

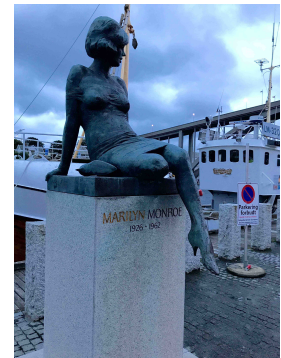
Rapport från Haugesund filmfestival augusti 2017 av Christina Olofson



I helgen den 19:e augusti inleddes den norska filmfestivalen i Haugesund, The 45th Norwegian International Film Festival Haugesund.

Under 45 år har de anordnat filmfestival, och visat nya nordiska och utländska filmer, specialprogram av olika slag och seminarier. Under festivalen äger också Amanda-utdelningen rum, motsvarande Sveriges Guldbagge. Länk till Amandavinnarna <https://filmfestivalen.no/her-er-amandavinnerne-2017/>

I Haugesund finns världens enda staty av Marilyn Monroe, gjord av Nils Aas Marilyn Monroes far, Martin Edward Mortensen, kom från Haugesund.



Under söndagen och måndagen deltog jag i två seminarier;

Det smale mangfoldet - kinomarkedet etter digitaliseringen.

Vilka är förändringarna vid analoga respektive digitala biografvisningar? Ett seminarium i samarbete med norska Handelshögskolan BI/ Centre for Creative Industries (BI:CCI) og Film & Kino. Seminariet utgick från en pågående studie av forskarna Terje Gaustad och Øjvind Torp, om hur digitaliseringen av film påverkar mångfalden av visade och distribuerade filmer på bio. Studien omfattar biograf satta filmer från år 2010 fram till idag, 2017. Frågan de ställer säljer biograferna fler biljetter men till färre titlar?

”Blockhouseffekten” som forskaren Anita Elbesse, professor Harvard Business School kallar det och hon hävdar att det blir resultatet. Eller blir det som Chris Andersons teori beskriver ”long tail- effekten” det vill säga ett längre liv för titlarna. Visserligen har de så kallade ”blockbusterfilmerna” ökat sin publik, men de kan också påvisa att de, smala titlarna, får ett längre liv genom olika arrangemang utanför den normala distributionen. Filmen kan finnas kvar längre på biografen och det ger möjligheter till olika arrangemang och specialvisningar efter att de ordinarie visningarna är klara. Det skapar en dynamik när det gäller biografens programsättning. specialvisningar och inte vanlig programsättning.

Lansering och marknadsföring av en film är än viktigare idag menade de två forskarna. De underströk också betydelsen av lokala arrangemang i samband med filmvisningar, något som uppskattades av publiken. Det kunde chefen från Tysvær kulturhus, som ligger utanför Haugesund, vittna om. De har ökat publikantalet från 7 000 till 30 000 sedan biografen digitaliserades för några år sedan. Han ser en positiv trend för biograffilmen. Han talade också om sociala mediers betydelse för att få publik till biografen. Flexibilitet när det gäller utbudet och arrangemang betyder mycket för att nå publiken.



Under måndagen ägde nästa seminarium rum.

Den Nordiske Broen” - Hvordan løfte

Nordisk innhold i den digitale tidsalderen?

Hur stärka nordiskt innehåll i den digitala tiden?

Seminariet handlade företrädesvis om att de nordiska länderna är små marknader och att det är svårt att bygga affärsmodeller som hanterar ett nationellt innehåll. Den nordiska filmen står inför stora utmaningar innehållsligt och

ekonomiskt. Vad kan vi lära av varandra och hur gör andra länder i Europa för att lösa utmaningarna vi står inför, när det gäller finansiering?

Kulturminister Linda Hofstad Helleland (Højre) inledningstalade vid det Nordiska filmpolitiska seminariet som ägde rum i samarbete med Nordisk Film & Tv-fond, Norska Filminstitutet, (NFI) och Norsk Filmfestival i Haugesund. Seminariet ingår i det norska ordförandeskapet i Nordiska ministerrådet 2017 där Norge har ordförandeskapet i år.

