

Kulturdepartementet  
PB 8030 Dep  
0030 OSLO

Vår ref  
201400224-2

Arkivkode  
008

Saksbehandler  
GP

Deres ref

Dato  
18.11.2014

## HØRING - UTREDNING AV ØKONOMI OG PENGESTRØMMER I NORSK FILMBRANSJE

Det vises til høringsbrev datert 15.08.14. Film & Kino leverer med dette sitt hørings svar til «Åpen framtid», en utredning om økonomi og pengestrømmer i norsk filmbransje. Svar avgis på vegne av norske kinoer. Film & Kino kommer derfor i særlig grad til å konsentrere sitt svar om utredningens anbefalinger og sannsynlige konsekvenser av disse. Film & Kinos hørings svar er basert på de erfaringer norske kinoer har gjort med konsekvensene av dagens tilskuddssystem.

### **Ingen dramatisk omlegging, men nødvendige forbedringer**

Film & Kino støtter hovedkonklusjonen i utredningen, at tiden ikke er inne for en dramatisk omlegging av den norske filmpolitikken. Den utviklingen som er skjedd i norsk film som resultat av filmmeldingen i 2007, har vært positiv både for kinoene og for publikum. Vi har fått flere filmer, både brede markedsfilmer og smalere kunstneriske filmer, og norske filmer er igjen blitt populære. Det foreligger likevel et forbedringspotensial, slik rapporten fremhever. Ikke minst er det nødvendig med en konsentrasjon i antall støtteordninger og tilgjengelige ressurser.

Film & Kino støtter på denne bakgrunn utredningen når den anbefaler at:

- volummålet for kinofilmer reduseres
- terskelen for tilgang til etterhåndstilskudd heves betraktelig
- antallet tildelinger under markedsordningen økes, samtidig som vurderingskriteriene utvides
- tilskuddene til den enkelte film under konsulentordningen økes, men konsentreres om et lavere antall produksjoner
- lanseringsmidlene som frigjøres pga et lavere antall filmer, benyttes til å styrke lanseringen av smalere filmer
- hele tilskuddssystemet gjennomgås med tanke på å myke opp eller fjerne krav og definisjoner som tvinger filmproduksjoner inn i smale sjangerdefinisjoner

Vi kommer nærmere tilbake til disse punktene.

Vi vil også fremheve utredningens anbefaling av et sterkere statlig engasjement for å øke bidragene fra de nye digitale distribusjonskanalene til filmformidling. Dette er ikke bare viktig for å styrke økonomien i filmbransjen, men også for å opprettholde Film & Kinos filmkulturelle støtteordninger som blant annet er helt avgjørende for å sikre smal film til norske kinoer. Likedan vil vi, som utredningen, understreke behovet for et høyt offentlig tilskuddsnivå. Dette er viktig både for å sikre private investeringer og for å sikre kvaliteten i norsk filmproduksjon.

På visse punkter tillater vi oss å være skeptiske til kreative forslag i rapporten, som «at det kan være aktuelt å vurdere om andre lanseringskanaler enn solgte billetter på norske kinoer kan være aktuelt som kvalifiseringsgrunnlag for etterhåndstilskudd» (s. 147, kapittel 7). For det første er filmproduksjon kostbart og uten kinoinntektene, som rapporten selv fastslår er den viktigste inntektskilden, er det vanskelig å se for seg hvordan filmene skal kunne ha håp om å gå med overskudd og dermed bidra til produksjonsselskapenes økonomi. Dernest vil en slik støtte til film som eventuelt sikter seg inn mot andre plattformer tappe denne ordningen for viktige midler.

Noe av samme argumentasjonen kan brukes mot forslaget om «utprøving av utradisjonelle lanseringsmodeller» (s.149, kap. 7). Utradisjonelle kanaler og måter å lansere film på må gjerne utprøves, men lansering på andre plattformer (som eksemplet «Jakten på Berlusconi» som først var tenkt vist 48 timer på TV2 Sumo før kinolansering) vil åpenbart svekke kinoenes interesser for filmen og filmens muligheter til å hente inntekter fra norske kinoer.

Derimot må det naturligvis nøye vurderes hvor stort hver enkelt films «vindu» (tiden fra kinopremiere til lansering på DVD/BD og digitale plattformer) skal være for å maksimere den enkelte films potensial for å oppnå størst mulig effekt av filmens lanseringsbudsjett (Danmark og Sverige har i større grad rigide regler som «122 dager» fra kinopremiere)

### **Redusere antall kinofilmer**

Et høyt antall norske filmer er viktig for kinoene. Men dagens system av støtteordninger og særlig det lave terskelnivået for etterhåndsstøtte har medført en uheldig utvikling i antall lavbudsjettfilmer. Vi har fått en markant økning i antall filmer som produseres uten forhåndsstøtte, eller med for lav forhåndsstøtte. Noe som igjen har resultert i manglende muligheter til å utvikle og gjennomarbeide selve filmprosjektet. Resultatet er at disse filmene ikke har oppnådd den kvalitet som er nødvendig for å nå frem til kinopublikum og de har endt opp med lave besøkstall. Dette er uheldig, ikke bare fordi det skuffer publikum som igjen lett kan få et negativt inntrykk av norske filmer, men også fordi det fører til store underskudd og dårlig lønnsomhet i produksjonsbransjen.

