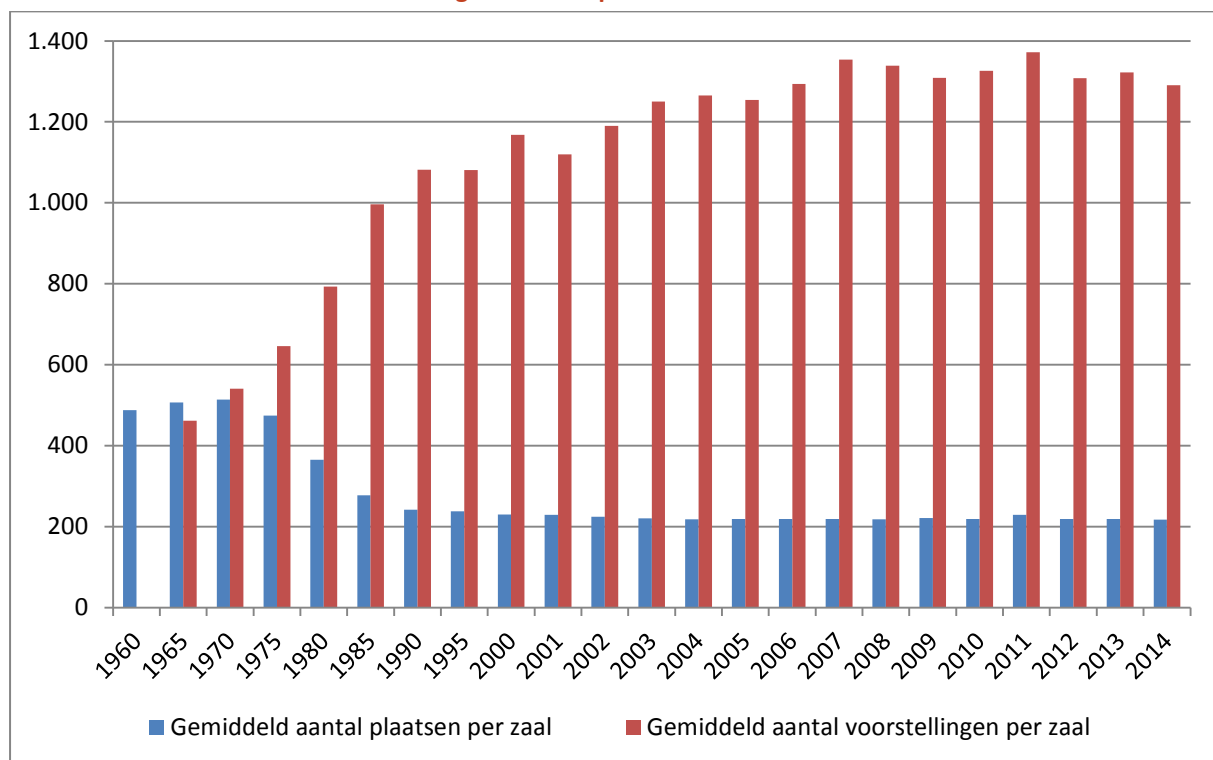
Vanaf de jaren '70 verspreidden bioscopen met meerdere zalen zich over België alvorens de opkomst van de multiplexen, met een minimum van acht zalen, eind jaren '80. Deze multiplexen werden gebouwd in de grote Belgische agglomeraties zoals Brussel, die de allereerste multiplex inhuldigde in 1988. De sector is sindsdien volledig geherstructureerd, met een meer substantiële inzet van deze bioscoopcomplexen in de jaren '90, waardoor het aantal bioscoopbezoeken relatief kon stabiliseren. De ontwikkeling van bioscopen met meerdere zalen zorgde dat het publiek toegang kreeg tot een breder filmaanbod in hetzelfde complex, terwijl ook de risico's voor de complexen verminderden, omdat de impact van een minder succesvolle film wordt gecompenseerd door de rest van de programmering. Dankzij de ontwikkeling van multiplexen kreeg het publiek een groter comfort (zitcomfort, geluids- en beeldkwaliteit ...). Die modernisering zet zich nog steeds verder. Een publicatie van Kunstenpunt⁵² verwijst naar de vier huidige trends bij multiplexen: de in-theater sales (verkoop van eten en drinken, restaurants...), 3D, B2B (zaalhuur voor bedrijven) en evenementen. Deze laatste trend groeit met evenementen rond bijvoorbeeld Valentijnsdag of Halloween, met films bestemd voor een specifieke doelgroep (vrouwen, kinderen), de live-vertoning van de openingsceremonie van het Filmfestival van Cannes of sportevenementen ... Multiplexen kunnen ook andere parameters gebruiken om de verkoop te

⁵² Kunstenpunt, « [Ketens/Groepen. Van bioscoop naar place to be voor audiovisueel entertainment](#) ».

stimuleren: verschillende tarieven per tijdstip (week of weekend), per type bioscoopzaal (groot of klein) ... Deze grote complexen, maar ook sommige kleinere bedrijven, kunnen diversifiëren door de ontwikkeling van een breed scala aan tarieven en spaarkaarten om een nieuw publiek aan te trekken en/of de bestaande klanten te behouden. Bovendien worden ook marketingacties op poten gezet om de bioscoop te promoten in samenwerking met bedrijven uit andere sectoren (zoals BNP Paribas Fortis of Mobistar). In de deelnemende bioscopen wordt dan een verlaagd tarief aangeboden voor een bepaalde periode en onder bepaalde voorwaarden. Tot slot worden multiplexen soms geïntegreerd in winkelcentra om nog meer consumenten aan te trekken door de nabijheid van verschillende vrijetijdbestedingen (restaurants, winkels, sportscholen, ...). Kleinere bioscopen, vaak buurtbioscoopzalen, hebben een precieze kennis van de verwachtingen van hun klanten opgebouwd, waardoor zij een gerichte programmering kunnen aanbieden en aangepaste uren. Deze kleine bioscopen zijn dus interessante alternatieven voor multiplexen dankzij het filmaanbod, de meer aantrekkelijke prijzen en de geografische nabijheid.

Het is ook interessant om op te merken dat de Belgische bioscopen, parallel met een daling van het gemiddeld aantal zetels per zaal, het gemiddeld aantal vertoningen per zaal hebben verhoogd. Deze tendens is het gevolg van de ontwikkeling van multiplexen die een groter aantal vertoningen per zaal aanbieden, minimaal 4 of 5 vertoningen per dag. Zo kunnen zij de daling van de capaciteit van hun zalen gedeeltelijk compenseren. Kleine bioscopen bieden slechts een of twee vertoningen per dag aan.

Grafiek 4. Evolutie van het aantal vertoningen en zetels per zaal

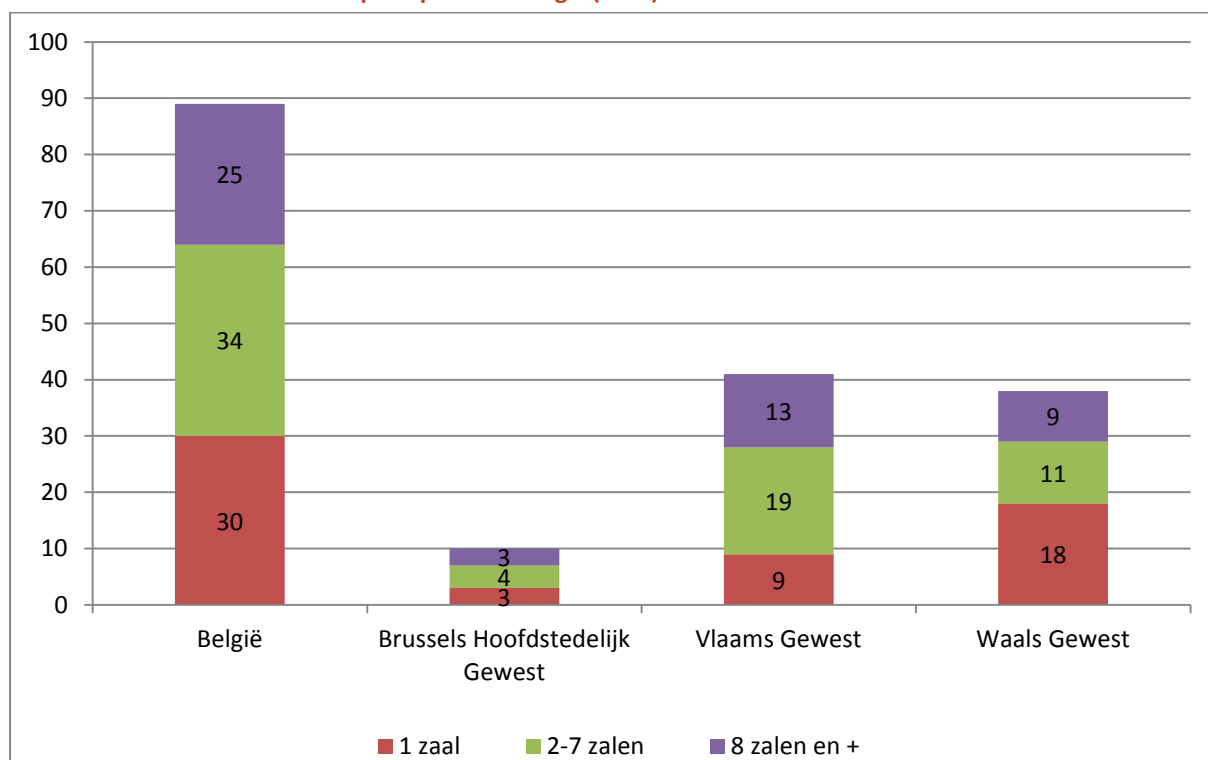


Bron: FOD Economie, AD Statistiek - Statistics Belgium

De ontwikkeling van multiplexen sinds de jaren '70 is dus bepalend geweest voor het huidige bioscooplandschap. Dat ging vooral ten koste van de kleine bioscopen met een of twee schermen die onder andere auteursfilms (ook wel arthousefilms genoemd) aanbieden. Dat zijn bijvoorbeeld kortfilms, binnen- of buitenlandse onafhankelijke films en documentaires.

Ondanks de sterke herstructurering en modernisering sinds de jaren '60, zet de concentratie van de sector zich voort, zij het in veel mindere mate. In 2014 zijn er 473 zalen actief in België (tegenover 493 kamers in 2004). Ongeveer 20 % van de zalen hebben een capaciteit van meer dan 300 zetels in 2004 en 2014, tegenover 83 % in de jaren '60. Al deze zalen zijn in 2014 in handen van 89 bioscoopcomplexen (tegenover 108 vestigingen in 2004). Multiplexen (8 tot 15 schermen) en megaplexen (16 schermen of meer) vertegenwoordigen 28 % van het totaal (tegenover 20 % in 2004) en beschikken over iets meer dan 70 % van de totale plaatsen^{53 54}. 12 % van deze multiplexen en megaplexen bevindt zich in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, 52 % in het Vlaamse Gewest en 36 % in Wallonië.

Grafiek 5. Distributie van bioscoopcomplexen in België (2014)



Bron: FOD Economie, AD Statistiek - Statistics Belgium

⁵³ Op basis van de gegevens van de FOD Economie 2010-2014, "Evolutie van het aantal bioscoopcomplexen in functie van het aantal schermen".

⁵⁴ Volgens analyses van de Belgische Mededingingsautoriteit (maart 2016) was de ontwikkeling van de multiplexen groter in België dan in Nederland. In België zijn de belangrijkste bioscoopuitbaters vooral multiplexen en megaplexen. De belangrijkste spelers in Nederland zijn daarentegen complexen van zeer verschillende groottes.

2.3 De relatie tussen uitbaters en distributeurs

Om een film te kunnen vertonen in een zaal, moet de uitbater de distributeur een bepaald percentage van de opbrengsten van de film betalen. De onderhandelingen worden individueel gevoerd met elke groep en voor elke film. Het percentage, vastgelegd in een overeenkomst, kan van film tot film variëren, afhankelijk van diverse elementen:

- De potentiële bruto-opbrengst van de film;
- De commerciële aantrekkingskracht van de film (cast, trailer ...);
- De resultaten van de landen waar de film al werd vertoond;
- De periode waarin de film wordt vertoond (bijvoorbeeld schoolvakanties);
- De licentierechten te betalen door de filmdistributeur aan de producent;
- De looptijd van de film;
- Het aantal zalen en vertoningen van de film;
- ...

