

## **Utveckling av entreprenörskap och företagande samt samverkan mellan näringsliv och relevanta aktörer på filmområdet**

Enligt regeringens regleringsbrev till Svenska Filminstitutet för verksamhetsåret 2008 uppges att Filminstitutet ska medverka till att genomföra den nationella strategin för regional konkurrenskraft, entreprenörskap och sysselsättning 2007-2013, samt strategins prioriteringar. Filminstitutet har också i uppdrag att i samverkan med Verket för näringslivsutveckling (Nutek) inkomma med förslag till hur entreprenörskap och företagande kan utvecklas på filmområdet. Förslag ska även lämnas om hur samverkan mellan näringsliv och relevanta aktörer på filmområdet kan främjas på nationell och regional nivå.

I samverkan med Nutek samt Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet och Riksarkivet har Svenska Filminstitutet under våren diskuterat hur entreprenörskap och företagande kan utvecklas inom kulturområdet samt hur samverkan mellan näringslivet och kulturområdet kan stimuleras. I följande rapport relateras de gemensamma förslag som formulerades i diskussionerna till de unika förutsättningar som råder inom filmområdet.

## **1. Inledning**

Ett av målen med 2006 års filmavtal är att svensk filmproduktion ska utgöra en dynamisk tillväxtbransch. Svenska Filminstitutet ser detta som ett viktigt mål då vi är övertygade om att en stark och livskraftig filmbransch bestående av självständiga aktörer är en förutsättning för kreativitet och mångfald.

Filmproducenter, biografägare och filmdistributörer verksamma på den svenska biografmarknaden är entreprenörer i filmbranschen som Filminstitutet arbetar med.

Inom produktionsledet finns ett stort antal småföretag. Många av dessa företag är enmansbolag som inte själva ansvarar för professionella filmproduktioner. Det kan t ex handla om skådespelare, fotografer eller maskörer som betalar F-skatt och arbetar som frilansare. Väldigt få av dessa företagare är dock entreprenörer i den meningen att de driver stora projekt över lång tid och skapar anställningstillfällen. Det gör däremot producenterna och produktionsbolagen.

Bland de svenska produktionsbolagen finner man både företag som är integrerade i större mediekoncerner och mindre oberoende bolag. Det är svårt att säga exakt hur många företag det handlar om eftersom det beror på var man drar gränsen mellan produktionsbolag och frilansande filmarbetare. Föreningen Sveriges Filmproducenter har för nuvarande cirka 40 medlemmar. Dessa bolag bedriver kontinuerlig produktion av svensk långfilm.

Sammanlagt var ett tjugotal distributionsbolag verksamma på den svenska biografmarknaden 2007. De tio största företagen svarade för 93,4 procent av alla biografbesök 2007. Av dessa bolag ingick samtliga i större mediekoncerner. Sex var lokala enheter av amerikanska filmbolag med huvudkontor i Los Angeles. Dessa amerikanska filmbolag ingick i sin tur i globala mediekonglomerat. Fördelningen mellan de tio största bolagen var relativt jämn, Svensk Filmindustri var störst med 17,8 procent av marknaden.

På biografsidan finns en stor marknadskoncentration till en aktör. SF Bio svarade tillsammans med Svenska Bio (som ägs till hälften av SF) för 79 procent av biografbesöken 2007. På de orter där SF eller Svenska Bio verkar var dessa företags marknadsandel 98 procent.

Resterande 21 procent av biografmarknaden delades mellan uppemot 500 olika företag, föreningar och kommuner, varav den största ägaren var Eurostar AB med 1,9 procent av besöken. Biografer anslutna till Folkets Hus och Parker, Våra Gårdar och Folkets Bio motsvarade sammanlagt 7,1 procent av besöken. Dessa biografer ägs dock med få undantag av lokala föreningar och inte av riksorganisationerna centralt. Den sammanlagda omsättningen av sålda biobiljetter 2007 uppgick till 1 176 mkr.

Bland de hundratals biografägare som är verksamma i Sverige idag är det långt ifrån alla som kan ses som entreprenörer i den meningen att de skapar arbetstillfällen eller ekonomisk vinst. Alla biografägare är inte företag. Det finns ett stort antal biografer som drivs ideellt eller i kommunal regi. På många orter är befolkningsunderlaget för litet för att biografverksamheten ska överleva på kommersiella villkor. I dessa fall är stöd till biografverksamhet snarare en fråga om kulturpolitik än om näringspolitik.

