



**Dnr FIV 2019-00001**

# Film i Väst AB

## Verksamhetsberättelse och uppdragsrapportering 2019

<b>FÖRORD .....</b>	<b>3</b>
BIOFÖNSTRET - MAINSTREAM OCH KONSTNÄRLIG FILM .....	3
FILM FÖR PLATTFORMARNA.....	3
P&A, POSITIONERING OCH MARKNADSFÖRING.....	4
FILM- OCH DRAMAPRODUKTION I VÄSTRA GÖTALAND .....	4
UTVECKLAD OMVÄRLDSANALYS OCH STRATEGI.....	4
<b>VERKSAMHET OCH ÄGARDIREKTIV.....</b>	<b>5</b>
<b>ALLMÄNT .....</b>	<b>7</b>
PRODUKTIONSARBETEN NATIONELLT.....	7
REGIONALA PRODUKTIONSARBETEN.....	7
#METOO.....	8
FILM I VÄSTRA MILJÖARBETE .....	8
<b>OMVÄRLDSANALYS .....</b>	<b>9</b>
DIGITALISERINGEN .....	9
KINA OCH MARKNADEN.....	10
STRÖMNINGSPLATTFORMARNAS GLOBALA OCH REGIONALA HERRAVÄLDE.....	11
<b>MÅLOMRÅDEN KULTURNÄMNDEN OCH REGIONUTVECKLINGSNÄMNDEN .....</b>	<b>15</b>
MÅLOMRÅDE 1.....	15
MÅLOMRÅDE 2.....	29
MÅLOMRÅDE 3.....	34
MÅLOMRÅDE 4.....	41

## **BILAGOR**

### 1) FESTIVALER & GALOR 2019

Verksamhetsberättelse och  
uppdragsrapportering 2019  
Film i Väst AB.

© 2019 Film i Väst AB

Vid citering och referens ska alltid  
källa anges.

## Förord

Film i Väst har sin själ och sitt hjärta i samproduktion av långfilm. Det är också inom detta område som bolaget har sitt primära kunnande och kompetens, sina starka nationella och internationella nätverk. De publika och konstnärliga framgångarna, samarbeten med främst Nordens mest spännande, utmanande och kreativa regissörer och producenter har byggt ett internationellt välkänt och mycket starkt varumärke.

Film i Väst har alltid strävat efter att vara något mer än bara finansiär. Vi vill vara en bidragande part på en rad områden, må det handla om finanseringsstrukturer, kreativa val eller innehåll – en nyttig och väsentlig samproducent, inte en passiv partner. I en värld där maktstrukturer, förutsättningar och roller ändras snabbt och drastiskt ska Film i Väst vara en garant för att vi tillsammans med producenter, kreatörer, distributörer och visare navigerar så rätt som det bara går.

Film i Väst har sedan bolaget utvidgade sin verksamhet till medfinansiering av långfilm 1996/97 sett sig själv som en nordisk aktör med ett starkt engagemang och hjärta i svensk film, men också i dansk och norsk. Västra Götalands geografiska läge förklarar det valet. Film i Västs historia visar att det var rätt val.

Film i Väst ser dramaserier som viktiga, inte minst för att skapa en industri och nå publik, men finner det är svårt att se att bolaget Film i Väst skulle kunna bygga samma varumärke och framgång om vi huvudsakligen var finansiär av dramaserier. Film i Västs varumärke tror vi inbilskt nog har betydelse för att bygga svenskt (och nordiskt) gestaltat innehåll internationellt starkt.

Den värld som Film i Väst verkar i förändrar sig i mycket snabb takt. Gamla modeller och resonemang blir snabbt obsoleta. Framtidens affärsmodeller ser radikalt annorlunda ut än dagens. Makten ändrar ansikte och form. Vilken plats och relevans finns det för offentliga filmaktörer i en mycket nära framtid? Verksamheten står inför stora utmaningar:

### **Biofönstret - mainstream och konstnärlig film**

En stor och viktig diskussion handlar om hur mycket av den så kallade svenska mainstreamfilmen som vi tror bör finnas på svensk biograf i framtiden. Hur mycket är vi beredda att satsa och hur ska dessa satsningar se ut? På samma sätt måste vi föra en diskussion om hur den konstnärliga filmen utvecklas i biograffönstret och andra fönster, så att den även når sin publik.