De huurvoorwaarden voor een film zijn reglementair vastgelegd in België. De wet van 30 juli 1963 betreffende de huurprijs van de films bestemd voor commerciële vertoning zoals gewijzigd bij de wet van 20 mei 1985 geeft het ministerie van Economische Zaken (nu de FOD Economie) de bevoegdheid om maximumprijzen vast te stellen voor de verhuur van films bestemd voor commerciële vertoning⁵⁵. Het is pas op 13 maart 1986 dat het ministerieel besluit betreffende de huurprijs van de films bedoeld voor commercieel vertoning een maximale huurprijs bepaalt. De huurprijs mag niet meer bedragen dan 50 % van de netto bedrijfsopbrengsten (die gelijk zijn aan de omzet, exclusief btw, de lokale belastingen en de royalty's). De huurprijs kan evenwel tot een maximum van 55 % van de netto-inkomsten gaan als het aantal verkochte toegangskaarten het "referentieniveau"⁵⁶ met 50 % overschrijdt. Bovendien, voorziet de wet voor bioscopen waarvan het referentieniveau beperkt is (dat wil zeggen minder dan of gelijk aan 300 tickets per vertoningsweek), een huurprijs tot 35 % of 40 %, afhankelijk van het succes van de film. Er bestaat ook een forfaitaire huurprijs, gebaseerd op het aantal zetels, maar dat geldt vooral voor kleine zalen.

De huurprijs is steeds een percentage van de ticketprijs, ongeacht de prijs van het ticket, die door de uitbater vrij kan worden bepaald. De verschillende kortingstarieven (studenten, senioren, voordeelkaarten ...) worden in aanmerking genomen. De uitbaters bepalen zo de huurprijzen op de lagere ticketprijzen. Voor formules zoals "Ladies' Night", waar de prijs van een ticket veel hoger is dan een standaard ticket, zal de uitbater meestal bepalen op welke prijs de huurprijs van toepassing zal zijn.

Merk op dat de huurovereenkomsten elke week opnieuw worden onderhandeld op basis van de resultaten van de film, en dat de huurprijs over het algemeen afneemt volgens het aantal weken dat de film wordt vertoond⁵⁷. Het aantal weken dat een film wordt vertoond, wordt nooit op voorhand

⁵⁵ JUSTEL, "[13 maart 1986. Ministerieel besluit betreffende de huurprijs van de films bestemd voor commerciële vertoning](#)",

⁵⁶ Dat is "het gemiddelde van de per bioscoopzaal verkochte entreekaartjes per vertoningsweek, berekend over het cinematografisch jaar dat aan het lopende voorafgaat." Sinds 2016 worden de referentieniveaus berekend door de Federatie van cinema's in België voor alle bioscoopuitbaters in België (referentiejaar 2015, toepassing van 1 april 2016 tot 31 maart 2017).

⁵⁷ Het tarief kan vast of degressief zijn. De keuze van het tarief hangt niet af van het belang van de bioscoop of het filmtypen, maar van de manier waarop de uitbater besluit te werk te gaan.

vastgelegd tussen de distributeurs en de bioscoopuitbaters. De periode waarin de film daadwerkelijk wordt vertoond, hangt af van het aantal toeschouwers tussen woensdag en zondag. Elke maandagochtend worden de resultaten van elke film bekeken en vergeleken met de andere films voor elke moment van de dag (15u - 17u - 20u en 22u). De films met het laagste aantal bezoekers worden dan niet langer vertoond op die uren of worden vervangen door nieuwe films⁵⁸.

Volgens de statistieken van de FOD Economie, was het gemiddelde aandeel van de nettowinst voor de distributeurs 46,7 % in 2014, wat een lichte daling is ten opzichte van voorgaande jaren (ter vergelijking, 48,8 % in 2005, 48,3 % in 2007 en 46,9 % in 2010). Deze daling van de huurprijzen kan duiden op een iets sterkere positie van de uitbaters tegenover de distributeurs tijdens de contractonderhandelingen.

De onderhandelingspositie van de distributeur ten opzichte van de uitbater is sterk afhankelijk van de aantrekkingskracht van de film en de macht van de partners. De onderhandelingspositie zal dus meer in het voordeel van de distributeur zijn wanneer de commerciële mogelijkheden van de film groot zijn. Sommige elementen kunnen de onderhandelingen beïnvloeden in het voordeel van de uitbaters, zoals het aantal schermen in een complex, de eventuele samenwerking met een groep en het aantal weken dat de film wordt vertoond. De onderhandelingspositie van de uitbaters ten opzichte van distributeurs is des te sterker, indien het complex groter is. Want grote bioscoopcomplexen en -groepen zijn, met hun vele schermen, onmisbare partners voor de lancering van een nieuwe film. Volgens de Federatie van cinema's in België, laat deze situatie hen toe om de huurprijzen niet te verhogen in het geval van groot succes van een film. Kleine bioscopen, met minder zalen, krijgen over het algemeen een minder gunstige huurprijs in vergelijking met grote complexen. Dat resulteert dus in verschillende huurprijzen naargelang het type van vestiging (kleine, middelgrote of grote structuur).

2.4 De uitdagingen van de sector

2.4.1 De digitalisering van bioscopen

De digitale omschakeling, ten koste van 35 mm rollen, is vandaag een realiteit voor alle Belgische bioscopen. In België was de digitalisering duidelijk zichtbaar vanaf 2010. Een nieuwe technologie brengt steevast veranderingen met zich mee die zowel tot gejuich als problemen kunnen leiden, zo ook de overgang naar het digitale. Digitalisering gaat gepaard met een verbeterde verspreiding van films, aangezien de films nu veel kleiner zijn dan de oude spoel en daardoor eenvoudiger transporteerbaar en goedkoper. Daarom is een groter aantal films toegankelijk, waaronder films met commerciële risicofactoren. Dankzij digitalisering kan slijtage van kopieën worden voorkomen en is er een betere projectiekwiteit. Daardoor kunnen ook sportevenementen, theatervoorstellingen en andere shows live worden uitgezonden met een satellietantenne. Bovendien kunnen de kosten van 35 mm vertoningen vermeden worden voor de distributeurs, aangezien digitale kopieën veel minder duur zijn. Maar, de digitale omschakeling brengt ook aanzienlijke investeringskosten met zich mee voor bijvoorbeeld de apparatuur in de zalen (tussen de 70.000 en 80.000 EUR per zaal⁵⁹), waaraan tal van indirecte kosten moeten worden toegevoegd (onderhoudscontracten, de vervanging van apparatuur ...).

⁵⁸ Blockbusters krijgen gemiddeld 60 % van hun totale publiek tijdens de eerste twee weken van de vertoning. Een film wordt zelden langer dan 6 weken vertoond, zeker in kleine bioscopen (minder schermen) waar de films maar enkele weken geprogrammeerd staan.

⁵⁹ Volgens de Federatie van cinema's in België.

Een oorspronkelijk Amerikaanse systeem werd geïntroduceerd in Europa onder druk van sommige uitbaters die weigerden om hun hele bedrijf te digitaliseren zonder de hulp van filmdistributeurs. In dat systeem worden de investeringen in de digitalisering gedeeltelijk gefinancierd door de distributeurs (voornamelijk grote Amerikaanse studio's), de zogenaamde "Virtual Print Fee" (of kosten voor virtuele kopieën). Deze bijdrage komt daadwerkelijk overeen met besparingen van de distributeurs op digitale kopieën waarvan de productiekosten veel lager is dan de oude spoelen⁶⁰. In de meeste gevallen⁶¹ wordt deze betaling indirect gedaan indien een financiële tussenpersoon, de derde investeerder, de aankoop van apparatuur financiert, en ook zorgt voor het onderhoud ervan. Vervolgens verdeelt die laatste de kosten tussen de uitbaters (met ongeveer 15 % van de aankoop van materiaal) en de distributeurs. De VPF wordt voor een variabele periode (meestal 7 jaar) door de derde investeerder opgeëist van de distributeurs die films leveren aan de uitbaters tot de volledige prijs van het materiaal (en de verloning van de derde investeerder) is gerecupereerd.

Er is ook een variatie mogelijk op dat systeem: de derde collector. Bij dat financieringsmodel is het de uitbater zelf die rechtstreeks leent van banken. De financiële bijdrage van de distributeurs (of VPF) wordt opgelegd door de derde collector om de lening die door de uitbaters werd afgesloten terug te betalen.

Merk op dat een uitbater het VPF-systeem mogelijk niet gebruikt door de geringe winstgevendheid van de activiteit voor de derde investeerder. De derde investeerders berekenen namelijk aan de hand van het aantal films wat het systeem hen kan opbrengen. Als de bioscoop te weinig nieuwe films aankoopt, of te weinig vertoningen aanbiedt, kan de derde investeerder de samenwerking weigeren vanwege het risico op ongedekte kosten. Bovendien kan de uitbater zelf beslissen om het VPF-systeem niet te gebruiken en zo in aanmerking komen voor andere financieringsmogelijkheden (gemeentelijke, regionale, provinciale en Europese hulp⁶², aandelen, ...). Daardoor kunnen zij hun programmatie vrijer kiezen⁶³.

In België was de digitalisering van de filmsector bijna volledig in 2013, met een marktpenetratie van digitale schermen van 98,8 %, volgens voorlopige gegevens van het Observatoire européen de l'audiovisuel⁶⁴. Sinds 2014 is de digitalisering van de bioscopen volledig, wat wil zeggen dat er uitsluitend films op digitale media circuleren.

De huidige uitdaging van de sector is de constante evolutie van de digitale formaten. Meer nog, het leven van een projector wordt in theorie geschat op 5 à 10 jaar, afhankelijk van de technologische ontwikkelingen. 2K (2048x1080 resolutie) is op dit moment de basisresolutie van de Belgische cinema. Maar sinds 2011 hebben de grote uitbaters, zoals Kinopolis, zich al uitgerust met 4K (4096 x 2160 resolutie) wat een superieure beeldkwaliteit biedt. De komst van nieuwe generaties projectors die nog krachtiger zijn en dus nieuwe investeringen vereisen, dreigen de posities van kleine bioscopen te verzwakken.

⁶⁰ De productiekosten van een kopie van de film op spoel bedroegen ongeveer 1.000 EUR, terwijl een digitale kopie ongeveer 100 tot 200 EUR kost. Digitalisering vermindert ook de transport- en opslagkosten.

⁶¹ In België, is Kinopolis de enige uitbater die geen beroep doet op een derde investeerder. Kinopolis beheert een eigen VPF-systeem.

⁶² De Federatie van de cinema's in België benadrukt dat de EU-steun aan de Belgische film beperkt was (zie paragraaf 1.6) en dat het werd aangevuld met financiële steun van de regionale overheden.

⁶³ Bron: Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel van de Federatie Wallonië-Brussel

⁶⁴ Bij onze buurlanden behaalde Nederland 100 % in 2013, Frankrijk 99,6 % en Duitsland 90,5 %.

2.4.2 Maatschappelijke veranderingen

De sector wordt momenteel geconfronteerd met een nieuwe ingrijpende verandering, namelijk de gedragsverandering van de bevolking gezien de massale aanwezigheid van media in ons dagelijks leven, zoals televisie, radio, mobiele telefonie en het internet met alle verschillende sociale netwerken.... Onze manier van consumptie is in toenemende mate "nomadisch" te noemen en de mogelijkheden om toegang te krijgen tot films vermenigvuldigen. Op dit moment wil de consument in feite vrij kunnen doen en zien wat hij wil, waar hij wil en wanneer hij wil. Zo kunnen verschillende programma's, films en series niet alleen op televisie worden bekeken, maar ook via computers, mobiele telefoons, tablets of spelconsoles. Sinds enkele jaren zijn er ook een aantal on-demanddiensten beschikbaar die hevig concurreren met de bioscopen: van VOD (video on demand) aangeboden door tv-distributeurs, tot onlineservices, websites voor videosharing (legale streaming, zoals iTunes) of tv-uitzendingen op aanvraag (catch-up tv), waarmee men een film of een tv-programma enige tijd na de eerste uitzending op televisie kan zien. Bovendien is de ervaring van het grote scherm niet meer uitsluitend gereserveerd voor bioscopen: met home cinema kan eenzelfde audiovisuele omgeving thuis gerecreëerd worden.