Genom Filminstitutets stöd främjas olika typer av projekt som drivs av produktionsbolag, distributionsbolag och biografägare. På detta sätt stärker Filminstitutet kulturföretag i filmbranschen. Vi fördelar också ett publikrelaterat

efterhandsstöd till producenter för att stimulera risktagande och privata investeringar i svensk filmproduktion.

Förutom Svenska Filminstitutet finns ett antal aktörer inom filmområdet på regional och nationell nivå som är offentligt finansierade. Det handlar t ex om regionala resurscentrum för film och video, regionala produktionscentrum samt filmskolor och filmutbildningar vid universitet och högskolor. Det finns också ett stort antal ideella föreningar inom filmområdet, t ex filmfestivaler, filmstudios, visningsorganisationer och biografer.

## **2. Gemensamt uppdrag**

*Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslås få ett gemensamt uppdrag för att främja samverkan mellan kultur och näringsliv. Uppdraget bör vara minst treårigt och omfatta minst 15 miljoner kronor per år.*

Någon klar gräns mellan näringslivet och filmområdet finns inte då filmen till stor del verkar på en kommersiell marknad. Filminstitutets verksamhet bygger genom Filmavtalet på samverkan mellan näringslivet och den statliga kulturpolitiken.

Filmbranschen och Svenska Filminstitutet har dock begränsat utbyte med de delar av näringslivet som ligger utanför film och tv-området, samt med aktörer som representerar näringspolitiken. Regionala resurscentrum och regionala produktionscentrum utgör här ett undantag då dessa verksamheter ofta har uppdrag och finansiering från både närings- och kulturpolitiken.

Brister och möjligheter som rör entreprenörskap och näringsutveckling delas ofta mellan filmområdet och andra kulturområden. För både filmområdet och kulturområdet i stort finns behov av att utveckla nationell branschstatistik, stimulera entreprenörskap i utbildningar, erbjuda vägledning för småföretagare, stärka produktutveckling och marknadsföring samt stödja nätverksaktiviteter och kompetensutveckling.

Mot bakgrund av detta ställer sig Svenska Filminstitutet bakom ett förslag om att Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet tilldelas ett gemensamt uppdrag för att genomföra ett treårigt program med syfte att främja samverkan mellan kultur och näringsliv.

De förslag som presenteras nedan har vuxit fram i dialog mellan Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet. Med något undantag är alla berörda organisationer överens om förslagen som presenteras.

### **Utveckling av statistik**

*Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslår att statistik inom området kreativa näringar bör utvecklas i enlighet med ITPS förslag i rapporten KREATIV TILLVÄXT? – EN RAPPORT OM "KREATIVA NÄRINGAR" I POLITIK OCH STATISTIK. Nutek och kultursektorsmyndigheterna är positiva till ITPS förslag och är beredda att medverka i ett uppdrag till SCB utifrån sina olika uppdrag inom den nationella kulturpolitiken<sup>1</sup>. I detta uppdrag bör inkluderas en översyn av statistik som avser kultur och företagande.*

---

<sup>1</sup> Gällande Nuteks medverkan är det avhängigt ett eventuellt framtida uppdrag.

Filminstitutet sammanställer, analyserar och sprider kontinuerligt statistik över svenska biografbesök som insamlas av Filmägarnas Kontrollbyrå. I denna statistik kan man se publiksiffror och biljettintäkter per filmtitel, distributör, biografägare och produktionsbolag. Svenska Filminstitutet har också vid två tillfällen gett SOM-institutet vid Göteborgs Universitet i uppgift att undersöka biografbesökens utveckling samt biografpublikens sammansättning. Varken statistiken från Filmägarnas Kontrollbyrå eller från SOM-institutet innehåller uppgifter om produktionsbolagens, distributionsbolagens och biografägarnas omsättning.