### **Film för plattformarna**

Plattformarna har kommit för att stanna, men inte bara som visningsfönster. Det globala aktörerna etablerar sig i rask takt i olika territorier och producerar lokalt innehåll. Film i Väst som offentlig aktör och finansiär står inför stora utmaningar, men också möjligheter. Vår uppgift är att navigera och stärka vår relevans och betydelse i relation till plattformarna.

## **P&A, positionering och marknadsföring**

Det produceras mer film och drama än vi konsumenter har tid att ta till oss. Konkurrensen om tittarna, oavsett visningsfönster, är brutal. Smalare filmer förmår inte att tränga igenom brusset och har sällan muskler att forma sin publik- och målgruppsstrategi. Detta gäller till viss del även de mer publika filmerna. Vår diskussion om framtiden handlar också om och hur mycket vi också måste stärka filmernas marknadsföring och PR-arbete.

## **Film- och dramaproduktion i Västra Götaland**

Film i Väst liksom andra regionala och nationella filmfonder som arbetar med selektiv finansiering ser allt mer utmaningar och begränsade möjligheter att säkra produktion i sina egna territorier. Det är nya mäktigare och kapitalstarkare aktörer som styr finansieringsstrukturerna och därmed var produktionen spelas in eller postproduceras. Film i Västs strategiarbete framgent innefattar fokus på hur vi utvecklar och stärker Västra Götaland som den ledande regionen för film- och dramaproduktion.

## **Utvecklad omvärldsanalys och strategi**

Det globaliserade och framför allt radikalt förändrade produktionslandskapet kräver utvecklad omvärldsanalys och strategiska vägval. Film i Väst ska fortsatt vara ledande i det vi gör och med rätt samarbetspartners stärker vi vår position och möjlighet att uppfylla vårt uppdrag.

**Mikael Fellenius**, vd Film i Väst AB

## Verksamhet och ägardirektiv

### Ändamål

”Bolaget har som huvudsakligt syfte att på uppdrag av Västra Götalands läns landsting bidra till utvecklade möjligheter till professionell produktion av värdefull film i Västra Götaland genom att delfinansiera och utveckla kompetenser, kunskaper och faciliteter som är nödvändiga för att filmproduktion i regionen ska kunna genomföras med god kvalitet.

Bolagets verksamhet syftar ytterst till att utveckla en komplett struktur på filmens område i Västra Götaland. Det gör man genom att teckna samproduktionsavtal med olika aktörer inom filmbranschen”. (*Ur bolagsordning för Film i Väst AB*)

### Verksamhetsbeskrivning

”Film i Väst ska samproducera film med hög konstnärlig kvalitet och publik potential som utmärker sig på den nationella och internationella arenan och som får en betydande global distribution och spridning.

Bolaget ska upprätthålla och utveckla sin nationella och internationella position som en ledande aktör inom filmproduktion.

Bolagets samproduktioner ska sammantaget nå och angå invånarna i Västra Götaland oavsett ålder, kön och/eller social bakgrund.

Bolagets verksamhet ska ge internationell lyskraft till Västra Götaland och underhålla och utveckla Västra Götalands kreativa potential och infrastruktur samt stärka kompetensen inom branschen.

Bolaget ska bedriva verksamheten i enlighet med uppdrag från kulturnämnden och regionutvecklingsnämnden.” (*Ur Ägardirektiv för Film i Väst AB antaget 2016.*)

### Film i Väst som samproducent

Film i Väst är en territoriellt baserad finansiär som investerar *pro rata pari passu* (likaprincipen enligt insats) i film- och tv-dramaprojekt som uppfyller kraven på att vara en kulturprodukt. Film i Väst deläger de filmer och tv-dramer man investerar i, är samproducent, och är en del av producentkollektivet/producentledet.

Film i Väst ska som samproducent tillföra filmen ekonomiska medel, kunnande, kompetens och nätverk som bidrar till att stärka filmens möjligheter att prestera såväl publikt som konstnärligt.

Film i Väst ställer territoriella krav som ska bidra till ekonomiska och andra nyttoeffekter i Västra Götaland.

- Film i Västs primära samarbetsparter är produktionsbolag i Sverige och övriga Norden

men också globalt.

- Film i Västs sekundära samarbetsparter är övriga väsentliga finansiärer (privata och offentliga) främst i Sverige och i Norden distributörer och säljbolag.

### **Regelverk och lagstiftning gällande offentlig finansiering av film- och tv-drama**

Film i Västs nuvarande regelverk "Film i Västs regelverk för samproduktion" har varit gällande sedan 1 maj 2017. Film i Västs investering enligt detta regelverk lämnas i enlighet med kapitel I och artikel 54 i kommissionens förordning (EU) nr 651/2014 av den 17 juni 2014, genom vilken vissa kategorier av stöd förklaras förenliga med den inre marknaden enligt artiklarna 107 och 108 i fördraget [2].