Volgens gegevens gepubliceerd door de International Video Federation (IVF) kende de totale Belgische verbruik van onlinevideo's (digitale video en VoD via tv) een sterke groei in de afgelopen jaren. In 2013 (laatste beschikbare gegevens) bedroeg de groei 38,2 % ten opzichte van 2012 en zelfs 63,3 % ten opzichte van 2010, goed voor een totaal van 75,3 miljoen EUR.

Deze maatschappelijke veranderingen en de opkomst van deze nieuwe audiovisuele producten betreffen voornamelijk televisie. Maar ze beïnvloeden onrechtstreeks de vraag voor de filmsector.

2.4.3 Toekomstige uitdagingen

In een context van stagnatie of zelfs achteruitgang in het aantal bioscoopbezoeken en in het licht van de opkomst van nieuwe consumptiepatronen, zal de sector zich voortdurend moeten blijven vernieuwen om haar activiteiten te kunnen behouden. De concurrentiedruk van de nieuwe vormen van filmdistributie zet sommige uitbaters aan tot innoveren en zo cinema als een unieke ervaring te presenteren.

De uitbaters konden dankzij de digitale technologie hun filmaanbod uitbreiden. Dat opent ook mogelijkheden voor belangrijke nieuwe technologische innovaties, zoals High Dynamic Range (HDR), 3D Immersive Sound, 4D Cinema en panoramische triple-schermen⁶⁵. Het "spektakelgevoel" kan worden versterkt door andere innovaties zoals Odorama of de mobiliteit van de zetels om de filmervaring nog vollediger te maken en daarmee de kijker helemaal onder te dompelen in een andere wereld. Deze innovaties willen de consument een echte bioscoopervaring bieden waardoor bioscopen zich kunnen onderscheiden van andere audiovisuele producten en dus hun aantrekkingskracht voor het publiek behouden of zelfs vergroten. Maar de kosten van een dergelijke innovatie zijn niet verwaarloosbaar en kunnen de marktpositie van de grote multiplexen versterken ten koste van de kleinere bioscopen, hoewel veel van die kleinere bioscopen deel uit maken van een "niet-commercieel" netwerk gericht op het screenen van arthousefilms.

⁶⁵ High dynamic range is een techniek waarbij er meer waarde wordt toegekend aan elke pixel zodat verschillende niveaus van lichtsterkte in een afbeelding kunnen weergegeven worden. 3D immersive sound is een techniek waarbij met behulp van een koptelefoon of oordopjes, een geluid kan nagemaakt worden waarbij elk geluidselement kan geplaatst worden in de driedimensionale ruimte. 4D cinema is vergelijkbaar met de traditionele 3D cinema (hoogte + breedte + diepte), waarbij een vierde dimensie wordt toegevoegd, namelijk een sensorisch effect (windsimulator, bewegingssimulator ...). Met triple-schermen kunnen panoramische films vertoond worden.

Bepaalde initiatieven, zoals "4 EUR voor kinderen onder 14 jaar" (geldig voor alle zalen, alle films en alle dagen) gelanceerd in heel Frankrijk in 2014, kunnen het aantal bioscoopbezoeken doen stijgen door in te spelen op het marktpotentieel van nieuwe doelgroepen. Momenteel bestaan er in België ook ad hoc marketingacties. BNP Paribas Fortis FILM DAYS is een van de grootste klantenwervingsacties. Vier dagen per jaar kunnen bioscoopgangers profiteren van een tarief van € 4 per vertoning. Bovendien bieden deze FILM DAYS ook "Cinevox Happenings" aan waarbij de Belgische film in de kijker wordt gezet met avant-premières in het gezelschap van acteurs, regisseurs ... Sinds maart 2015 werd nog een andere actie gelanceerd in samenwerking met Mobistar: "Loyal Star". Klanten van het telefoniebedrijf ontvangen een bericht waarmee ze, op dinsdag, bij de aankoop van een bioscoopkaartje een gratis ticket krijgen. Tot slot wordt in 2016 de actie "Cinéma parent non admis" gelanceerd in het kader van het Festival international du film francophone. In het cultureel centrum van Namen worden vier filmvertoningen georganiseerd voor kinderen van 5-8 jaar, met als doel de interesse van jongeren op lange termijn te stimuleren.

De uitdaging voor de sector ligt voornamelijk in de lopende modernisering, zowel qua faciliteiten als qua aanbod. Maar ook promotie en het publiek bewustmaken van films, vooral van arthousefilms, blijft ook een prioriteit voor vele spelers in de sector.

3. Prijsrevolutie en -niveau van een bioscoopticket

De ticketprijs blijft een grote remmende factor voor het aantal bioscoopbezoeken. Dat blijkt uit een onderzoek uitgevoerd door het "Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel" in 2015 (actualisering van de studie van 2009) naar het imago van de Belgische Franstalige cinema. 57% van de respondenten vindt de prijs van een bioscoopkaartje te hoog, tegenover 25% in 2009. Deze belangrijke remmende factor voor het aantal bioscoopbezoeken staat veruit aan kop, gevolgd door tijdsgebrek (24% van de respondenten in 2015, tegenover 39% in 2009), gebrek aan respect van de mensen en lawaai (19% in 2015, tegenover 1% in 2009), moeilijk verenigbare uren met werk of gezinsleven (11% in 2015, tegenover 9% in 2009) en downloadmogelijkheden (10% in 2015, 0% in 2009).

Het Prijzenobservatorium onderzocht vervolgens de prijsrevolutie en het -niveau van een bioscoopkaartje, alsook de samenstelling ervan.

Hoewel de uitbater vrij is om de prijs van een bioscoopkaartje te kiezen, wordt deze bepaald door onder andere de concurrentie, de omvang van de infrastructuur (multiplex of slechts enkele zalen), de locatie van de bioscoop (al dan niet in een stad) en de al dan niet commerciële ingesteldheid van de bioscoop⁶⁶. Deze prijs kan ook variëren afhankelijk van de leeftijd van de consument (eventuele kortingen voor kinderen van 3 tot 18 jaar, voor studenten en voor senioren van +60 jaar), de datum en het tijdstip van de vertoning en de gekozen formule (enkel ticket, een kaartje voor meerdere zetels of een kaartje voor onbeperkte toegang). Er kunnen ook supplementen worden aangerekend voor bijvoorbeeld 3D-films, 3D-HFR-films⁶⁷ of films met een duur van meer dan 2 uur.

Gezien het vrij brede prijsaanbod is het moeilijk om een gemiddelde prijs van een bioscoopkaartje nauwkeurig te bepalen en te vergelijken met onze buurlanden. De hieronder gepresenteerde resultaten moeten bijgevolg voorzichtig worden geïnterpreteerd.

3.1 Evolutie van de prijs van een bioscoopkaartje

De afgelopen 10 jaar is de gemiddelde prijs voor een bioscoopkaartje aan normaal tarief sneller gestegen dan de totale inflatie (gemeten op basis van de nationale CPI). Dit betekent dat de consument vandaag meer betaalt voor een bioscoopkaartje (aan normaal tarief) dan voor andere consumptiegoederen in vergelijking met 10 jaar geleden (of ten opzichte van 2006 dat als referentiejaar werd gekozen voor deze studie).

Met name tussen 2006 en 2015 steeg de prijs van een bioscoopkaartje jaarlijks gemiddeld met 33 %, tegenover 18 % voor de CPI. Toch blijkt dat het geheel van culturele diensten⁶⁸ in dezelfde grootteorde toegenomen is, namelijk met 31 %.

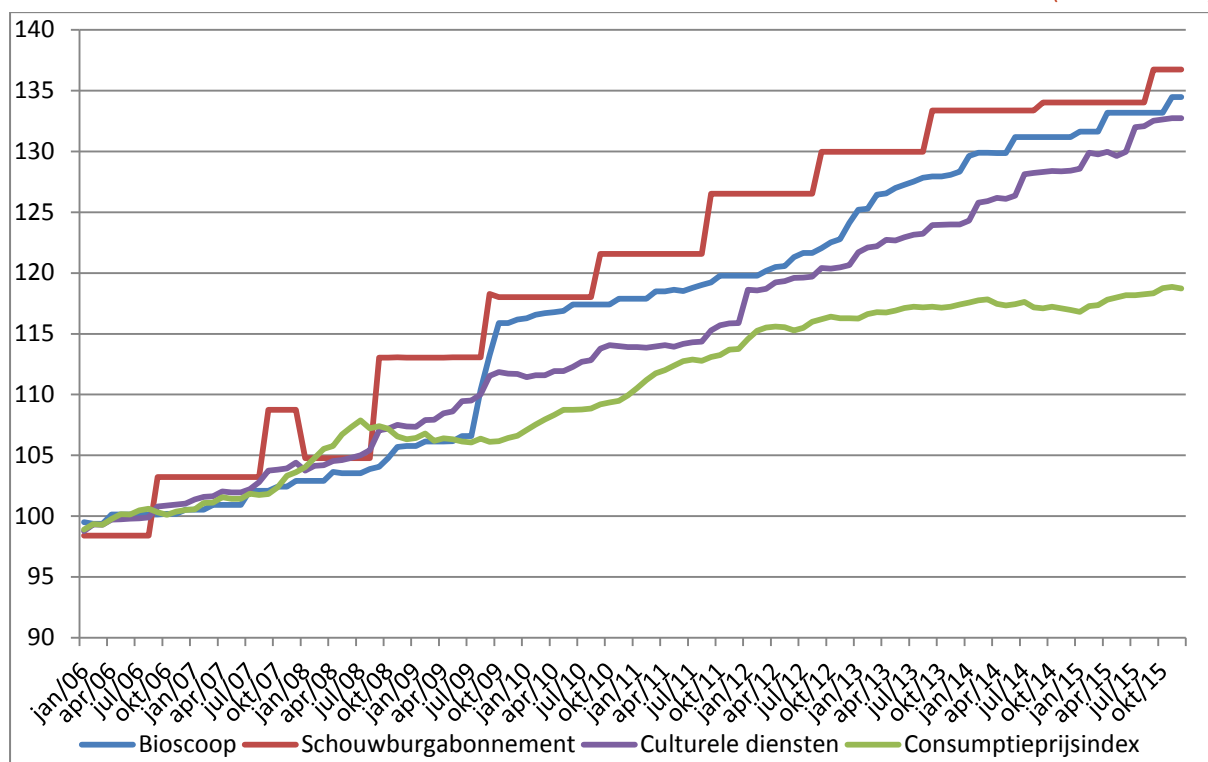
⁶⁶ Niet-commerciële instellingen (zoals culturele centra of arthouse-bioscopen) kunnen ook schoolvertoningen, debatavonden, festivals (Festival du Film d'Amour in Bergen, Brussels short film festival, Brussels International Fantastic Film Festival, ...), filmclubs, documentaires, ... aanbieden.

⁶⁷ 3D-HFR (High Frame Rate) is een technologie waarbij een groter aantal beelden per seconde wordt getoond, waardoor de vloeiendheid en de helderheid van de 3D-film verbetert.

⁶⁸ Dit omvat bioscopen, theaters en concertzalen, musea, bibliotheken, dierentuinen en andere dagattracties, vergoedingen en abonnementen voor televisie en radio, en andere culturele en fotografische diensten.

Grafiek 6. Recente evolutie van de CPI en de consumptieprijzen voor culturele diensten

(Index 2006=100)



Bron: FOD Economie, AD Statistiek - Statistics Belgium

Het is belangrijk om op te merken dat de gemiddelde prijs van een bioscoopkaartje in de berekening van de nationale CPI gebaseerd is op de volle prijs voor een volwassene. De gegevens houden geen rekening met abonnementen en eventuele kortingen.