Vi, Nordiska Filmregissörer, hade hoppats att alla de nordiska kulturministrarna skulle medverka vid festivalen i år. Det hade givit oss filmregissörer en möjlighet att diskutera filmfrågorna på en nordisk nivå, konstnärligt och ekonomiskt. Nu blev det inte så.

Kulturministern talade om behovet av att stärka det nordiska innehållet i en digital era både inom film och Tv-drama. Hon lanserade en ny fond inom Nordisk Film och tv-fond, The ‘Nordisk Stor Film Fond’ med en budget på €3m för att stödja en eller två Nordiska ”blockbusters” varje år. Flera producenter efterfrågar möjligheten att göra Nordiska filmer med större budgetar. Hennes exempel var *Thelma* av Jacob Trier och *The Square* av Ruben Östlund. Allt för att filmerna skall exporteras till större marknader. Frågan kommer upp i november på nordiska ministerrådets möte. Helleland underströk behovet av att i vår digitala era skapa nya former av finansiering och distribution för att säkra publik och mångfald av innehåll i film och tv. “We must think of developing big films with artistic ambitions, that have the ability to attract larger audiences and widen the presence of Nordic film.” Är det svaret på Nordin står film fund?

Det första halvåret har Norge haft de bästa besöksiffrorna på bio på tio år. I Norge infördes 2016 ”incentive-ordningen” det vill säga ”skatterabatt” när det gäller film. Island var först med detta och nu införs det även i Finland. Hur det blir med liknande ordning i Sverige vet vi ännu inte. I december i år skall en utredning lägga fram vad de har kommit fram till.

Roberto Olla, direktör Eurimage, talade om samproduktioner ur ett europeiskt perspektiv och berömde de nordiska länderna för att filmprojekten var oerhört väl utvecklade innan produktionen startade. Motsatsen menade han var länderna i södra Europa som kunde gå igång med produktion på ”version 3”. Han redovisade statistik. I Eurimage ingår 37 europeiska länder + Kanada. Mellan åren 2005 och 2016 har Eurimage givit medel till 122 spelfilmer, 13 dokumentärer och 10 animationer, av detta är 16 barnfilmer varav 9 animationer. 19 svenska filmer har fått stöd från Eurimage. 18 % är helt nordiska samproduktioner resten med övriga länder. Sverige skilde ut sig menade han genom att samproducera med många fler olika länder jämfört med övriga nordiska länder. Produktioner som är regi-drivna, till exempel Roy Andersson och

Erik Poppe har alltid samma samproducenter, medan producent-drivna serier var de kan få finansiering. Av filmerna som Eurimage har stött är 67 % inspelade i Norden och 86 % gör post-produktion i Norden.

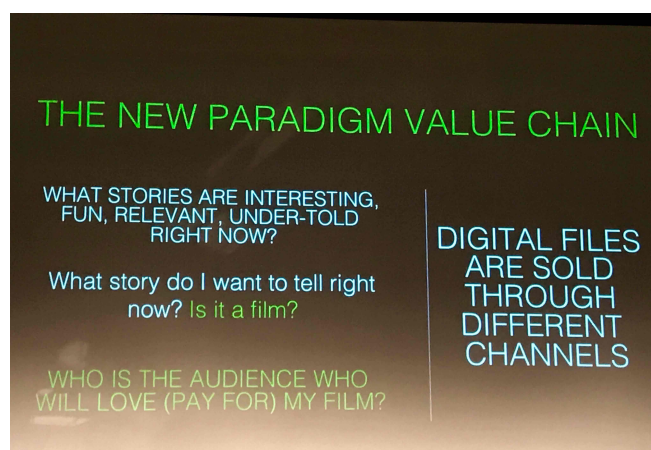
Petri Kemppinen, administrativ direktör Nordisk Film & Tv Fond, fortsatte och talade om vilka filmer, spel- och dokumentärfilmer som "reser" över gränserna. Nordisk Film & Tv fond började som en fond för att stödja film idag ges stöd till lika många filmer som tv-drama. Han exemplifierade med TV-serierna, *Bron*, svensk tv-serie, *Occupied/Ockuperad*, norsk tv-serie och den isländska tv-serien *Trapped/Fångade*. När det gäller dokumentärerna har de en mer global, politisk inverkan än "stor" publik. När det gäller spelfilmerna var två av fem Oscarskandidater förra året, *En man som heter Ove*, regi Hannes Holm och den danska dokumentärfilmen *Land of Mine* regi Martin Zandvliet. Hollywood-filmer och mycket lokala filmer dominerar i de nordiska länderna.