Uttryck som används i dessa regelverk har samma betydelse som i kommissionens förordning (EU) nr 651/2014.

## Allmänt

I Film i Väst uppdragsbeskrivning står det att bolagets verksamhet ska ge nationell och internationell lyskraft till Västra Götaland. Det är en ambitiös och uppfordrande utgångspunkt. För att lyckas med uppdraget behövs både publika och konstnärliga framgångar och att dessa framgångar blir synliga.

Film i Väst strävar efter att långsiktigt vara en av Europas tre mest framgångsrika regionala filmverksamheter. Film i Väst upprätthåller sin position i kraft av de sammanvägda konstnärliga och publika resultaten på hemmaplan och internationellt. Film i Väst är idag ett mycket starkt varumärke i den europeiska filmvärlden – ett varumärke som står för hög kvalitet, förnyelse och utmanande innehåll, men också för ett publikt tilltal och ett innehåll som berör och angår många människor i Sverige och i världen.

Film i Väst är en ledande nationell aktör och efter Svenska Filminstitutet den väsentligaste finansiären av filmproduktion i Sverige. Film i Västs samproduktioner har sedan slutet av förra decenniet dominerat de svenska filmgalorna och kritikerlistorna.

Film i Västs samproduktioner har varit den svenska publikens föredragna val när det gäller svensk film under den senaste tioårsperioden.

### Produktionsrabatter nationellt

Film i Väst har under verksamhetsåret tillsammans med en nationellt branschsammanfattad arbetsgrupp arbetat med att driva opinion mot politiken på riksnivå för att få till stånd nationella produktionsrabatter. Vårt gemensamma fokus är att få näringsdepartementet och finansdepartementet engagerade i frågan, med målet att få med ett svenskt system för produktionsrabatter i budgeten 2020.

### Regionala produktionsrabatter

Under 2019 fattade regionalutvecklingsnämnden beslut om fortsatt satsning på regionala produktionsrabatter även under 2020. En ny ansökningsperiod startade 1 november 2019 och deadline för första ansökningstillfället är 31 januari 2020. Efter det är det först till kvarn som gäller. Syftet är som tidigare att öka antalet internationella inspelningsprojekt, bygga ut och stärka infrastrukturen i regionen samt initiera nyetablering av produktions- eller produktionservicebolag. Produktionsrabatten är ett stöd till produktion av film eller tv-drama på högst 30 procent av spenderade kostnader i Västra Götaland och kan sökas av etablerade produktionsbolag inom EU.

En regional produktionsrabatt/-incitament stärker den regionala filmproduktionen och ökar konkurrensfördelen för Västsverige avsevärt om och när den statliga produktionsrabatten införs.



## #Metoo

Under verksamhetsåret har Film i Väst fortsatt sitt arbete via deltagande i bransch-sammansamlingar med bland andra Film- & TV-producenterna, tv-bolagen samt ett antal produktionsbolag. Under 2019 deltog Film i Väst i panelsamtal i samarbete med SF Studios och Film & TV-producenterna.

Film i Väst har, som samhället i stort, reagerat och tagit tydlig ställning mot trakasserier. Som offentlig verksamhet och helägt bolag inom Västra Götalandsregionen accepteras inte någon form av kränkande särbehandling, sexuella eller andra trakasserier och de flesta av våra samarbetspartner har tydliga riktlinjer för vad som gäller i våra samproduktioner.

På ett internt plan har Film i Väst tagit fram och på hemsidan offentliggjort en ”Policy mot kränkande särbehandling, trakasserier och sexuella trakasserier.” som gäller arbetsplatsen internt. En handlingsplan har också arbetats fram.

## Film i Västs miljöarbete

2019 var ett dåligt år för klimatet men ett bra år för klimatet inom filmbranschen. Film i Väst arbetade aktivt med att stimulera den västsvenska filmbranschen att bli mer miljömedveten genom utbildning, verktyg och riktlinjer.

Från 1 januari deltidsanställdes miljöstrategen **Ronny Fritsche** för att arbeta med frågorna långsiktigt. Den specialanpassade kurs i hållbar filmproduktion som Film i Väst startade 2017 har fortsatt erbjudits kostnadsfritt med ett par kurstillfällen per år.