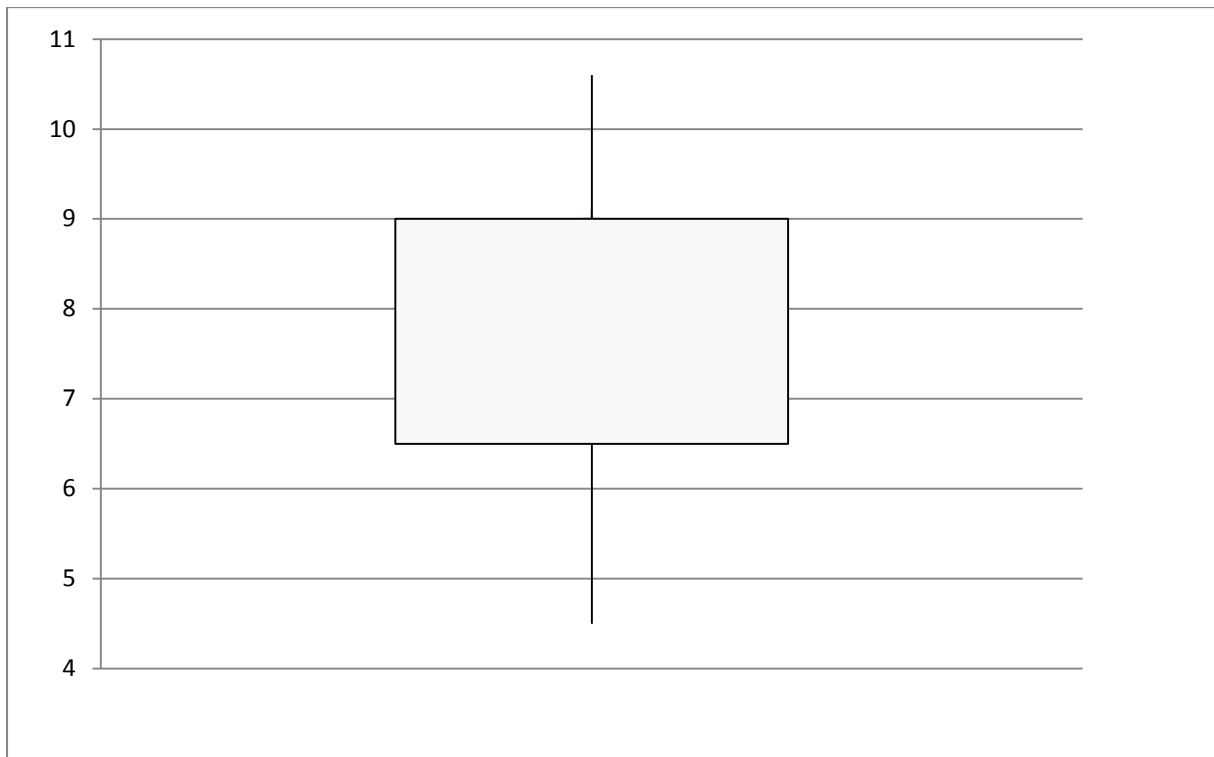
De volle prijs van een bioscoopkaartje is dus sterker gegroeid dan het totaal van de consumptiegoederen. Dat is waarschijnlijk het gevolg van de enorme investeringen die bioscopen de afgelopen jaren hebben gemaakt voor de modernisering van hun ruimtes (3D-zaal, digitalisering, ...) en de ontwikkeling van multiplexen die een brede waaier van parallelle diensten aanbieden.

In 2015 kostte een bioscoopkaartje aan normaal tarief gemiddeld 8,9 EUR⁶⁹. Omdat deze gemiddelde prijs de prijsverschillen tussen de 78 geanalyseerde bioscoopcomplexen niet weergeeft, werd een doosdiagram (of boxplot) gebruikt om de spreiding te kunnen aantonen. De minimumprijs voor een film bedraagt 4,5 EUR, de maximumprijs 10,60 EUR. De prijs spreiding bedraagt dus 6,10 EUR. Bovendien biedt 50 % van de complexen een standaardprijs aan variërend van 6,50 EUR tot 9 EUR, met een mediaan van 7,5 EUR. De prijzen aangeboden door de verschillende Belgische bioscopen zijn bijgevolg vrij heterogeen.

⁶⁹ Deze prijs werd berekend door het Prijzenobservatorium op basis van een analyse van de prijzen van 78 bioscopen, gewogen in functie van het gewicht van de bevolking binnen elke provincie.

Grafiek 7. Boxplot van de standaardprijs voor een bioscoopkaartje

(Gegevens 2015)

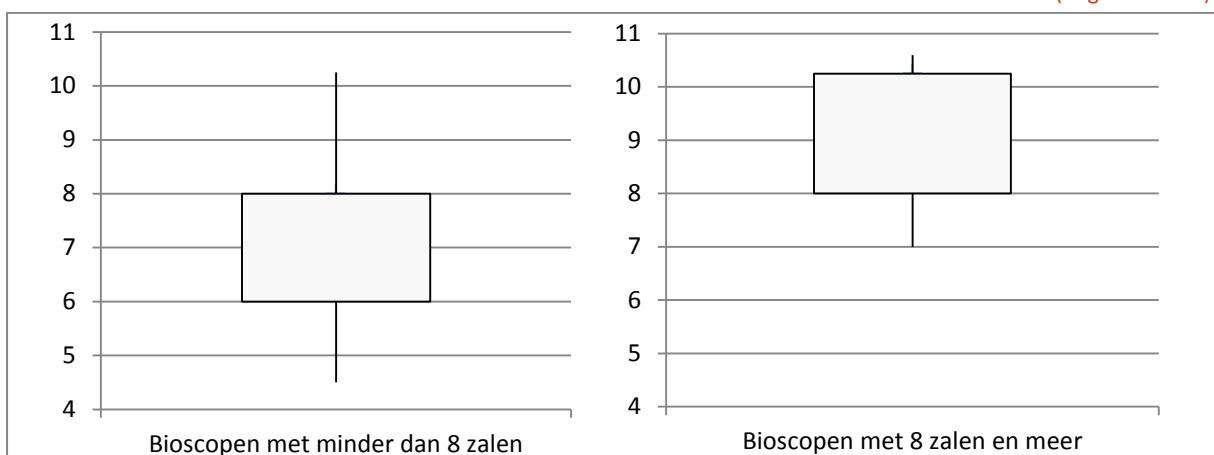


Bronnen: Websites van Belgische cinema's, FOD Economie, eigen berekeningen

Rekening houdend met de grootte van de verschillende bioscoopcomplexen, blijkt dat de prijs die de grotere bioscopen vragen gemiddeld hoger ligt dan die van kleinere bioscopen. De helft van de bioscopen met minder dan 8 zalen (55 complexen) vragen een prijs tussen 6 en 8 EUR (mediaan prijs bedraagt 7 EUR), terwijl 50% van de grotere bioscopen (23 complexen) een prijs vragen variërend van 8 tot 10,25 EUR, met een mediaan prijs van 9,75 EUR.

Grafiek 8. Boxplot van de standaardprijs voor een ticket van bioscopen met minder dan 8 zalen en voor bioscopen met 8 zalen of meer

(Gegevens 2015)

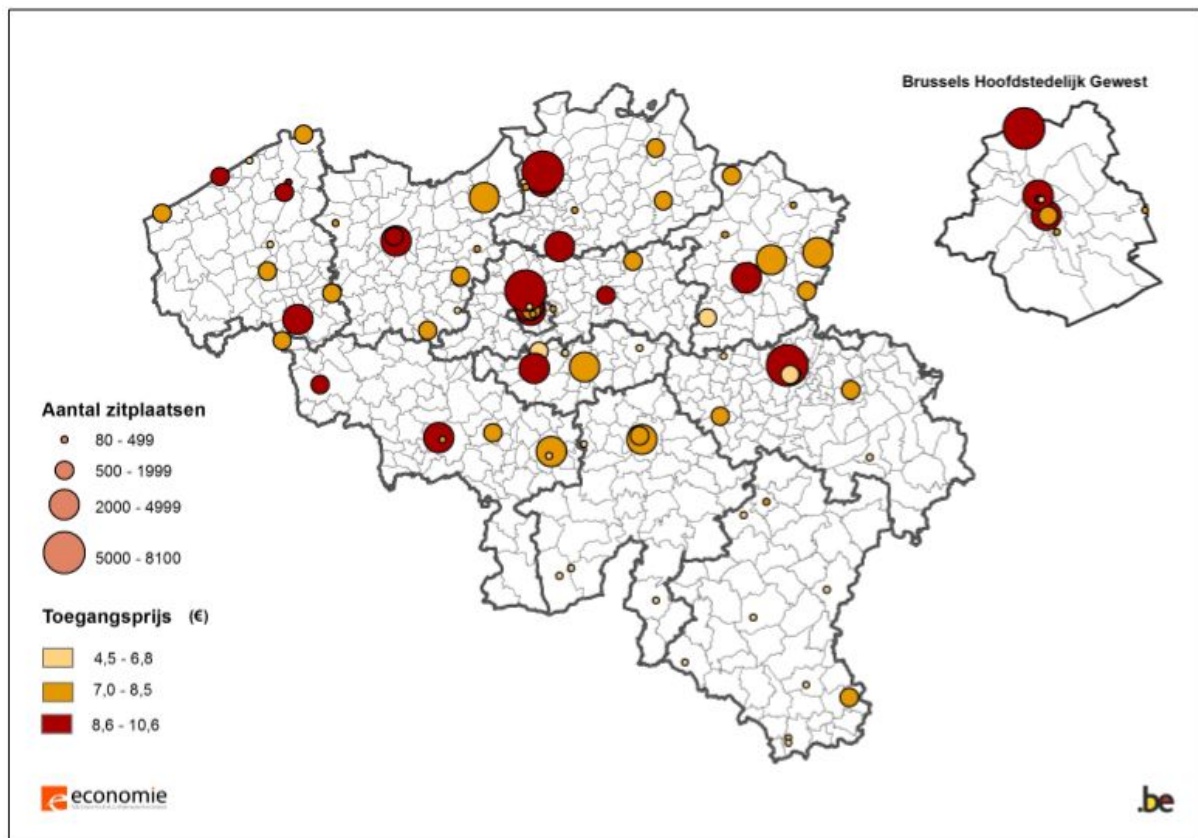


Bronnen: Websites van Belgische cinema's, FOD Economie, eigen berekeningen

Het prijsverschil tussen grote en kleine bioscopen kan ook worden waargenomen op een kaart van alle bioscopen in België op basis van hun grootte (aantal plaatsen) en de aangeboden standaardprijs (volle prijs). Daaruit blijkt duidelijk dat hoe groter de capaciteit van een bioscoop is, hoe hoger de prijs van het bioscoopkaartje.

Schema 2. Kaart van de bioscopen in België op basis van hun omvang (aantal zitplaatsen) en de prijs voor een standaardticket

(Gegevens 2015)



Bronnen: Websites van Belgische cinemazalen, FOD Economie

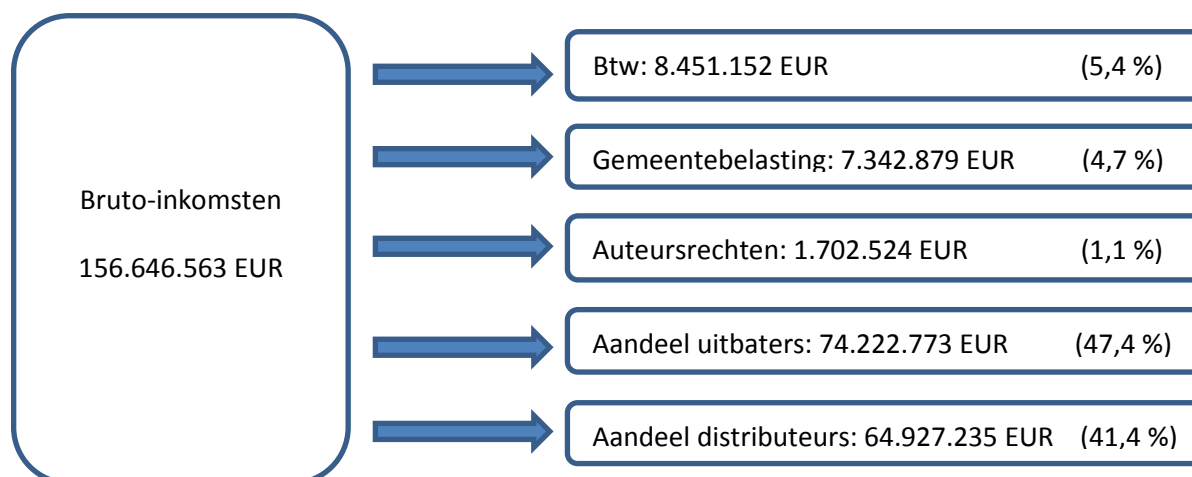
Volgens de Federatie van Cinema's van België kan dat prijsverschil tussen kleine en grote bioscoopcomplexen grotendeels worden verklaard door een reeks faciliteiten en diensten die grotere complexen kunnen aanbieden, zoals een gemakkelijke toegang, veel parkeerplaatsen, flexibele uren en een breder filmaanbod, waardoor hun aantrekkelijkheid verhoogt en dus ook hun prijzen. Hun hoge operationele kosten en investeringen in technologie verklaren ook de hogere prijzen, hoewel veel kleine bioscopen ook zeer goed zijn uitgerust.

