



Stockholm 2007-08-15

Filminstitutets strategi för hur ny svensk film ska få ökat genomslag internationellt

1. Inledning

Uppdraget att främja svensk film internationellt och att stödja filmexporten är och kommer att vara ett av Svenska Filminstitutets huvudfokus under de kommande åren. Den internationella potentialen för svensk film är stor och i viss mån outnyttjad, och formerna för Filminstitutets internationella arbete håller för närvarande på att utvecklas. Inom ramen för Filminstitutets nya organisation tillsattes i april 2007 en ny chef för utlandsavdelningen. Utlandsverksamheten ingår i avdelningen Publiken, som bildats i den nya organisationen och som också fått en ny chef. En rad mål och strategier för hur svensk film ska få ökat genomslag internationellt har tagits fram. Dessa kommer att beskrivas nedan.

2. Bakgrund

Utlandsverksamheten på Svenska Filminstitutet var från början en konsekvens av den egna filmproduktionen. Man följde de egna filmerna hela vägen; producerade, hanterade dem för festivaler och sålde dem. Successivt växte detta till ett ansvar även för filmer producerade utanför Filminstitutet. När den egna produktionen och därefter försäljningen upphörde, breddades ansvaret till att gälla hela den svenska filmbranschens utlandsambitioner.

Ett internationellt åtagande för Filminstitutet har funnits med i alla filmavtal men något åtagande har aldrig formulerats i produktionsstödsreglerna. Utlandsarbetet har byggt på överenskommelser mellan Filminstitutet och filmernas producenter och hade länge en förhållandevis marginell roll i filmbranschen och på Filminstitutet.

Under det senaste decenniet har den internationella verksamheten uppgraderats, inte minst genom införandet av det internationella lanseringsstödet för långfilm år 2003. 2006 infördes även ett lanseringsstöd för kort- och dokumentärfilm.

3. Utlandsavdelningens uppdrag och vision

Filminstitutets utlandsavdelning har som uppdrag att föra ut svensk film i utlandet för att bidra till att intresset för och exporten av svensk film ökar. Avdelningens vision är att vara den självklara länken mellan svensk film och världen.

4. Mål

Svenska Filminstitutet har ett nationellt samordnande ansvar för att flytta fram den svenska filmens internationella positioner både kulturpolitiskt och kommersiellt. Nedan följer en rad konkreta och i flera fall mätbara mål för hur detta ska uppnås.

4.1 Öka svensk films närvaro på betydelsefulla utländska festivaler och evenemang

Tongivande internationella filmfestivaler är oerhört betydelsefulla för svensk film, dels av kulturpolitiska skäl, dels som bas för ett framgångsrikt säljarbete.

Filminstitutets utlandsavdelning ska medverka till att svenska filmer kommer ut på optimalt bra ställen i världen och verka för att filmerna får maximal uppmärksamhet när de visas. Ett delmål i detta är att det varje år ska finnas minst en svensk film på var och en av följande festivaler (som vi definierar som de viktigaste): Cannes, Berlin, Venedig, Toronto, IDFA (dokumentärfilm) och Clermont-Ferrand (kortfilm).

4.1.1 Strategier

Utlandsavdelningen ska ha en tydlig och målinriktad strategi för varje specifik film som ska lanseras internationellt. Strategin ska utformas och uppdateras i samråd med filmens producent, salesagent och eventuellt regissör. En "kravlista" ska upprättas över material som producenterna ska förse Filminstitutet med för att deras filmer ska få bästa möjliga genomslag.

Det internationella lanseringsstödet är mycket betydelsefullt för att få ut svensk film i utlandet. Reglerna som utformades 2003 gällde de mindre resurser som då kunde avsättas för stödet. Därför håller regelverket för närvarande på att uppdateras.

Avdelningen ska vara tillgänglig, utåtriktad och kontaktbefrämjande på festivaler och andra evenemang i utlandet.

Kontakten med viktiga festivaler, arrangörer av filmevenemang och inköpare i utlandet ska bibehållas och förstärkas. Utöver resor till tongivande festivaler och evenemang, ska avdelningen minst två gånger om året även besöka nyckelpersoner som viktiga festivalchefer under deras "lågsäsong", alternativt bjuda in dem till Stockholm.

Filminstitutet ska fortsätta att dra nytta av de internationella nätverk som finns på den marknad vi verkar genom att vara en aktiv medlem i Scandinavian Films och European Film Promotion. Utlandsavdelningen ska även samarbeta med svenska filmfestivaler och kulturråd runt om i världen.

Avdelningen ska öka sin kunskap om svenska filmer redan på produktionsstadiet. Detta uppnås genom att arbeta närmare Filminstitutets produktionsstödsavdelning, att aktivt söka information om produktioner som ligger utanför Filminstitutet och att närma oss producenterna för att få veta mer om deras produktioner och i möjligaste mån få läsa manus/se work-in-progress på ett tidigt stadium. Avdelningen ska även ha kontakt med regionala resurscentrum och svenska filmskolor som DI och Filmhögskolan Göteborg.