Vi har mött en växande efterfrågan av miljörådgivning, där vi stöttat några produktioner till mer hållbara produktionsmetoder. På inspelningen av TV-serien *Bäckström* inleddes ett större samarbete med produktionsbolaget för att etablera en ambitiös miljöpolicy, samt dokumentera och klimatberäkna produktionens utsläpp. Projektet utvärderas och resulterar i en skriftlig klimatanalys.

I det offentliga samtalet om filmens framtid har Film i Väst tagit en aktiv roll för miljön. Film i Väst har uttalat sig i flera sammanhang efter att mediabevakningen av miljöfrågan tog sin start under 2019. Vi har också deltagit i panelsamtal under filmpolitiska toppmötet på Göteborg Film Festival och på filmfestivalen i Cannes. Och vi gästade som föreläsare hos på bland annat branschorganisationen Film & TV-producenterna och på Stockholms dramatiska högskola.

Under 2020 tar vi en än mer aktiv roll med ett fokus på miljörådgivning och att hjälpa fler produktionsbolag att implementera hållbara produktionsmetoder. Målsättningen är också att ta fram en för branschen anpassad beräkningsmodell för koldioxidutsläpp och att komma fram till vilka miljökrav vi i framtiden kan ställa på våra samarbeten.

## Omvärldsanalys

Film i Väst arbetar sedan flera år tillbaka med en omfattande analys av omvärldsförändringar som har påverkat, påverkar och kommer att påverka filmens och seriedramatikens värld. Varje år tas en omfattande intern och en publik rapport fram. I denna verksamhetsberättelse återges ett urval av de reflektioner som gjorts.

Film- och seriedramatikvärlden har förändrats radikalt under 2010-talet. Det är den snabbaste omvärldsförändring som branschen historiskt har varit med om. Landskapet för produktion, distribution och konsumtion har i sak helt förändrats. Det påverkar i förlängningen en rad andra aspekter som exempelvis hur man finansierar, vem som initierar projekt och var produktionen förläggs.

Det finns mer kapital än någonsin tidigare för gestaltad produktion (lång spelfilm och dramaserier) och mängden tillgängligt kapital beräknas fortsätta att tillväxa kraftigt under den närmsta femårsperioden. Under perioden 2014 till 2018 ökade mängden kapital globalt för seriedramatik och långfilm i princip exponentiellt (+ 40 miljarder dollar). 2019 och 2020 kommer att generera en än större ökning.

Kapitalrikedomen driver ökad volym och möjliggör förstärkta ambitioner i produktionen. Den stora tillväxten av kapital kommer från aktörer knutna till VODVOD/strömningstjänster. Flera av världens allra största företag investerar i dag tungt i film och dramaserier. Ökningen av resurser har så här långt primärt tillfallit seriedramatiken, men kapitalmängden för långfilm växer och kommer att fortsätta växa substantiellt när filmen knyts närmare strömningstjänsterna. Kapitaltillväxten är självklart inte jämnt spridd, behovet av offentligt kapital för filmproduktion i mindre språkområden är under överskådlig tid stor, men världen där pengarna ska satsas kommer att se helt annorlunda ut. Aktörskartan håller på att ritas om, centrala roller omdefinieras och makten över innehållet och dess spridning byter skepnad.

## Digitaliseringen

Under 2010-talet har diskussionen om den globala film- och seriedramatikvärlden dominerats av tre fokus: digitaliseringen, Kina som världens största filmmarknad och strömningssjätteformarnas kamp om globalt och regionalt herravälde. De tre företeelserna är i sig i allra högsta grad centrala förändringsmotorer för film- och dramabranschen även i framtiden.

Digitaliseringen som sådan har omstöpt och omstöper en lång rad branscher. Vår bransch var sen ur startblocket, sedan har det gått med blixstens hastighet. Det tog relativt lång tid innan filmen reellt sett var digitaliserad i alla led och paradigmskiftet ett faktum. De tekniska förutsättningarna fanns där långt innan och det var först när 3D introducerades i stor skala som visningsledet av ren nödvändighet kom att digitaliseras.

Den offentligt stöttade digitaliseringen av visningsledet ackompanjerades av föreställningen

om att möjliggöra ett reellt sett bredare utbud där nischat innehåll fick ett större utrymme. The Long Tail, som introducerades som teori och begrepp i *Wired* redan 2004, upphöjdes under en period till ideologi. Föreställningen byggde på att genom internets utbyggnad skulle avsevärt mer av innehåll som tidigare haft svårt att bli synligt (nischat och äldre innehåll) kunna säljas. Det skulle därmed skulle vara en klok och lönsam strategi att satsa på denna typ av innehåll istället för blockbusters.