3.2 Prijssamenstelling

Op basis van de jaarlijkse enquêtes van de FOD Economie betreffende de exploitatie van bioscoopzalen, worden gegevens verzameld over onder andere de inkomsten van de sector. Deze inkomsten komen voort uit de verkoop van alle tickets. Kortingen en speciale tarieven worden ook in rekening genomen.

Het is aldus mogelijk om de verschillende componenten van de prijs van een bioscoopkaartje te bepalen op basis van de verdeling van de inkomsten uit de verkoop van deze tickets (gegevens van 2014, meest recente gegevens).

Schema 3. De verschillende onderdelen van de prijs van een bioscoopkaartje⁷⁰



Bron: FOD Economie, AD Statistiek - Statistics Belgium

Er kunnen vijf verschillende onderdelen worden onderscheiden⁷¹:

Btw: bioscopen profiteren van een verlaagd btw-tarief van 6 % op toegangstickets. De btw is goed voor 5,4 % van de ticketprijs⁷². Het btw-tarief is beperkt als gevolg van het culturele karakter van filmvoorstellingen.

De gemeentelijke belasting op filmvertoningen, afhankelijk van de gemeente, is goed voor ongeveer 4,7 % van de prijs. De gemeenten hebben de bevoegdheid om belastingen op te leggen op optredens en amusement waaronder filmvertoningen. Deze belasting is bedoeld om de publieke taken van de gemeente te financieren, aangezien bioscopen kosten genereren voor gemeenten op het gebied van veiligheid, mobiliteit, netheid en infrastructuur. De hoogte van de belasting, evenals de vaste of progressieve aard ervan, verschilt van de ene gemeente tot de andere (bijvoorbeeld 0,50 EUR per betalende toeschouwer of 10 % van de netto-inkomsten). Het belastingtarief kan ook variëren afhankelijk van het type zalen (bijvoorbeeld 6 % van de inkomsten voor gewone zalen en 2 % voor de arthousezalen). Het belastingtarief kan worden verhoogd wanneer de filmvertoningen worden onderbroken door reclame. Tevens kunnen uitzonderingen worden voorzien in sommige gemeenten voor bepaalde soorten vertoningen zoals documentaires of vertoningen zonder winstobjectief.

⁷⁰ Ter vergelijking, het aandeel van de verschillende componenten in de prijs voor een cinematicket kwam in 2006 uit op 5,4 % voor de BTW, 5,4 % voor de gemeentebelasting, 1,1 % voor de auteursrechten, 45,7 % voor de uitbaters en 42,4 % voor de distributeurs.

⁷¹ Ter vergelijking: de verdeling van de opbrengsten van de ticketverkoop in Frankrijk is als volgt: 5,30 % voor de btw, 10,72 % voor de aanvullende bijzondere belasting ter financiering van het "Centre national du cinéma et de l'image animée", 1,27 % voor SACEM voor de openbare uitvoering van de filmmuziek, 38,28 % voor de verloning van de distributeurs en 44,43% voor de verloning van de uitbaters. Bron: Centre national du cinéma et de l'image animée, "[Bilan 2014](#)".

⁷² De gemeentelijke belasting is niet onderworpen aan btw.

Auteursrechten worden door de bioscoopuitbaters betaald aan SABAM⁷³ voor de openbare verspreiding van nationale en internationale muziekwerken⁷⁴. De prijs loopt op tot 1,2 % van de omzet van de filmvertoning (bruto-inkomsten exclusief btw - de gemeentelijke belasting op entertainment)⁷⁵. De auteursrechten worden vervolgens verdeeld onder alle rechthebbenden van de filmmuziek: auteurs, componisten, arrangeurs en uitgevers. Deze verdeling gebeurt volgens een verdeelsleutel die vooraf werd bepaald bij het aangeven van de muziek. Voor de consument vertegenwoordigen de auteursrechten 1,1 % van de uiteindelijke ticketprijs.

De inkomsten van de **bioscoopuitbaters** vertegenwoordigen 47,4 % van de ticketprijs. Dat aandeel is echter variabel aangezien de inkomsten van de uitbaters afhankelijk zijn van de getekende akkoorden met de distributeurs.

De distributeurs ontvangen op hun beurt gemiddeld 41,4 % van de ticketprijs. Maar dit aandeel is onder andere afhankelijk van de oorsprong van de film en het aantal weken dat de film wordt vertoond (zie paragraaf 2.3). Een deel van deze inkomsten ontvangen door de distributeurs wordt vervolgens overgemaakt aan de producenten.

3.3 Vergelijking met de buurlanden

Er zijn zeer weinig Europese gegevens beschikbaar met betrekking tot de evolutie en het niveau van een bioscoopticket. Op basis van de enige beschikbare statistieken van Media Salles⁷⁶ betreffende de gemiddelde prijs van een ticket, is het mogelijk om een vergelijking te maken van de prijs voor een bioscoopkaartje in België en de belangrijkste buurlanden. De gemiddelde ticketprijs werd berekend op basis van de totale bruto-inkomsten uit de ticketverkoop (inclusief btw en/of andere belastingen) gedeeld door het aantal bezoekers, dat wil zeggen het totale aantal verkochte tickets voor alle films vertoond gedurende een jaar (niet alleen nieuwe releases). De gegevens houden dus rekening met zowel de basisprijs als eventuele kortingen of voordeeltarieven. De gegevens zijn beschikbaar voor de periode 1989-2013 (voorlopige gegevens).

In 2006 bedroeg de prijs van een bioscoopkaartje in België volgens Media Salles 6,0 EUR. Deze prijs is gelijk aan degene die gemiddeld geregistreerd werd in de buurlanden. Sindsdien is de prijs sterker gestegen in België en bereikte deze 7,8 EUR in 2013 tegenover gemiddeld 7,4 EUR in de buurlanden. Er bestaan echter wel verschillen tussen de buurlanden. Zo had Frankrijk in 2013 gemiddeld het goedkoopste bioscoopticket met 6,5 EUR. De prijs van een ticket lag dan weer hoger in Duitsland (7,9 EUR) en Nederland (8,1 EUR).

In de periode 2006-2013 steeg de prijs voor een bioscoopticket in België met 29,5 % (wat overeenkomt met de prijsevolutie van een standaardbioscoopticket gevolgd door de Belgische CPI, ofwel een stijging van 27,1 % tijdens de beschouwde periode), tegenover met gemiddeld 22,36 % in de buurlanden. Meer specifiek bedroeg de toename 21,6 % in Nederland, 32,4 % in Duitsland en slechts 9,4 % in Frankrijk.

⁷³ SABAM, de instantie die verantwoordelijk is voor de verdediging van de belangen van de auteurs van visuele en auditieve producties, is de enige instantie in België die auteursrechten heft op muziek gebruikt in films vertoond in België.

⁷⁴ Door wederzijdse afspraken met buitenlandse zusterbedrijven vertegenwoordigt SABAM ook het internationale muziekrepertoire.

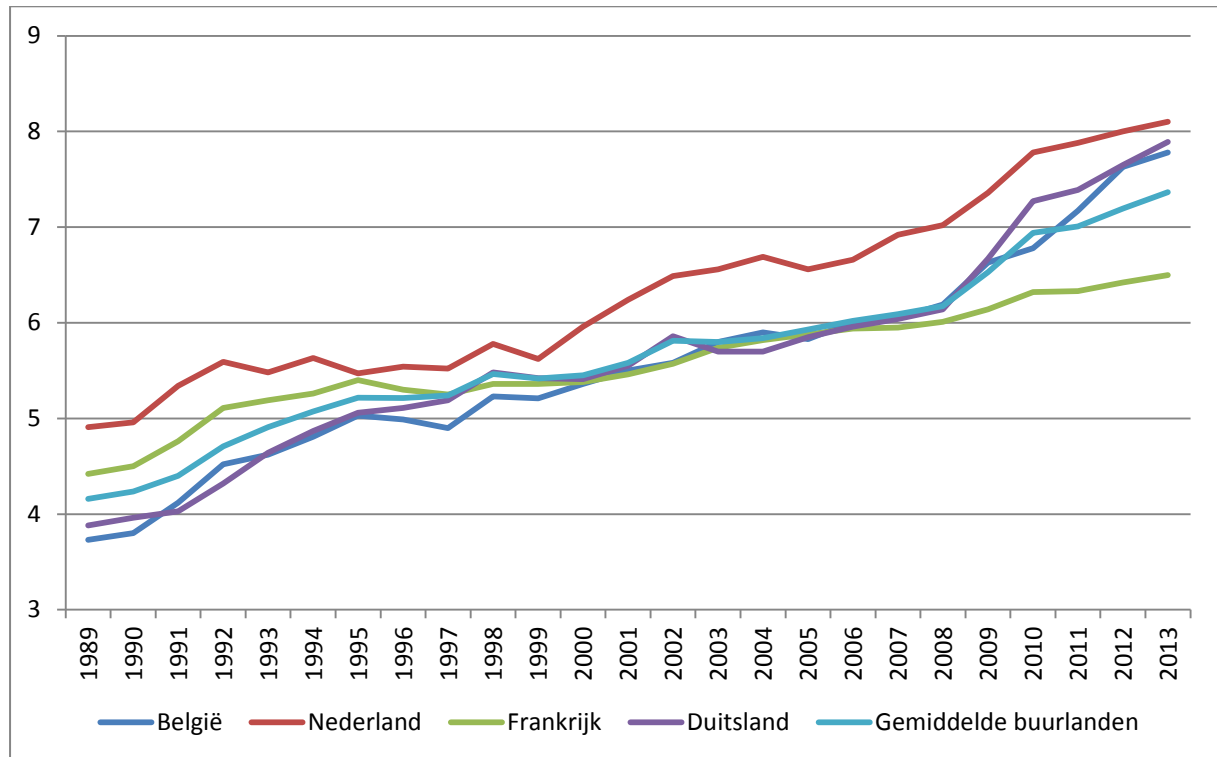
⁷⁵ Zie het jaarcontract voor de uitvoering van muziek tijdens filmvertoningen: SABAM, "[Bioscopen: Muziekuitvoeringen tijdens filmvertoningen](#)".

⁷⁶ Media Salles is een project van het MEDIA-programma van de Europese Unie ("Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle"). Het doel is om de distributie van Europese films in bioscopen te promoten.

Over een langere periode, sinds 1989, zijn de prijzen meer dan verdubbeld (+108,6%) in België, tegenover een gemiddelde groei van 77,1% in de buurlanden (+65,0% in Nederland, +103,4% in Duitsland, +47,1% in Frankrijk).

Grafiek 9. Prijzevolutie van een bioscoopticket in België en in de buurlanden

(In euro)



Bron: Media Salles

4. Financiële analyse van de filmindustrie

4.1 Methodologische overwegingen

De financiële analyse van de filmindustrie, die in dit deel van het onderzoek werd uitgevoerd, is voornamelijk gebaseerd op de resultaten van de sector van bioscoopexploitanten (NACE 5914). De analyse richt zich ook, zij het in beperktere mate, op de andere twee schakels in de keten, namelijk de sector van productie en post-productie van films (NACE 5911-5912) en de film distributiesector (NACE 5913).

Elk van deze schakels wordt geanalyseerd aan de hand van de financiële situatie, de rentabiliteitsratio, maar ook de solvabiliteit- en liquiditeitsratio.

De analyse van de financiële situatie van de filmindustrie werd uitgevoerd met behulp van gegevens van de jaarrekening van de ondernemingen, neergelegd bij de Balanscentrale van de NBB. De analyseperiode loopt van 2008 tot 2014.