4.2 Öka exporten av svensk film

Exporten av svensk film har stor potential. Svensk film visas för närmare 250 000 personer på festivaler varje år, men dessa publiksiffror kan ändå inte mäta sig med den kommersiella exportens. Filminstitutet lägger stor vikt vid att medverka till att

exporten av svensk film ökar, ett arbete som sker i nära samarbete med den svenska filmbranschen.

4.2.1 Strategier

Utlandsavdelningen behöver få större kunskap om den omvärld och marknad vi arbetar med, eftersom Filminstitutet i dagsläget saknar information bland annat om hur mycket svenska filmer har spelat in i utlandet. Mer underlag i form av fakta och statistik från utlandet ska tas fram i samarbete med Filminstitutets informationsavdelning.

Avdelningen ska arbeta aktivt och målinriktat med festivaler (se ovan) och filmveckor i strategiskt viktiga städer.

En diskussion med Exportrådet och Exportkreditnämnden ska initieras och en plan för hur Filminstitutet tätare ska samarbeta med dem ska utarbetas.

Filminstitutets roll i förhållande till Svenska Institutet ska ses över ytterligare för bästa möjliga samverkan.

Möjligheten att ge ekonomiskt stöd till säljfrämjande aktiviteter kring svensk film ska ses över.

Utlandsavdelningen ska ha ett oumbärligt kontaktnät som ska vara uppdaterat och tillgängliggjort för målgruppen, både i Sverige och utomlands.

4.3 Förbättra samarbetet med svensk filmbransch

Ett nära samarbete med den svenska filmbranschen är helt avgörande för ett framgångsrikt internationellt arbete. Denna relation bör förstärkas ytterligare. Ett led i detta är att förtydliga för branschen vad utlandsavdelningen gör och kan göra för att svenska filmer ska nå ut i världen.

4.3.1 Strategi

Under hösten 2007 kommer utlandsavdelningen att skapa tre referensgrupper (för lång-, kort- och dokumentärfilm) bestående av framför allt producenter och säljagenter och ha möten med grupperna minst två gånger per år, samt besöka svenska filmbranschorganisationer och -föreningar och informera dem om vad utlandsavdelningen gör och kan göra i samarbete med dem.

4.4 Öka den utländska pressbevakningen av svensk film

Naturligtvis innebär bevakning i utländska medier ovärderlig PR för svensk film. Därför kommer utlandsavdelningen att fokusera ytterligare på internationell pressbearbetning framöver.

4.4.1 Strategier

Utlandsavdelningen ska i samarbete med informationsavdelningen arbeta aktivt mot internationell press genom att hålla journalister informerade om svensk film och föreslå artikelidéer i samband med evenemang i utlandet.

Filminstitutets register över utländska journalister ska förstärkas i samarbete med informationsavdelningen.

Ett mätbart instrument för hur svensk film bevakas i utlandet ska tas fram. Eventuellt kan detta samordnas med Svenska Institutet.

4.5 Öka kunskapen om svensk film

Utlandsavdelningen arbetar idag med ett antal marknadsförings- och informationsverktyg, varav webben och publikationen Swedish Film är de främsta. Utlandsavdelningens webbplats är dessutom ett viktigt serviceverktyg för utländska festivaler och andra internationella kontakter. Under 2008 ska antalet träffar på webbplatsen öka med 25 procent.

4.5.1 Strategi

Webbplatsen swedishfilm.org ska under hösten integreras i den mer välkända och besökta sfi.se. Utlandsavdelningens webbtjänster ska dessutom vidareutvecklas för att bli mer lättillgängliga, användarvänliga och uppdaterade.

5. Utlandsavdelningens fortsatta arbete

Filminstitutets utlandsavdelning är för närvarande inne i en förändringsfas där arbetssättet för hur svensk film ska få ökat genomslag internationellt ses över. Den nya avdelningschefen tillträdde på heltid den 15 juni 2007 och omstruktureringen av arbetet kommer att pågå en tid framöver. Ovanstående mål och strategier har av avdelningen definierats som de högst prioriterade i dagsläget. Vid sidan av arbetet med att uppnå dessa mål, kommer handlingsplanen säkerligen att modifieras och utökas under de närmaste månaderna.

Svensk film har haft ett framgångsrikt första halvår 2007 med flera kritiker- och publiksuccéer. Svenska långfilmer har visats på filmfestivalerna i Cannes och Berlin, och svenska kort- och dokumentärfilmer efterfrågas i hela världen. De närmaste månaderna ser vi bland annat fram emot att svenska filmer ska visas på höstens tre mest betydelsefulla festivaler; Venedig, Toronto och San Sebastian.

Det högt uppställda målet gällande svensk films närvaro på betydelsefulla utländska festivaler (se 4.1 ovan) har nyligen uppnåtts för 2007, och även 2008 ser ut att bli ett spännande svenskt filmår. Utlandsavdelningen ökar också sin närvaro på tongivande internationella festivaler och evenemang under hösten. Som bilaga till denna rapport bifogas utlandsavdelningens aktivitetsplan för de närmaste månaderna.