Digitaliseringen av och volymtillväxten inom långfilmsproduktionen har gemensamt bidragit till att antalet unika biografpremiärer ökat kraftigt. Filmstaden hade 2018 dubbelt så många unika filmpremiärer (exklusive direktsända event, konserter och åter-släpp av klassiker) som år 2000. Varje biograffilm släpps idag i tre till fyra gånger så många "kopior" som motsvarande film i den gamla analoga världen. Biografernas samlade kapacitet i form av dukar och stolar är dock oförändrad. Möjligheterna till en långsiktigt bra sättning är därmed avsevärt mindre än i den gamla världen. Få filmer presterar i paritet med tidigare. Box office hålls uppe av höjda biljettpriser.

För rörlig bild och seriedramatiken har digitaliseringen inneburit att man ser vad man vill se när man vill. Detta tillsammans med den stora kapital- och volymtillväxten (se nedan) sätter stor press på andra visningsfönster, inte minst biografaffönstret. Det är inte troligt att den svenska fönsterlängden för biograf på 122 dagar överlever den närmaste femårsperioden, särskilt inte i beaktande av att alla stora filmaktörer (läs studior) kommer att ha etablerat sig på strömningsmarknaden.

## **Kina och marknaden**

Kina är idag världens största filmmarknad. Kina är det land i världen där det idag görs flest biobesök. Man kan förvänta sig att film- och dramaseriemarknaden kommer att fortsätta att tillväxa så länge den kinesiska ekonomin fortsätter växa och allt fler kineser tar steget upp i medelklassen.

Kina är och kommer att vara den centrala marknaden för framför allt den studiobaserade filmproduktionen avsedd för biograf. Detta har en avgörande betydelse för vad som produceras och vilka högbudgeterade filmer som kommer att göras i framtiden.

Det kinesiska företaget Dalian Wanda Group är världens största biografägare. Man har som ambition att äga och kontrollera 20 procent av alla biodukar i världen. Wanda äger genom "amerikanska" AMC Filmstaden och hälften av Svenska Bio (som tillsammans står för ca 90% av alla biobesök). Makten över det svenska biomonopolet utövas idag i Kina via USA och London. Kännedomen om den svenska marknaden är svag.

De finns en tendens till ett sjunkande antal biografbesök i västvärlden. Många analytiker menar att den svaga utvecklingen av besökstalen står i direkt relation till att alltför få attraktiva filmer görs för vuxenpubliken och att genrebredden blir för smal.

Studioproduktionen koncentreras till innehåll som riktar sig till unga män i åldersgruppen 14

till 32 år. Innehållet är anpassat till profilen på den dominerande biogående publiken i Kina.

### **Strömningssplattformarnas globala och regionala herravälde**

Från början (1997) var Netflix ett företag som hyrde ut dvd:er via postorder. 2007 började man erbjuda strömningstjänster via internet. Innehållet var ursprungligen nischat och vände sig till en specialintresserad publik. Få kunde väl ana vilken innehållslavin denna aktör skulle utlösa. Netflix har i skrivande stund drygt 150 miljoner troget prenumererande hushåll runt om i världen, till det ska läggas abonnenter som går in och ut. Tillväxten i antalet prenumerationer håller dock på att mattas av.

Under den senaste tioårsperioden har Netflix fått konkurrens globalt och lokalt. Amazon Prime, Hulu (nu Disneyägt), Apple, Facebook, Disney+, AT&T Warner/Warner Media (inklusive HBO Max), Peacock (Comcast/NBC Universal), Mubi, Viaplay, C More och en lång rad andra globala och lokala aktörer erbjuder eller kommer att erbjuda strömningstjänster. När Disney+ lanserades den 12 november 2019 i tre länder tog det bara ett dygn innan tjänsten hade tio miljoner prenumeranter. I Västeuropa lanseras Disney+ den 31 mars 2020 och från 2022 ska tjänsten vara global. Disney+ har som uttalad ambition att etablera sig som den dominerande VOD-/strömningssplattformen globalt.