De winstgevendheid van de drie schakels in de keten werd berekend op basis van de netto operationele marge van bedrijven⁷⁷. Voor de berekening van deze ratio moet men de omzet en de overige bedrijfsopbrengsten van deze bedrijven kennen, die enkel worden vermeld op volledige jaarrekeningen⁷⁸. Bedrijven in de filmindustrie die geen volledige jaarrekening publiceren werden uitgesloten van de analyse, wat weliswaar de representativiteit van de analyse vermindert. Niettemin vertegenwoordigen de geanalyseerde bedrijven nog steeds een belangrijk deel van de totale geraamde omzet van de betrokken schakel⁷⁹.

De resultaten van de winstgevendheid van de sector van bioscoopexploitanten moeten echter omzichtig benaderd worden. In het kader van deze financiële analyse werden de jaarrekeningen van de verschillende Kinopolis-bedrijven namelijk op eenvoudige manier geaggregeerd door het Prijzenobservatorium. Deze bedrijven onderhouden evenwel onderlinge zakelijke relaties, wat inhoudt dat deze onderlinge financiële transacties, bij eenvoudige optelling, mogelijk dubbel geteld kunnen zijn op groepsniveau. De resultaten van Kinopolis, die geaggregeerd werden door het Prijzenobservatorium, zijn dus geen juiste weergave van de financiële positie van de groep. Bovendien beïnvloeden ze sterk de resultaten van de gehele sector, aangezien Kinopolis de belangrijkste speler is en ongeveer 50% van de totale omzet vertegenwoordigt. De resultaten van de groep kunnen dus een vertekend beeld van de werkelijkheid geven. Ze konden wel iets genuanceerd worden dankzij informatie uit de geconsolideerde

⁷⁷ De netto operationele marge weerspiegelt het resultaat (winst) van de bedrijfsactiviteiten van een onderneming of een sector, ongeacht de financiële en uitzonderlijke resultaten en niet gecorrigeerd voor non-cashflow. Berekening: zie bijlage 2 "Berekeningen verschillende ratio's."

⁷⁸ De volledige of verkorte publicatie van de jaarrekening is afhankelijk van de grootte van de betrokken bedrijven. Alleen grote bedrijven zijn verplicht om hun jaarrekening in te dienen met een volledig overzicht. Kleine bedrijven kunnen een verkorte versie indienen, waarbij de vermelding van de omzet optioneel is.

⁷⁹ In 2014 vertegenwoordigde de sector uitbating van bioscopen (NACE 5914), gebaseerd op de jaarrekeningen van ondernemingen (met volledig overzicht) 76,6 % van de totale omzet van de sector. De totale omzet van de sector wordt berekend op basis van de omzet van de jaarrekening en wanneer deze niet beschikbaar zijn, op basis van de omzet via de btw-aangiften. De omzet van de sector productie/post-productie (NACE 5911-5912) en distributie (NACE 5913) van films en video- en televisieprogramma's vertegenwoordigt respectievelijk 57,2 % en 70,0 % van de geraamde totale omzet van de sector.

jaarrekening van de groep voor de Belgische markt⁸⁰. Door de onvolledigheid van de financiële gegevens in deze geconsolideerde jaarrekening, kon dezelfde aanpak niet gevolgd worden voor de berekening van de solvabiliteit en de liquiditeit van de sector. Deze informatie is toch bijgevoegd en werd kort besproken in de analyse⁸¹.

De indicator voor solvabiliteit meet de financiële onafhankelijkheid van een bedrijf of sector. Die indicator werd berekend op basis van drie ratio's: het eigen vermogen ten opzichte van het balanstotaal, het eigen vermogen ten opzichte van de schuld en de schuld ten opzichte van het eigen vermogen⁸². Hoe groter het eigen vermogen ten opzichte van het balanstotaal (of totale passiva), hoe onafhankelijker de sector is van schulden (of van de financiële middelen van derden). Het wordt algemeen aangenomen dat een bedrijf een sterke solvabiliteit heeft als de ratio eigen vermogen/totaal vermogen meer dan 35 % of 40 % is.

De derde financiële indicator meet de liquiditeit van de verschillende schakels. Die wordt bepaald door het berekenen van de liquiditeitsratio's zowel in nauwe als in brede zin⁸³. Deze ratio meet het vermogen van een bedrijf of sector om op korte termijn aan haar financiële verplichtingen te voldoen. Een ratio van ten minste 1 wordt algemeen beschouwd als de norm en duidt op een goede liquiditeitsstructuur, hoewel de grootste voorzichtigheid nog steeds geboden is.

Voor alle indicatoren werd ook het gemiddelde berekend voor de periode 2008-2014.

4.2 Financiële situatie⁸⁴

De financiële analyse van de filmindustrie is gebaseerd op een beperkt aantal bedrijven geselecteerd op basis van hun NACE-code en op basis van de volledige jaarrekening die zij publiceren. De hieronder vermelde financiële resultaten moeten daarom met de nodige voorzichtigheid worden beschouwd, omdat een aantal van de spelers voor deze analyse werd uitgesloten. Zo zijn kleine bioscopen zoals arthouse-bioscopen niet vertegenwoordigd in de sector van bioscoopexploitanten. Hoewel de geselecteerde bioscopen een aanzienlijk deel van de totale omzet van de sector vertegenwoordigen, kan de voorgestelde steekproef niet worden gezien als een goede afspiegeling van de realiteit van de sector. De bestaande grote bioscoopcomplexen bevinden zich wel in de steekproef en kunnen in grote mate de financiële resultaten van de hele sector beïnvloeden. Dat is bijvoorbeeld het geval met de grootste groep in de sector, Kinopolis, die ongeveer 50% van het totale marktaandeel bezit.

⁸⁰ Omdat het gebruik van de jaarrekening van bedrijven zo moeilijk bleek, was het onmogelijk om een prijs-kostenratio te berekenen. Met deze ratio had de evolutie van de prijs van een bioscoopkaartje gerelateerd kunnen worden aan de evolutie van de kosten die door de uitbaters worden gedragen. Bij gebrek aan beschikbare gegevens, werd deze ratio dus niet opgenomen in de analyse.

⁸¹ Zie tabel 1 van bijlage 3 "Andere tabellen met betrekking tot de financiële en economische analyse".

⁸² Berekening: zie bijlage 2 "Berekeningen verschillende ratio's".

⁸³ Berekening: zie bijlage 2 "Berekeningen verschillende ratio's".

⁸⁴ De geanalyseerde steekproeven van bedrijven variëren sterk tijdens de geanalyseerde periode, maar sommige bedrijven behouden nog steeds hun machtspositie van het ene jaar op het andere.

De winstgevendheid van de filmindustrie

Binnen de filmindustrie werden de laagste jaarlijkse gemiddelde netto operationele marges gegenereerd door de sector van de productie en post-productie van films (5,0%) en door de filmdistributiesector (5,5%). Na de lage marges van respectievelijk 3,7% en 3,9% in 2013, hebben deze twee sectoren hun winstgevendheid zien toenemen in 2014 tot respectievelijk 5,7% en 4,8%⁸⁵. Van 2008 tot 2014 oversteeg de netto operationele marge voor de sector van bioscoopexploitanten de andere twee sectoren en daar bedroeg de netto operationele marge gemiddeld 10,7%. De netto operationele marge lijkt te dalen, na een piek in 2011 van 17,6%⁸⁶. De zwakkere financiële resultaten van de sector voor de jaren 2012, 2013 en 2014 lijken met name te wijten aan de resultaten van de Kinopolis group, hoewel deze vaststelling moet genuanceerd worden.

Tabel 1. De winstgevendheid van de filmindustrie

(In %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gem. 08/14
Netto exploitatiemarge								
Productie en post-productie van films (5911-5912)	5,2	5,9	5,5	4,1	4,9	3,7	5,7	5,0
Distributie van films (5913)	6,2	5,0	7,8	5,6	5,4	3,9	4,8	5,5
Uitbating van bioscoopzalen (5914)	9,3	11,2	13,9	17,6	8,0	7,4	7,4	10,7

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Volgens de gegevens van de jaarrekening van de ondernemingen, noteerde Kinopolis een daling van de winstgevendheid tussen 2011 enerzijds en 2012, 2013, 2014 anderzijds. Net zoals de hele industrie, boekte Kinopolis een forse stijging in 2011 (22,0%), maar zag de groep zijn netto operationele marge dalen tot 5,0% (2012), 5,4% (2013) en 5,0% (2014). Indien de resultaten van Kinopolis worden afgetrokken van deze van de sector van de uitbating van bioscoopzalen, wordt een ander beeld zichtbaar. Gemiddeld voor de periode 2008 tot 2014 kwam de gemiddelde jaarlijkse netto operationele marge van de sector zonder Kinopolis lager uit en bedroeg het 9,1% (tegenover 10,7% inclusief Kinopolis). Maar de winstgevendheid van bedrijven (exclusief Kinopolis) verbeterde tussen enerzijds 2011 en anderzijds 2013, 2014⁸⁷. In die periode trok Kinopolis dus de resultaten van de gehele sector naar beneden.

Tabel 2. Winstgevendheid Kinopolis

(In %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gem. 08/14
Netto exploitatiemarge								
Kinopolis	12,8	14,2	17,8	22,0	5,0	5,4	5,0	11,7

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

⁸⁵ In 2013 noteerden de sector productie en post-productie van films een aanzienlijke daling van het bedrijfsresultaat (9901) en een toename van de omzet (70). De sector distributie van films kende ondertussen een grotere daling van het bedrijfsresultaat (9901) dan van de omzet (70). De financiële situatie van deze twee sectoren keerde echter om in 2014.

⁸⁶ De opwaartse piek van 2011 kan worden verklaard door een grotere stijging van het bedrijfsresultaat van de hele sector uitbating van bioscopen (9901) in vergelijking met de stijging van de omzet (70) van de totale sector.

⁸⁷ De stijging van de netto operationele marge van de sector zonder Kinopolis tussen 2011 en de periode 2012-2013-2014 kan worden verklaard door de stijging van het bedrijfsresultaat (9901) van de geanalyseerde bedrijven, in combinatie met een verlaging van hun omzet (70).

Tabel 3. Winstgevendheid van de sector uitbating van bioscopen in België zonder Kinopolis

(In %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gem 08/14
Netto exploitatiemarge								
Uitbating van bioscoopzalen (5914) zonder Kinopolis	3,7	6,1	7,2	10,4	13,2	11,3	11,9	9,1

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Deze daling van de winstgevendheid van Kinopolis is te wijten aan de sterke daling van het bedrijfsresultaat (9901) van de groep, als gevolg van de gestegen kosten van diensten (61). Maar deze daling van de winstgevendheid moet worden genuanceerd. In zijn balans verduidelijkt het bedrijf dat de stijging van de operationele kosten kan worden verklaard "door een wijziging in het vergoedingsmodel ten aanzien van Kinopolis Group NV". Bovendien moet de dalende winstgevendheid van Kinopolis ook worden vergeleken met de resultaten van de geconsolideerde rekeningen van de groep. Omdat de verschillende bedrijven onderlinge zakelijke relaties onderhouden, kan de eenvoudige optelling van hun financiële resultaten leiden tot een dubbeltelling van bepaalde transacties op groepsniveau. De geanalyseerde geconsolideerde rekeningen van Kinopolis waren daarom erg nuttig om de eerder verkregen resultaten te nuanceren, zodat ze correct konden geïnterpreteerd worden. Deze rekeningen suggereren dat de winstgevendheid van Kinopolis tussen de jaren 2011 enerzijds en 2012, 2013, 2014 anderzijds niet was verzwakt. De netto operationele marge van de groep⁸⁸ werd vastgesteld op 18,1 % in 2011, 17,3 % in 2012, 21,2 % in 2013 en 18,2 % in 2014. Deze vaststelling is identiek voor de gehele sector van bioscoopexploitanten waarvan de financiële resultaten werden gecorrigeerd voor Kinopolis dankzij de geconsolideerde jaarrekeningen van de groep. Tussen 2008 en 2014 bedroeg de gemiddelde jaarlijkse netto operationele marge van de sector 13,1 % (tegenover 10,7 % op basis van de jaarrekeningen van alle bedrijven in de sector). Bovendien verbeterde de rentabiliteit van de sector tussen 2011 en de volgende jaren.