I SCB:s statistik samspelar inte kategorierna för ”film- och videoproduktionsbolag”, ”film- och videodistributionsbolag” samt ”biografer” med de grupper av företag som Filminstitutet samarbetar med. När det gäller produktions- och distributionsbolag omfattar SCB:s statistik ett mycket större antal företag än de som Filminstitutet uppfattar som relevanta. När det gäller biografer är antalet företag istället lägre än antalet biografägare som finns registrerade hos Filminstitutet. Som en följd av detta har Filminstitutet inte tillgång till uppgifter om omsättning för de entreprenörer som vi samarbetar med genom SCB:s statistik.

Samtidigt är uppgifter om omsättning en förutsättning för att beräkningar av ekonomiska tendenser över tid ska vara möjliga. Om Filminstitutet hade tillgång till dessa uppgifter skulle vi tydligare kunna se vilka aktörer som har kommersiell utvecklingspotential och som därmed är lämpliga att stödja utifrån ett entreprenörskapsperspektiv. Vi skulle också kunna identifiera vilka aktörer som är i störst behov av ett kulturpolitiskt stöd. Samtidigt skulle vi kunna dra mer allmänna slutsatser om affärsmöjligheter och problem för producenter, distributörer och biografägare.

Om den befintliga biografstatistiken på ett enkelt sätt kan kopplas till SCB:s befolkningsstatistik finns det också möjlighet att jämföra biljettintäkter med befolkningsunderlag för att identifiera nya affärsmöjligheter för biografägare. När det gäller produktionsbolag och distributionsbolag är det viktigt att publikstatistiken utvidgas att gälla samtliga visningsformer internationellt, då biografbesök i Sverige utgör en begränsad del av marknaden.

### ***Entreprenörskap i kulturutbildningar***

*Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslås få i uppdrag att främja entreprenörskap vid universitet och högskolors kulturutbildningar. Förslaget är att regeringen inom ramen för det ovan föreslagna gemensamma uppdraget avsätter medel som myndigheterna i sin tur kan använda till att medfinansiera projekt vid universitet och högskolor som syftar till att entreprenörskap och företagande blir ett naturligt inslag i kulturutbildningarnas undervisning.*

Producentutbildningar på högskolenivå finns i Sverige vid Dramatiska Institutet i Stockholm, Filmhögskolan vid Göteborgs Universitet och på Högskolan Väst i Trollhättan. Entreprenörskap inom dessa producentutbildningar kan stärkas med ett ökat fokus på företagande samt genom utökad kontakt med den etablerade filmbranschen.

När det gäller de akademiska utbildningarna i filmvetenskap vid svenska universitet och högskolor är kopplingen till filmbranschen mer begränsad. Det är till stor del en öppen fråga vad utbildningarna i filmvetenskap kan bidra med i förhållande till produktionsbolag, distributionsbolag och biografägare. De kunskaper som förvärvas

vid en teoretisk filmutbildning kan t ex kopplas till distribution av kvalitetsfilm. Denna koppling kan göras tydligare inom utbildningarna i filmvetenskap.

### ***Branschguide för kulturföretagare***

*Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslås inom ramen för det gemensamma uppdraget få avsatta medel i syfte att skapa en branschguide för kulturföretagare.*

Under många år har Filminstitutet producerat en filmarbetarkatalog som synliggör vilka som är verksamma inom olika delar av filmbranschen. Under 2007 lanserade Filminstitutet den nya webbplatsen Filmnyheterna som förser branschen med nyheter, kontakter och information. Regelbundet förser Filminstitutet branschen och allmänheten med biograf- och filmstatistik.

Vid sidan av denna informationsverksamhet har Filminstitutet hittills inte haft i uppdrag att erbjuda vägledning till entreprenörer i filmbranschen. Vi saknar kontaktytor med potentiella entreprenörer som ännu inte etablerat någon verksamhet, då Filminstitutets stöd förutsätter att det finns en registrerad mottagare.

### ***Produktutveckling och marknadsföring***

*Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslår att en satsning för att stödja produktutveckling och marknadsföring i små kulturföretag genomförs. Satsningen bör koordineras med Nuteks redan pågående produktutvecklingsprogram.*

Förutom att fördela stöd till utveckling, produktion, lansering och visning av film, arbetar Filminstitutet också för att främja export av svensk film på internationella filmfestivaler. Vi fördelar även stöd till producenter och säljbolag för utländsk lansering av svensk film. Filminstitutet arbetar samtidigt för att stärka svensk film som varumärke både i Sverige och internationellt.