Fonden har nått sina mål menar Petri Kemppinen. Nordisk Film & Tv fond toppar finansierar och har en budget på €10m. "It takes talent and time to discover these ideas and money to make them real."

Johanna Koljonen, CEO Participation Design Agency, journalist, författare och media analytiker och som står bakom Nostradamus, som publiceras årligen vid Göteborg Film Festival och kan laddas ner, nostradamusproject.org.

Johanna Koljonen talade om teknologi och innehåll och vad de betyder för varandra. Hon ställde frågan "what is a film" och diskuterade frågan utifrån fönster-politik och digitaliserings betydelse. Hon menar att det är viktigt att stödja utveckling av konstnärlig film. Filmen exporterar och har "brand value" för landet.

Tidigare spelades film in på film, distribuerades på film och visades på bio - alla fönster var skilda från varandra. Varje fönster hade sin teknologi.



Idag finns det ett nytt paradigm för film i och med digitaliseringen. Alla fönster överlappar varandra och konsumtion av film sker på diverse enheter. Hon konstaterar att filmen behöver offentligt stöd och understryker ett strategiskt tänkande på politisk nivå.

Johanna Koljonen samtalade därefter med Petri Kemppinen, Roberto Olla om ifall det finns en speciell nordisk film, en nordisk smak. Kemppinen menade att det inte finns men att televisionen har

knutit samman länderna genom tv-serierna. Även

Olla menade att det inte finns en speciell fransk eller nordisk film utan det beror på vem regissören är. Han menar också att nordisk film är väldigt bra på återbetalning vilket betyder att de cirkulerar mycket – festivaler och försäljningar. Än en gång, understryker han vikten av marknadsföring och lansering av filmerna. De konstaterar också att i USA kallas alla filmer på ett annat språk än engelska för art house filmer. Det finns ett vakuum mellan filmer med enorma budgetar och filmer med låg budget. Kemppinen menade att de måste stödja lågbudget filmer när det gäller distribution. Olla ställer frågan om hur många filmer kan vi göra särskilt när det är beroende av offentliga stödmedel?

Därefter följde **Peter Dinges direktör i den tyska filmfonden Die Filmförderungsanstalt (FFA) och generalsekreterare i European Film Agency Directors (EFAD)**. Hans svar på frågan, hur skall den nordiska filmen stärkas, var retoriskt, vad skall stärkas? Med det menade han att den nordiska filmen är stark men det som behövs är publikutveckling liksom utveckling av finansieringsmodeller. Han talade om att mångfald, "cultural diversity" måste reflekteras i den europeiska filmen. Den nordiska filmen framstår som ett gott exempel för den tyska filmen. Varje system har sina styrkor och svagheter och i dag gäller det att vi anpassar oss till den digitala revolutionen för att som han menade inte bli som dinosaurers.

Framtidens utmaningar består av politiska, ekonomiska och juridiska förändringar av såväl media som samhällsläget i Europa och världen. Hans devis var; "fail, learn it and succeed", misslyckas, lära av det och lyckas. Den europeiska filmen är specifik i förhållande till antalet mainstream filmer från USA. Det har att göra med mångfalden av kulturer, språk, traditioner och historia som Europa består av. Samtidigt exporteras endast en av fem filmer utanför Europa. VOD-plattformens distributionen domineras av amerikansk film, 58 % och endast 22 % tilldelas europeisk film.

Det Europeiska Mediaprogrammet främjar europeisk film till exempel European Film Award och Europa Cinema som främjar europeisk film på bio. I Tyskland finns en digital plattform, Panterflix.com som visar europeiskt innehåll för alla europeiska innevånare. En plattform där var och en kan lägga upp sin film mot en låg distributionsavgift. Sökmotorn innefattar mängder av data till exempel om vilka som ser filmerna, affärsmodeller och information om framtida distribution världen över.