Tabel 4. Winstgevendheid van de sector uitbating van bioscopen, gecorrigeerd voor Kinopolis

(In %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gem 08/14
Netto exploitatiemarge								
Uitbating van bioscoopzalen (5914), gecorrigeerd voor Kinopolis via geconsolideerde rekeningen	7,8	7,4	11,6	15,2	15,7	17,9	16,0	13,1

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Solvabiliteit en liquiditeit van de filmindustrie⁸⁹

In het algemeen kan de sector uitbating van bioscopen het hoofd bieden aan zijn financiële verplichtingen op lange termijn. Meer nog, de solvabiliteit van de sector was goed, tussen 2008 en 2014 met een verhouding tussen het eigen vermogen en de totale activa van 36,6 % en een verhouding tussen eigen vermogen en schulden van 0,6. De solvabiliteit van de sectoren productie/post-productie en distributie van films was daarentegen zwakker in dezelfde periode (met respectievelijke resultaten van 28,6 % en 0,4 voor productie/post-productie en 31,5 % en 0,5 voor distributie).

⁸⁸ Deze informatie is afkomstig uit de geconsolideerde rekeningen van de Kinopolis Group, met daarin de financiële resultaten van België, Frankrijk, Spanje, Nederland en andere landen. De netto operationele marge voor de groep werd specifiek berekend voor België, door middel van een vergelijking tussen het bedrijfsresultaat (9901) en de omzet (70) van Kinopolis.

⁸⁹ Zie tabel 1 van bijlage 3 "Andere tabellen met betrekking tot de financiële en economische analyse".

Met liquiditeitsratio's in strikte en bredere zin groter dan 1, beschikken de sectoren productie/post-productie en distributie van films over voldoende liquiditeit om te voldoen aan de financiële verplichtingen op korte termijn. Dat is echter niet het geval voor de sector uitbating van bioscopen waarbij deze ratio's slechts een jaargemiddelde behaalden van 0,5 tussen 2008 en 2014.

5. Besluit

De filmindustrie in België bestaat uit vier grote schakels. Het gaat om de sectoren voor de productie en post-productie van films (NACE 5911-5912), de filmdistributeurs (NACE 5913), de bioscoopuitbaters (NACE 5914) en andere distributeurs, zoals televisie of dvd-distributeurs. Deze studie focust voornamelijk op de sector uitbating van bioscopen. Deze schakel kwam naar voren uit de horizontale screening als een sector met een hoger risico op een minder goede marktwerking.

De complexe relaties tussen de verschillende schakels van de filmindustrie worden beschreven in het eerste hoofdstuk van deze studie. Na het verwerven van de rechten voor het vertonen van de film in de bioscoop (en eventueel op dvd en/of televisie) van de producers, verkopen de distributeurs de film aan de uitbaters, terwijl ze zelf vaak de promotie ervan zorgen. Toch vertoont de filmsector verschijnselen van verticale concentratie, wat impliceert dat een deel van de bioscoopexploitanten ook actief zijn in verschillende andere schakels van de keten. De keten wordt ook gekenmerkt door de aanwezigheid van horizontale integratie, welke vooral van belang is stroomafwaarts in de keten. Met een Herfindahl-Hirschman Index (HHI) van respectievelijk 174 en 703 in 2014, zijn de sectoren productie/post-productie en distributie van films slechts zwak geconcentreerd. De vijf grootste bedrijven in deze twee sectoren hadden een gezamenlijk marktaandeel van respectievelijk 25,7 % en 54,6 %. De uitbating van bioscopen kwam naar voren als een sterk geconcentreerde sector met een HHI van 2588 in 2014. De vijf grootste bedrijven van die sector vertegenwoordigen 71,4 % van de totale omzet. Op lokaal niveau is de concentratiegraad nog meer uitgesproken: de HHI wordt geschat op ongeveer [5000-6000] in Brussel, maar kan oplopen tot [6000-7000] in Hasselt en zelfs [7000-8000] in Leuven. Via verticale en horizontale concentratie zijn bepaalde bedrijven in staat om te groeien en kunnen ze profiteren van schaalvoordelen voor bepaalde kosten (inclusief managementkosten en kosten voor IT en marketing). Op die manier bouwen ze ook een machtspositie op tegenover hun toeleveranciers. Een hoge concentratiegraad kan derhalve worden beschouwd als een risico voor de goede werking van de filmindustrie gezien de aanwezigheid van dominante spelers op de markt. Daarnaast zorgt concentratie er ook voor dat bedrijven een groter aantal films kunnen aanwerven en aldus het risico op falen beperken. De onzekerheid over het succes van een film verklaart ook de invoering van een subsidiesysteem in België. Er zijn verschillende steunmechanismen voorzien. Zo heeft het Tax Shelter-systeem investeringen in film gestimuleerd en verleende de Federatie Wallonië-Brussel regionale en lokale steun op alle niveaus van de industrie. Het Media-programma van de Europese Unie bood ook ondersteuning aan de sector, met name in de context van de digitalisering van de bioscopen in 2011. Op dit moment zijn alle Belgische bioscopen gedigitaliseerd.

Het tweede hoofdstuk van deze studie onderzoekt in meer detail de werking van de sector van bioscoopexploitanten in België. In 2014 telde België 473 actieve zalen uitgebaut in 89 bioscoopcomplexen. Multiplexen (8 tot 15 schermen) en megaplexen (16 schermen of meer) vertegenwoordigen 28 % van het totaal (tegenover 20 % in 2000). Deze grote bioscoopcomplexen die vanaf de jaren '90 op het toneel verschenen, hebben gezorgd voor een stabilisering van het aantal bioscoopbezoeken na een scherpe daling sinds 1960 (-80,3 % tussen 1960 en 1990). Nadat het bezoekersaantal was gestabiliseerd, begon het zeer recentelijk weer te dalen. De consument ging gemiddeld 1,97 keer per jaar naar de bioscoop in 2010 tegenover 1,87 keer in 2014. De recente daling van het aantal bezoeken is gelijkaardig aan die in Europa waar de sector van bioscoopexploitanten een daling noteerde van 6,3 % qua bezoekersaantal tussen 2010 en 2013, met gemiddeld 1,79 filmbezoeken per inwoner in 2013. De Federatie van de cinema's in België geeft aan dat deze daling gedeeltelijk kan worden verklaard door de verdere ontwikkeling van concurrerende producten (video on demand, catch-up tv ...), maar ook door de groei van illegaal downloaden. Het is voor de sector daarom van belang om verder te blijven moderniseren, zowel qua faciliteiten als qua aanbod. Recente acties zoals "Loyal Star" in samenwerking met Mobistar of het Franse "Cinéma parents non admis" zijn bedoeld om het bioscoopbezoek opnieuw te lanceren en om op lange termijn klanten aan zich te binden. Merk op dat technologische innovaties vooral gebeuren door grote bioscoopuitbaters die dankzij schaalvoordelen

beter in staat zijn om aanzienlijke investeringen te doen. Kleinere spelers kunnen zich onderscheiden van hun concurrenten met een aantrekkelijke prijs en een alternatieve programmering. Het tweede hoofdstuk gaat ook in op de contractuele relatie tussen uitbaters en distributeurs. Een "maximale huurprijs" werd vastgelegd in een ministerieel besluit van 1986 en daarin wordt gespecificeerd welk percentage van de netto-inkomsten maximaal uitbetaald wordt aan de distributeurs (meestal 50 %). In 2014 bedroeg dat aandeel 46,7 %, wat iets lager was dan voorgaande jaren. Deze daling van de huurprijzen kan duiden op een iets sterkere positie van sommige uitbaters tegenover de distributeurs tijdens de contractonderhandelingen. Bovendien lijkt er een verband te zijn tussen de grootte van de bioscoopuitbater, en de machtspositie van de uitbater. Sommige uitbaters slagen er in om interessantere huurprijzen te verkrijgen, volgens de Federatie van cinema's in België.

In hoofdstuk drie van de studie wordt de evolutie en het niveau van de prijs van een bioscoopkaartje onderzocht. Tussen 2006 en 2015 nam de prijs van een standaardbioscoopkaartje sterker toe dan de totale consumentenprijsindex (respectievelijk +33 % en +18 %). In 2015 is de prijs gemiddeld 8,9 EUR (geraamd door het Prijzenobservatorium). Niettemin, zijn de aangeboden prijzen van de verschillende bioscopen in België zeer verschillend met een minimumprijs van 4,5 EUR en een maximumprijs van 10,6 EUR. Deze prijzen variëren ook afhankelijk van de grootte van de bioscoop en liggen tussen de 6 en 8 EUR voor 50 % van de kleinere complexen (minder dan acht zalen) en tussen 8 en 10,25 EUR voor 50 % van de grotere complexen. De toename van de prijs van het bioscoopkaartje de afgelopen jaren kan worden verklaard door de vele investeringen die bioscoopuitbaters gedaan hebben (digitalisering, 3D-zaal ...). Deze toename in ticketprijzen in België is ook meer uitgesproken dan in de buurlanden (+29,5 % tegenover +22,4 % tussen 2006 en 2013). Ook is het opvallend dat de prijs van een bioscoopkaartje verschillende elementen omvat zoals btw, gemeentebelastingen, auteursrecht en het aandeel van de distributeurs, samen zijn deze verschillende kostenfactoren goed voor gemiddeld meer dan 50 % van de bruto-ontvangsten van de uitbaters in 2014.

Het laatste hoofdstuk van het onderzoek heeft betrekking op de financiële situatie van de filmindustrie. De analyse, die gebaseerd is op een beperkt aantal bedrijven, toont aan dat de gemiddelde jaarlijkse netto operationele marge voor de sector van bioscoopuitbaters (met 10,7 %) hoger ligt dan die van de productiesector (5,0 %) en van de distributiesector (5,5 %) tussen 2008 en 2014. De minder goede financiële resultaten voor 2012, 2013 en 2014 voor de sector van bioscoopuitbaters werden aanvankelijk verklaard als een gevolg van de resultaten van Kinopolis. Op basis van informatie uit de geconsolideerde jaarrekening van deze onderneming kon worden vastgesteld dat de daling van de winstgevendheid quasi onbestaan is.

Het huidige cinemalandschap wordt gekenmerkt door een grote aanwezigheid van multiplexen en megaplexen. Het omvangrijke marktaandeel van enkele grote bioscoopuitbaters laat hen toe om te profiteren van schaalvoordelen en om hun machtspositie ten opzichte van de toeleveranciers te versterken. Momenteel lijkt de marktwerking van de sector van bioscoopexploitanten geen probleem te vormen. Maar de hoge concentratiegraad in de sector kan een wig drijven tussen kleine en grote bedrijven en kan moeilijkheden op het vlak van markttoegang genereren voor producers en filmdistributeurs. Vanuit het perspectief van de toeschouwer kan de overheersende aanwezigheid van deze grote groepen gepaard gaan met een aanbod van overwegend commerciële en weinig gedifferentieerde films. Bovendien zijn de prijzen in grote complexen vaak hoger dan in kleine bioscopen. Het bestaan van andere vormen van filmdistributie (dvd, VoD ...) zorgt uiteraard voor een rem op de prijsverhoging. In de toekomst kunnen technologische innovaties in de bioscoop de marktpositie van deze grote complexen nog versterken. Kleinere bioscopen beschikken dan weer wel over een "niche"-activiteit dankzij hun programmering en locatie. Merk ook op dat ondanks de dalende bezoekersaantallen tussen 2010-2014, de situatie van de ganse sector bioscoopuitbaters lijkt te zijn verbeterd in 2015, volgens de voorlopige cijfers van Cinedata. Het filmaanbod en de technologische investeringen hebben gezorgd voor meer interesse voor deze zogenaamde zevende kunst.

6. Bibliografie

Verlagen en onderzoeken

BABEAU Olivier, *Le livre blanc des salles obscures*, Paris, Fédération nationale des cinémas français, 2010.

JAUMAIN Michel et VANDENBULCKE Guy, « L'exploitation cinématographique en Belgique : audience et mutation de l'offre », dans CRISP (éd.), *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 24/1986, n° 1129-1130, p. 1-73

LIVIAN Yves, *Les arrangements institutionnels européens face à un nouveau défi technico-économique : le cas du passage au cinéma numérique*, Université Jean Moulin - Lyon 3, Centre Magellan, juni 2012.