För produktionsbolagen finns ett överhängande problem med stora risker och höga kostnader. Små marginaler skapar ett behov av kontinuerlig produktion, samtidigt som branschen till stor del lider av underfinansiering. Det finns ett behov av fler stabilare bolag som har råd att tänka långsiktigt. Utrymmen för konstnärliga experiment är en viktig förutsättning för att kunna utveckla kommersiellt slagkraftiga produkter. Samtidigt kan små ekonomiska marginaler och höga risker leda till ett kortsiktigt tänkande där experimentella utvecklingsfaser hamnar utanför ramen.

Marknadsundersökningar är en annan viktig del av produktutvecklingsprocessen som de mindre produktionsbolagen, distributionsbolagen och biografägarna ofta saknar resurser för att genomföra. Detta utgör ett problem, inte minst för små företag som är i behov av en stor marknad för att täcka kostnaderna.

För mindre biografägare råder en generell brist på kapital, delvis på grund av få privata investeringar. Den höga marknadskoncentrationen på biografområdet försvårar för nya aktörer och skapar en skev konkurrens. Den digitala teknikutvecklingen har skapat potentiella möjligheter men också bidragit till att biograferna möter en ökad konkurrens från andra visningsfönster och från illegal nedladdning. Installation av digital visningsutrustning kan leda till ökade intäkter för biografier, men få av de mindre biografägarna har möjlighet att bekosta investeringen på egen hand.

För flera av de mindre filmföretagen, inte minst i biografledet, skulle det vara positivt om man hade möjlighet att anlita konsult hjälp med expertkunskap inom konceptutveckling. Konsult hjälp från reklam- och PR-byråer kan också vara nödvändigt, i synnerhet i små filmföretag som saknar interna marknadsavdelningar. Samtidigt kan medel till sådana tjänster liksom till annonskampanjer och andra marknadsföringskostnader saknas i små företag, med resultatet att potentialen i ett starkt koncept aldrig utnyttjas.

### ***Använd modell med checkar för nätverksaktiviteter***

*Nutek, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslår att en modell med checkar för inspiratörer, konferenser, samverkan kring forskning och utveckling samt internationellt erfarenhetsutbyte tas fram inom ett Nätverk för kultur och näringsliv i samverkan.*

Ett av Filminstitutets uppdrag är att erbjuda mötesplatser inom svensk filmbransch. Årligen arrangeras evenemang som *Drömfabriken* och *Malmö Filmdagar*. Filminstitutet arrangerar också evenemang och mottagningar på filmfestivaler både i Sverige och internationellt, viktiga mötesplatser inte minst för producenter. Därutöver arrangerar Filminstitutet mindre träffar, t ex frukostseminarier.

Även om utbudet av mötesplatser inom filmområdet är relativt stort, finns ett behov av att föra ihop olika parter och öppna filmbranschen mot övriga samhället. Både produktionsbolag, distributörer och biografägare har mycket att vinna på samverkan med företag och aktörer inom andra delar av näringslivet och kulturen. På detta sätt kan möjligheter till investeringar öka, vilket även gäller inflödet av inspiration, kompetenser och talanger.

### ***Kompetensutveckling***

*Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslås inom ramen för det gemensamma uppdraget få medel i syfte att möjliggöra kompetensutvecklingsinsatser avsedda för både myndigheter och aktörer inom kultur och näringsliv.*

I Filminstitutets befintliga verksamhet finns det flera satsningar som kan ses som kompetensutvecklande aktiviteter. Ett exempel på detta är broschyren *Bioboken – fånga publiken*, som gavs ut med syfte att öka kunskapen om marknadsföring och publikarbete i biografledet. En mer kontinuerlig insats är det fortbildningsstöd som Filminstitutet årligen fördelar till producenter och andra filmarbetare. MEDIA Desk Sverige sprider också information om europeiska producent- och managementkurser.

Samtidigt finns ytterligare behov av kompetensutveckling inom filmområdet. Det finns i många delar av branschen verksamheter med bristande professionalitet och affärstänkande. Inom vissa kommersiellt inriktade företag i filmbranschen finns problem med ineffektiva organisationer och brist på nytänkande.