Som understreket i utredningen, gir tre av fire norske kinofilmer underskudd på egenkapitalen og over halvparten av disse har et underskudd på mer enn 50 prosent. Når ikke flere produksjonsselskap bukker under, skyldes dette at selskapene i større grad lever av marginene på produksjonsaktiviteten enn av markedsinntektene. Dette fører til en ond sirkel: For mange filmer settes i produksjon på for lave budsjetter, med for svak finansiering og med urealistiske forventninger til publikumsmottagelse. Samtidig gjør den dårlige soliditeten i produksjonsbransjen kombinert med underfinansiering av det enkelte prosjekt, at det blir mindre fristende for private aktører å satse på film.

Måltallet for kinofilm bør derfor reduseres, og de elementene i støttesystemet som driver opp produksjonsvolumet for kinofilm, endres. Dette gjelder både etterhåndsstøtten og tendensen til å gi for lave forhåndstilskudd innenfor konsulentssystemet. Likedan bør man vurdere å redusere antall støtteordninger og konsentrere midlene om de viktigste, markedsordningen og konsulentordningen.

### **Etterhåndstilskuddet**

Etterhåndstilskuddet er viktig for kinoene, fordi det bidrar til å øke produsentenes interesser for å selge flere billetter og øke besøkstallene på kino. Dagens ordning fungerer imidlertid ikke etter hensikten. Det lave terskeltallet på 10.000 besøk har som nevnt, ført til for mange lavbudsjettfilmer uten tilstrekkelig kvalitet. Systemet gjør det attraktivt å spekulere i underfinansiering for å oppnå de nødvendige 10.000 besøk som utløser en støtte som kan redde økonomien i prosjektet. Dette gir feil fokus, og svekker produsentens interesse for å selge kinobilletter etter passerte 10.000 besøk. Noe som igjen resulterer i at kinoene ikke får den nødvendige drahjelp til lansering og markedsføring av filmen, foruten at det svekker hele inntektsgrunnlaget i bransjen.

Film & Kino støtter utredningens anbefaling av at etterhåndsstøtten beholdes, men at terskelverdien for film uten forhåndstilskudd økes til et sted mellom 20.000 og 40.000 solgte kinobilletter.

### **Markedsordningen**

For kinoene er store populære publikumsfilmer viktige. Det er disse som sikrer inntjeningen og gjør at befolkningen får et godt forhold til norsk film. Filmer støttet gjennom markedsordningen er planlagt med sikte på høye besøkstall og ender gjerne opp som publikumssuksesser. Ikke minst gjelder dette noen av de best besøkte barnefilmene som er produsert de siste årene.

Utredningen anbefaler å vurdere grensetrekningen mellom markedsordningen og konsulentordningen og gjøre vurderingsgrunnlaget for markedsfilmer bredere enn det nå er, mer i retning av den danske ordningen. Film & Kino mener dette kan være fornuftig, og vil ikke minst understreke utredningens anbefaling av at det åpnes for større variasjon i produksjonsbudsjettene for markedsfilm. Det er ikke minst viktig at «mellomfilmer» med sikte på å nå et publikumsbesøk på mellom 70.000 og 200.000 ikke faller mellom to stoler, fordi de regnes for kommersielle til konsulentvurdering og faller gjennom i dagens markedsvurderinger i forhold til filmer med et potensial på 200-300.000 besøk eller mer. Endringen vil kreve at markedsordningen får en noe høyere andel av de samlede fondsmidlene enn i dag. Film & Kino mener dette er en riktig utvikling.

### **Konsulentordningen**

Konsulentordningen er viktig for å sikre kinoene et bredt repertoar med et godt utvalg av film i alle sjangre der også den smalere kunstneriske filmen finner sin plass. Imidlertid er midlene i denne ordningen smurt for tynt utover de senere årene, antagelig for å nå målene om 25 spillefilmer årlig. Også dette har resultert i filmer med for lave budsjett og manglende muligheter til å realisere filmskapernes visjoner. Stikk i strid med hva som er intensjonen, bidrar derfor også konsulentordningen til å svekke muligheten til å nå de kunstneriske og kulturpolitiske målene i filmpolitikken.

Film & Kino mener derfor det er riktig å følge utredningens anbefalinger om at det innenfor konsulentssystemet generelt bør gis større tilskudd, men til et lavere antall filmer. Ved en justert grensdragning mot markedsfilmer som gjør at noen av filmene som i dag støttes under konsulentordningen i fremtiden går inn i markedsordningen og et redusert antall filmer i konsulentordningen, vil de filmene som får forhåndsstøtte gis større muligheter til å ende opp med et realistisk produksjonsbudsjett. Dette kan bidra til gi filmer med bedre kvalitet enn hva vi har sett eksempler på de siste årene.

Av samme årsak mener vi det bør vurderes å gi en større andel av finansieringen som forhåndstilskudd for de aller smaleste filmene med lavt publikumspotensial, dersom terskelverdien for etterhåndsstøtte heves.