Websites

Belgische Mededingsautoriteit, "[Concentraties](#)"

Belgische Mededingsautoriteit, "[Beslissing BMA-2016-IO-12 van 25 maart 2016 in toepassing van artikel IV.61, § 2, van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wetten van 3 april 2013](#)"

Centre national du cinéma et de l'image animée, « [Bilan 2014](#) »

Cinéma made in Wallonia, « [Financement](#) »

Europese Commissie, "[Arrest van het hof van 13 februari 1979. Hoffmann-La Roche & Co. AG tegen Commissie van de Europese Gemeenschappen](#)"

Europese Commissie, "[Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de regio's kansen en uitdagingen voor de Europese film in het digitale tijdperk](#)"

Europese Commissie, "[Commissie steunt digitalisering van Europese bioscopen](#)"

Europese Commissie, "[Nieuwe Europese filmstrategie om culturele diversiteit en concurrentievermogen in digitale tijdperk nieuwe impuls te geven](#)"

Europese Commissie, « [L'offre restreinte de films incite au téléchargement](#) »

Raad van Europa, « [Eurimages – Fonds de Soutien au Cinéma Européen. Soutien aux salles](#) »

Creative Europe, « [Creative Europe Desk Vlaanderen](#) »

Cultuur - Website Cultuur van de Vlaamse Overheid, "[Multilaterale en internationale steunprogramma's](#)"

De Standaard, "[Digitalisering van buurtbioscopen en arthousecinema's](#)"

DUMON Pieter, "[België is filmparadijs dankzij tax-shelter](#)"

[Europa Cinemas](#)

Europe Creative, « [Desk Europe Créative de la Fédération Wallonie-Bruxelles](#) »

GRESSIER Sylvain, « [L'exploitation cinématographique à l'heure du numérique](#) »

JUSTEL, "[13 maart 1986. Ministerieel besluit betreffende de huurprijs van de films bestemd voor commerciële vertoning](#)"

Kinopolis, "[Jaarverslag 2014](#)"

Kunstenloket, "[Subsidies op Europees niveau](#)"

Kunstenloket, "[Subsidies op regionaal en lokaal niveau](#)"

Kunstenpunt, « [Arthouse. Naar nieuwe werkmodellen](#) »

Kunstenpunt, « [Ketens/Groepen. Van bioscoop naar place to be voor audiovisueel entertainment](#) »

Kunstenpunt, « [Oroep MEDIA - steun voor digitalisering van bioscopen](#) »

MEDIA SALLES, « [Les chiffres clés du cinéma européen](#) »

MORRENS Vincent en DE BRUYNE Marc Henri, "[Resultaten van de studie van uMedia-Deloitte. Tax Shelter: een zeer rendabele belegging voor de Staat](#)"

Prijzenobservatorium, "[Marktwerving in België: horizontale screening van sectoren – februari 2015](#)"

Observatoire européen de l'audiovisuel, « [Annuaire 2014 – Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande – le paysage paneuropéen](#) »,

Europees Parlement, "[Small cinemas need EU help to make the digital switch](#)"

SABAM, "[Bioscopen: muziekuitvoeringen tijdens filmvertoningen](#)"

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Annuaire de l'audiovisuel 2011-2012](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Bilan 2014 : production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Centre du Cinéma](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Image du cinéma belge en Belgique francophone. Etude 2015](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les distributeurs](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les exploitants de salles art et essai](#) »

FOD Economie, "[Exploitation van bioscoopzalen](#)"

FOD Financiën, "[Tax Shelter](#)",

[Screen Flanders](#)

[Taxshelter](#)

Union Internationale des Cinémas, « [Annual Report 2013/2014](#) »

Union Internationale des Cinémas, « [Annual Report 2014/2015](#) »

U.S. Department of Justice, « [Concentration and Market Shares](#) »

VERSTRAETE Alexander, « [Bioscoopuitbaters zijn klagers, maar ik ben vol vertrouwen](#) »

[Vlaams Audiovisueel Fonds](#)

[Wallimage](#)

Lijst van afkortingen

AD	Algemene Directie
B2B	Business to business
Btw	Belasting toegevoegde waarde
BVBA	Besloten Vennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid
CCA	Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel
COCOF	Commission communautaire française
CPI	Consumptieprijsindex
EU	Europese Unie
EUR	Euro
FNCF	Fédération Nationale des Cinémas Français
FOD Economie	Federale overheidsdienst Economie, KMO, Middenstand en Energie
FTE	Full-time equivalent
HD	High definition
HDR	High Dynamic Range
HFR	High Frame Rate
HHI	Herfindahl-Hirschman-Index
IVF	International Video Federation
MEDIA	Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle
NACE	Economische activiteiten nomenclatuur in de Europese Gemeenschap
NBB	Nationale Bank van België
NV	Naamloze Vennootschaap
PM	Pro memorie
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
SABAM	Belgische Vereniging van Auteurs, Componisten en Uitgevers
SACEM	Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique
TSA	Taxe Spéciale Additionnelle
VOD	Video on demand

VPF

Virtual Print Fee (Kosten voor virtuele kopieën)

VZW

Vereniging Zonder Winstoogmerk

Bijlagen

Bijlage 1: Concentratiegraad in de filmindustrie

Tabel 1: Concentratiegraad van de sector uitbating van bioscoopzalen (NACE 5914)

(In % van de omzet, met uitzondering van de HHI)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (raming)
C1	39,7	47,6	50,3	48,3	48,3	48,8	48,4	48,7	49,9	53,6	49,2	46,0	48,3	48,4	(49,5)
C2	46,5	56,5	60,4	61,1	61,3	60,1	58,3	58,1	57,9	61,4	56,0	52,5	55,4	55,8	(57,3)
C3	50,4	60,7	64,6	65,7	66,6	65,5	63,5	63,3	62,9	66,6	60,6	58,5	61,6	61,2	(63,1)
C4	53,1	64,0	67,9	68,8	69,7	68,9	66,7	66,5	66,4	70,4	64,8	62,9	66,4	66,2	(68,1)
C5	55,6	66,9	71,0	70,5	72,1	72,0	69,9	69,7	69,8	74,0	68,1	66,2	69,8	69,3	(71,4)
C6	58,0	67,9	72,2	71,7	74,1	74,1	73,1	72,8	73,0	77,3	70,9	68,6	72,3	71,8	(74,1)
C7	58,7	68,8	73,0	72,8	75,3	75,8	76,2	75,8	76,0	80,5	72,9	70,0	73,8	72,6	(74,9)
C8	59,3	69,4	73,7	73,5	75,9	77,5	76,7	76,2	76,5	81,2	74,3	70,5	74,4	73,1	(75,6)
C9	59,9	69,8	74,3	74,0	76,4	78,5	77,2	76,7	77,0	81,8	74,8	71,0	74,6	73,4	(75,9)
C10	60,4	70,2	74,9	74,5	76,9	79,1	77,6	77,1	77,4	82,2	75,2	71,4	74,8	73,5	(76,1)
HHI	1.659	2.677	2.677	2.536	2.554	2.575	2.507	2.526	2.621	3.012	2.534	2.232	2.465	2.466	(2.588)

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Tabel 2: Concentratiegraad van de sector productie en post-productie van films (NACE 5911-5912)

(In % van de omzet, met uitzondering van de HHI)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (raming)
C1	6,7	8,7	7,8	7,7	6,0	5,5	(6,5)
C2	13,1	16,6	14,5	13,3	10,2	10,4	(12,6)
C3	16,9	21,4	18,9	17,6	14,1	15,0	(18,2)
C4	20,4	25,4	22,3	20,8	17,4	18,1	(23,1)
C5	23,5	27,8	25,6	23,5	20,2	20,6	(25,7)
C6	25,7	30,2	27,5	25,7	22,2	23,2	(28,1)
C7	27,6	32,3	29,4	27,5	24,1	25,2	(30,3)
C8	29,1	34,3	30,9	28,6	26,0	27,2	(32,4)
C9	30,5	35,7	32,2	29,7	27,7	28,7	(33,9)
C10	31,7	37,0	33,4	30,8	29,1	30,1	(35,4)
HHI	146	212	171	149	122	126	(174)

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Tabel 3: Concentratiegraad van de sector distributie van films (NACE 5913)

(In % van de omzet, met uitzondering van de HHI)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (raming)
C1	10,9	12,6	13,3	17,2	15,7	13,1	(15,7)
C2	19,9	23,3	26,3	27,7	30,9	26,2	(28,1)
C3	25,9	30,6	33,7	35,4	38,8	33,8	(36,1)
C4	31,0	36,6	40,0	41,2	46,4	40,7	(41,6)
C5	34,1	41,7	45,2	45,9	52,3	46,0	(45,6)
C6	37,0	46,7	50,3	50,2	57,9	49,6	(49,0)
C7	39,2	50,1	54,8	54,0	62,8	53,1	(51,9)
C8	41,4	53,1	58,0	56,5	67,6	56,2	(53,7)
C9	43,3	55,1	60,9	58,9	71,2	58,1	(54,8)
C10	45,0	56,0	63,7	59,9	74,6	59,2	(55,6)
HHI	298	439	547	568	737	517	(536)

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen

Bijlage 2: Berekeningen verschillende ratio's⁹⁰

Ratio van winstgevendheid

Netto operationele marge (%): (Operationele winst of verlies (9901) + kapitaalsubsidies (9125)) / (omzet (70) + overige bedrijfsopbrengsten (74) - subsidies en compenserende bedragen (740)) 100.

Ratio van solvabiliteit

Eigen vermogen/totaal vermogen (%): (10/15) / (10/49) x 100.

Eigen vermogen/schulden: (10/15) / (17/49)

Schulden/Eigen vermogen: (17/49) / (10/15)

Ratio van liquiditeit

Liquiditeit in strikte zin: (Leningen tot één jaar (40/41) + investering van werkkapitaal (50/53) + beschikbare waarden (54/58)) / schuld op één jaar of meer (42/48).

Liquiditeit in brede zin (voorraden en bestellingen in uitvoering (3) + schuld na één jaar of meer (40/41) + investering van werkkapitaal (50/53) + beschikbare waarden (54/58) + overlopende posten van activa (490/1)) / (schuld na één jaar of meer (42/48) + overlopende posten van passiva (492/3)).

⁹⁰ Op basis van de rekeningen afkomstig van de minimumregeling algemene rekeningen.

Bijlage 3: Andere tabellen met betrekking tot de financiële en economische analyse

Tabel 1: Solvabiliteit en liquiditeit van de filmindustrie

(In eenheden of in %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Gemiddelde 08/14
Productie en post-productie van films (5911-5912)								
Solvabiliteit								
Eigen vermogen/totaal vermogen (%)	26,6	30,9	34,3	31,1	26,8	25,5	24,7	28,6
p.m. Eigen vermogen/schulden	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4
p.m. Schulden/Eigen vermogen	2,7	2,2	1,9	2,2	2,7	2,9	3,0	2,5
Liquiditeit								
Liquiditeit (in strikte zin)	1,1	0,9	1,0	1,0	1,2	1,3	1,2	1,1
Liquiditeit (in brede zin)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0
Distributie van films (5913)								
Solvabiliteit								
Eigen vermogen/totaal vermogen (%)	30,2	26,6	33,3	39,2	32,4	25,7	33,1	31,5
p.m. Eigen vermogen/schulden	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5	0,3	0,5	0,5
p.m. Schulden/Eigen vermogen	2,3	2,8	2,0	1,5	2,0	2,9	2,0	2,2
Liquiditeit								
Liquiditeit (in strikte zin)	1,2	1,3	1,2	1,4	1,1	0,9	1,2	1,2
Liquiditeit (in brede zin)	1,4	1,4	1,3	1,6	1,3	1,3	1,5	1,4
Uitbating van bioscoopzalen (5914)								
Solvabiliteit								
Eigen vermogen/totaal vermogen (%)	29,8	32,8	21,7	28,7	44,7	48,3	50,4	36,6
p.m. Eigen vermogen/schulden	0,4	0,5	0,3	0,4	0,8	1,0	1,0	0,6
p.m. Schulden/Eigen vermogen	2,3	2,0	3,6	2,4	1,2	1,0	1,0	1,9
Liquiditeit								
Liquiditeit (in strikte zin)	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5
Liquiditeit (in brede zin)	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5

Bronnen: NBB (Balanscentrale), FOD Economie, eigen berekeningen