Det är viktigt att kunskapen om filmens konstnärliga värden sprids till mer affärssinnade delar av filmbranschen, samt till näringslivet i stort. Detta är en förutsättning för filmens utveckling, både som kulturform och kommersiell produkt.

### **3. Säkerställ kulturperspektiv i strukturfondsarbetet**

Under tidigare programperioder har en hel del strukturfondsmedel gått till filmområdet. Inte minst regionala produktionscentrum har identifierats som viktiga aktörer inom regional utveckling. Filminstitutet ser positivt på möjligheten att nya

strukturfondsmedel kan komma filmområdet till godo. Förutom regionala filmproduktionsmiljöer kan digitala biografier ingå i en utvecklingsstrategi för små och medelstora företag, inte minst i glesbygdsområden. Filmproduktion kan ha positiva effekter på en orts besöksnäring, marknadsföring och synlighet. Digitala biografier kan samtidigt utgöra mötesplatser och arenor för spridning av information, kontakt med omvärlden och inspiration. Dessutom kan filmproduktion och biografverksamhet skapa arbetstillfällen både direkt och indirekt.

För perioden 2007 – 2013 har Sverige tilldelats sammanlagt 1,9 miljarder euro från EU:s strukturfonder. Hela landet omfattas av de nya strukturfondsprogrammen. Inom de operativa programmen förväntas kulturen ta i storleksordningen 2 procent av dessa medel i anspråk. För att detta ska kunna förverkligas krävs en bred kulturkompetens bland beslutsfattare. Detta är en förutsättning för att de möjligheter som finns t ex inom filmproduktion och digital bio inte glöms bort.

Ett förslag har aktualiserats inom Nutek att som stöd och rådgivare till de regionala partnerskapen bilda en nationell expertgrupp inom kulturområdet. Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet är positiva till förslaget och beredda att medverka i en sådan expertgrupp.

#### **4. Sammanfattning**

Nutek, Kulturrådet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Svenska Filminstitutet föreslås få ett gemensamt uppdrag för att främja samverkan mellan kultur och näringsliv.

Uppdraget bör vara minst treårigt och omfatta minst 15 miljoner kronor per år.

Förslaget omfattar satsningar inom följande områden:

1. Utveckling av statistik
2. Entreprenörskap i kulturutbildningar
3. Branschguide för kulturföretagare
4. Produktutveckling och marknadsföring
5. Modell med checkar för nätverksaktiviteter
6. Kompetensutveckling

Svenska Filminstitutet föreslår:

- att behovet av statistik över produktionsbolagens, distributionsbolagens och biografägarnas omsättning samt statistik över den internationella filmpubliken i samtliga visningsformer bör beaktas i ett eventuellt uppdrag avseende utveckling av statistik
- att situationen vid producentutbildningar och utbildningar i filmvetenskap bör beaktas i ett eventuellt uppdrag avseende entreprenörskap i kulturutbildningar
- att ett eventuellt uppdrag avseende en branschguide för kulturföretagare bör inkludera frågan om informationsspridning gentemot potentiella entreprenörer i filmbranschen
- att situationen för produktionsbolag, distributionsbolag och biografägare bör beaktas i ett eventuellt uppdrag avseende produktutveckling och marknadsföring

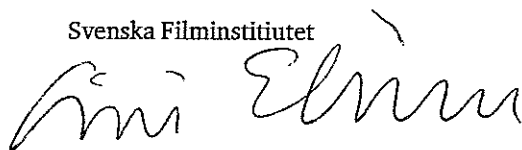
- att ett eventuellt Nätverk för kultur och näringsliv i samverkan bör vara öppet för produktionsbolag, distributionsbolag och biografägare samt andra aktörer inom filmområdet
- att ett eventuellt uppdrag avseende kompetensutveckling bör omfatta insatser riktade mot produktionsbolag, distributionsbolag och biografägare, samt insatser som syftar till att öka kunskapen om filmens konstnärliga värden i näringslivet

Svenska Filminstitutet är också berett att medverka i en expertgrupp för att säkerställa ett kulturperspektiv i strukturfondsarbetet.



Stockholm den 15 maj 2008

Svenska Filminstitutet



Cissi Elwin  
VD