På den juridiska nivån finns AVMS-direktivet, Audiovisual Media Service Directive Digital Single Market. Direktivet är av betydelse för hur online-tjänsterna kan delta i finansiering av europeisk film. I maj förra året, 2016, antogs en reviderad lagstiftning inom EU av direktivet. Direktivet reglerar samordning av nationell lagstiftning på EU-nivå inom bland annat främjande och distribution av europeiska verk och kommersiell kommunikation.

Det reviderade direktivet innebär till exempel att internet leverantörernas programkataloger skall innehålla en kvot på minst 30 % europeiskt innehåll tidigare var kvoten 20 %. Frankrike har en kvot på 60 % online av europeisk produktion varav kvoten för fransk produktion är 40 %. Europeisk film måste göras mer populär, synlig och tillgänglig genom information och marknadsföring. Ingen ser en film enbart på grund av dess tekniska tillgänglighet. Intressant. Hur kan vi göra det och hur kan vi mäta en films framgång?

Den belgiska modellen, genom myndigheten CSA, har förhandlat med varje leverantör och gjort en ömsesidig överenskommelse om visning och marknadsföring av filmproduktioner. Online måste marknadsföra våra produktioner och det möjliggörs av det reviderade direktivet. I och med det reviderade direktivet finns rätten för medlemsstaterna att kräva av de olika plattformarna även om de är etablerade i andra medlemsländer att bidra till finansiering av europeiska verk. De kan göra detta antingen i direkta investeringar av produktioner eller till fonderna och då i form av till exempel en avgift.

I Tyskland betalas en avgift från bio, video, VOD och Tv-bolagsvisningarna. (Jämför med Sveriges Filmregissörers remissvar angående finansiering av film). De betalar en avgift på omsättningen och avgiften är 1,8- 2,5 % och bygger på att företagen har en omsättning över €20m. Det gäller spelfilm på tyska riktade till den tyska marknaden. Avgiften gäller för nationella och internationella VOD företag. Detta menar de är en fråga om rättvisa då europeiska företag gör vinst på europeiska verk och då skall också vara med och betala för verken. Netflix får till exempel stöd till produktioner från nationella fonder och då är det inte mer än rätt att de betalar in en avgift till den nationella produktionen. "No tax free islands no levy free island in Europe".

Netflix och Apple har stämt Kommissionen, inför den Europeiska domstolen, för beslutet om avgifter. Google avvaktar. Amazon följer Kommissionens beslut om att betala avgift. Peter Dinges är övertygad om att även om direktivet ses som ogiltigt av domstolen kommer Kommissionen att upprepa kravet på att utländska VOD företag skall inkluderas i att betala en avgift eller investering i filmproduktion. Direktivet är förutsättning för vidare förhandlingar.

Just nu är detta en tysk fråga men kan snart bli en fransk, kroatisk tjeckisk, belgisk eller portugisisk fråga då dessa har avgiftssystem och/eller krav på investering i de nationella fonderna. Han understryker betydelsen av detta då privata investeringar minskar i filmproduktion och budgetarna blir högre och högre. Vi måste menade han stärka vårt nationella och europeiska innehåll i filmerna.

Slutligen tog han upp oron inför ”country of origin” som innebär att det är en pan-europeisk licens, det vill säga det finns inget behov av att förhandla land för land och det riskerar den europeiska filmen. Idag kan producenter licensiera filmen för olika länder och därmed finansiera filmen. Det skulle bli en omöjlighet såvida ”country of origin” genomföres.

Den digitala tiden och nya vägar för onlinedistributionen innebär att nationella gränser rivs ner och globala lösningar behövs för gemensamma mål. I sin avslutning talade han för en hög kvalitativ europeisk filmproduktion i ett blomstrande film landskap som publiken erbjuds. Låt oss arbeta tillsammans för att möta utmaningarna vi står inför.

Nästa punkt på seminariet var TV-produktionen, *Skam*. Ett exempel på en otroligt lyckad och framgångsrik Tv-serie för unga människor. **Vilde Schanke Sundet, medieforskare och doktorand på Høgskolen i Innlandet**, rapporterade från sitt forskningsprojekt och ställde frågan vad kan vi lära av *Skam*? Målgruppen var bestämd och tematiken var efterlängtat. *Skam* gjordes för 16-åriga unga flickor och *utgångspunkten var, hur får vi tillbaka ungdomen till tv?* Hon drar olika lärdomar från att ha arbetat med en liten budget. Budgeten för två säsonger var 10 miljoner. De lade ner oändligt mycket arbete på research och utveckling. Det var ett behovsdrivet projekt som använde sig av sociala media på alla plan. Serien är spridd långt utanför Norge och har påverkat synen på hur språk kan spridas och vad som händer när alla talar om ”samma sak” över gränserna.