### **Lanseringstilskuddene**

Film & Kino har lenge påpekt at en for stor andel av den samlede filmpotten går til produksjon, mens lanseringstilskuddene, særlig til smalere filmer, har vært for små. Generelt sett har det siden filmmeldingen i 2007 vært lagt for stor vekt på produksjon og for liten vekt på formidling. Vi mener dette er en medvirkende årsak til at filmer som roses av kritikerne og oppnår priser på internasjonale filmfestivaler, generelt sett oppnår for lave publikumstall i Norge. For små lanseringspotter og for dårlige lanseringsplaner må ta hoveddelen av skylda, men reduserte midler til andre formidlingstiltak og lav status for det generelle filmkulturelle arbeidet er også en medvirkende årsak til at møtet mellom film og publikum nedprioriteres. Foruten, som tidligere nevnt, at den lave terskelverdien for etterhåndsstøtte har gjort det mer lønnsomt å produsere filmer enn å selge dem.

Film & Kino støtter utredningens anbefaling om å beholde ordningen med lanseringstilskudd og benytte midlene som frigjøres på grunn av lavere antall filmer, til å styrke lanseringen av smalere filmer. Film & Kino mener også at lanseringsposten bør styrkes på bekostning av produksjonspotten. Det er liten mening i å benytte millioner av kroner på produksjon av filmer som ikke når frem til publikum.

Likedan er lanseringstidspunktet viktig. Produsenter og distributører legger vekt på å maksimere filmens inntjeningsmuligheter ved å lansere dem i antatt gode kinomåneder på høst og vinter. Dette medfører at mange norske filmer lanseres i løpet av noen få uker, noe som skaper store problemer for kinoenes lanseringsarbeid. Ikke bare er det et problem at kinoene ikke har saler nok til å gi så mange filmer god oppsetning samtidig. Det er også et problem å få ut publikum til så mange ganger i løpet av noen få uker. Gjennomsnittlig kinobesøk per kapita er 2,5. En spredning av lanseringene som fordeler premierene ut over hele året, vil lette kinoenes lanseringsarbeid og gjør det mulig å nå flere publikummere.

Film & Kino vil for øvrig peke på Film & Kinos støtteordninger, som støtte til filmfestivaler, støtte til lanseringstiltak på kinoene og tiltak for barn og unge er viktige for filmformidlingen og publikumsbesøket. Det er derfor avgjørende at den kommende filmmeldingen finner løsninger på Film & Kinos økonomiske situasjon og inntektene til Norsk kino- og filmfond.

### **Mer barnefilm**

Barne- og familiefilmer er populære i Norge. For noen kinoer utgjør disse filmene mer enn halvparten av besøket og vi har sett de siste årene at det jevnt over er barne- og

familiefilmene som oppnår de beste besøkstallene. Kinoene trenger derfor et jevnt tilsig av gode barnefilmer, både brede filmer laget på kjente barneunivers som «Knerten» og «Kaptein Sabeltann» og filmer basert på nyskrevne manus eller mindre kjente bøker som «Operasjon Arktis».

Ordningen der NFI har innført prinsippet om at to markedsfilmer og to konsulentfilmer per år skal øremerkes til barnefilm har vist seg å gi resultater. Særlig konsulentene ga tidligere svært sjelden støtte til barnefilm.

Sett fra publikums og kinoenes side produseres det allikevel for få norske barnefilmer. Det kan gå måneder mellom hver gang en barnefilm har premiere. Særlig trengs det flere filmer for de aller yngste, slik som «Karsten og Petra». Også originalskrevne ungdomsfilmer er viktig. Barn og unge må få møte norsk virkelighet, norsk språk og norsk kultur når de går på kino. Film & Kino mener derfor det må settes av flere midler til produksjon av norske barnefilmer.

### **Bransjesamarbeid**

Det kan være betydelige gevinster i et bransjesamarbeid der ulike aktører går sammen om å effektivisere ressursbruken og øke kompetansen. Dette kan bl.a. i større grad gjøres ved å heve kunnskapsnivået med faktaoversikt og – analyser til bruk både i produksjon og ikke minst lansering av norske kinofilmer. Dette bør i første rekke være NFIs ansvar, men Film & Kino har høy kompetanse på statistikk og analyser som kan bidra til et bedre vurderingsgrunnlag for norske produsenter og distributører, selv om de på mange måter også er konkurrenter.

Kanskje bør en bransjeavtale i Norge (slik Sverige og Danmark har, og som beskrives i rapporten) vurderes, ikke minst for å sikre et lovpålagt bidrag fra de transaksjons- og abonnementsbaserte tjenestene (Get, Viaplay, Alt-i-boks, HBO, Netflix etc.), som i dag slipper helt unna avgifter som er lagt på fysisk salg av film (DVD/BD), noe som er klart konkurransevridende. Slike midler kunne pløyes tilbake til norsk film- og TV-produksjon, talentutvikling og regional støtte og til felles støtte- og filmformidlingsoppgaver som Film & Kino administrerer.

Med vennlig hilsen



Guttorm Petterson  
Adm. direktør