Seminariedagen avslutades med en paneldebatt. I panelen deltog representanter från de nordiska ländernas produktions- och visningskedjor, Lone Korslund, Nordisk filmdistribution, Claus Ladegaard, Danska Filminstitutet, Synnøve Hørsdal, Maipo Film (produktionsbolag i Norge), Fredrik Ljungberg, Viaplay, Jannicke Haugen, Nordisk Film Kino och den modererades av Silje Riise Næss, spelfilms- och dramkonsulent på Norska Filminstitutet.

Panelen diskuterade hur nordisk film och tv-serier skall tillgängliggöras i nya visningstjänster för publiken och hur framtidens finansiering skall se ut. Kan vi hitta bra lösningar för medfinansiering så att alla leden i värdekedjan som tjänar pengar på spridning av filmer och serier också kan bidra till att finansiera ny nordisk innehållsproduktion?

De diskuterade förslaget om en ny **Stor fond** för nordiska samproduktioner. Det är viktigt att det tillkommer nya pengar till den och att det inte tas från existerande fonder. Ladegaard, Danska Filminstitutet, talade om flexibilitet när det gäller antal produktioner. Idag gör de 22 spelfilmer men i framtiden kanske de endast skall göra 15 spelfilmer. Det handlar om finansieringsstrukturen och att de nordiska länderna har en liten marknad och att våra språk är små. Panelen gav uttryck för att man skall se på Norden som EN marknad. De var också bekymrade över ”talangflykten” till Hollywood. Fokus, menade Korslund, Nordisk filmdistribution, måste ligga på det kommersiella filmerna. Idag hanterar de c:a 40 titlar. De tar stora ekonomiska risker och svårigheterna ligger i rättighetsfrågorna, fönsterstrukturen. Detta höll Ljungberg, Viaplay, med om. Viaplay

vill gå in i fler spelfilmer men då måste fönsterfrågorna lösas på annat sätt. Vissa Tv-stationer har en alldeles för traditionell syn på fönsterfrågorna och det försvårar finansieringsstrukturen menade Korslund. Lösningen är att se varje film för sig och vilka möjligheter den har. I Danmark går en film fyra månader på bio, de mindre filmerna kanske två till tre veckor därefter är filmen ”död”. Panelen diskuterade också sommarpremiärer, vem vågar vara först med filmpremiär på sommaren undrade Hørsdal, Maipo Film? Den stora frågan är, hur kan de tjäna pengar på nordisk film? Insatser och risker är stora.

Elisabeth Sjaastad, Norsk Filmforbund, begärde ordet och berättade om Nettkino som är ett pilotprojekt med stöd från norska utbildningsdepartementet. Nettkino är ett projekt som skall förkorta tiden mellan bio och andra ”fönster”. Många kvalitetsfilmer går en kort tid på bio och sedan tar det tid innan de blir tillgängliga för publiken igen och i det mellanrummet skall Nettkino verka som en strömningstjänst, ett ”mellanfönster”. Det innebär att kvalitetsfilm snabbare kan ses av publiken till en rimlig kostnad. Just nu arbetar de med 8 filmer. Publikmottagandet är väldigt gott. Hur VOD distributörerna reagerar är ännu oklart. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/m613p/Det-kan-ta-maneder-for-en-kinofilm-blir-lovlig-tilgjengelig-pa-nett-Det-vil-denne-gjengen-gjore-noe-med>

Dagen avslutades av statssekreteraren Bård Folke Fredriksen underströk betydelsen av de små filmerna liksom de stora – budgetmässigt och innehållsligt. Stor betydelse är att bygga relationer med publiken. Kulturens betydelse, menade han gör att människor kommer närmare varandra. De har en utredning pågående om hur penningströmmen ser ut, från produktion till distribution till visning av filmerna. Den skall vara klar i december.

En lång dag till ända...