Netflix beräknades under 2019 spendera minst 15 miljarder dollar på innehåll – det är i så fall en nästan 50 procentig ökning jämfört med 2018. Netflix har som uttalad ambition att minst hälften av det som produceras ska vara icke engelskspråkigt innehåll. Bolaget ser så kallat lokalt innehåll som en väsentlig del för att kunna konkurrera framgångsrikt när studiornas plattformar etableras runt om i världen. Netflix etablerar därför produktionshubbar runt om i världen. Skandinavien är en viktig marknad. Det är inte helt omöjligt att man någon gång i den nära framtiden kommer att vilja ha en skandinavisk produktionshubb och då i Sverige som man ser som det enklaste landet i Norden att producera i.

Strömningssplattformar producerar idag *originals*: dramaserier och långfilmer. Projekten utvecklas av en aktör som oftast också ges ansvar för att genomföra produktionen och/eller upphandla det bolag som ska genomföra produktionen. VOD-tjänsten äger ofta projektet till 100 procent och erhåller samtliga intäkter av exploateringen. Produktionsbolaget får en hög ersättning för att genomföra produktionen. Plattformbaserade produktioner av denna typ går att kombinera med finansiering från automatiska produktionsincitament, men ännu så länge inte från selektivt baserade finansieringssystem. Man kan förvänta sig att även plattformar som Netflix i framtiden i ökad utsträckning kommer att nyttja annan extern finansiering för att minska sina egna kostnader. Samtidigt som man öppnar för fler kombinationer av spridning, exempelvis ett begränsat biografönster på produktionens hemmamarknad.

Public service påverkas i högsta grad av utvecklingen på VOD-/strömningssmarknaden. Hanteringen av möjligheter och hot bestäms av de strategier man utvecklar, men kanske i än högre grad av den politiska utvecklingen i olika länder.

Strömningstjänsterna är idag en maktspelare i filmvärlden. Den makten kommer att bli än större de närmaste åren. Netflix kommer att börja göra originallångfilmer på den skandinaviska marknaden. Andra strömningssaktörer kan förväntas göra det samma. Vad händer då? Man kan förutsätta att några av våra mest intressanta upphovspersoner kommer att välja den möjligheten. Attraktiviteten kommer att bli än större om VOD-plattformen medger ett kortare biografönster.

En försäljning av globala rättigheter (eller så gott som globala rättigheter) till en VOD-plattform kan med stor sannolikhet vara den bästa och mest lukrativa lösningen för filmägarna av en specifik film. Vad betyder det för den traditionella modellen för filmfinansiering och hantering av de färdiga filmerna? Kommer den nuvarande trängseln på biograferna att lösa sig själv då färre titlar ställer krav på ett biografönster av någon omfattning.

### **Extremt fokus på volym**

Tsunami, deluge (syndafloed), guldrush – kärt barn har många namn. Världen har under framför allt de senaste åren sett en mycket kraftig tillväxt av high end-dramaproduktion och då i huvudsak det som kallas för high end-dramaserier. I USA har man gått från att producera 250 tv-dramaserier per år till 600. Ett 30-tal svenska tv-dramaserier görs nu årligen att jämföra med de cirka tio dramaserier som producerades när decenniet var ungt. Det finns inga tecken att den näst intill exponentiella tillväxten ska avta under de närmaste åren. Tvärtom, bara i Sverige kan man räkna med en tillväxt på ungefär 20 dramaserier till per år.

Dramabranschen räknar själva med fem års tsunami/syndafloed/guldrush innan produktionsmängden av nödvändighet måste stabiliseras på en lägre nivå, där utbudet i viss mån närmar sig efterfrågan. Det ökade utbudet har lett till en relativt liten ökning av tittandet. Det genomsnittliga hushållet vill förvisso ha tillgång till ett stort utbud men nyttjar det bara i ringa grad. Det finns en begynnande mättnad och dygnet har trots allt bara 24 timmar.

Etablerade manusförfattare, regissörer, producenter och skådespelare har, om inte helt, övergett filmen för att istället göra dramaserier. Detta har påverkat filmen negativt. I Sverige märks det främst i bristen på kreativa producenter och manusförfattare. Utvecklingstiden för långfilm har förlängts avsevärt.

Volym ses idag som en primär konkurrensfaktor, men är det verkligen det? Vad är det som får tittarna att i det massiva utbudet välja att se vissa titlar och välja en specifik OTT-tjänst? ((OTT) – over-the-top video, over-the-top content – operatörsberoende tjänster som sänds till enskilda användare över nätet av en fristående tjänst.) Är det volym, kvalitet, kurering, *word of mouth* eller marknadsföring? Vilken roll spelar historieberättandet, angelägenhetsgraden/relevansen/identifikationsmöjligheter, *production value* och andra kvalitetsaspekter? Det finns en gryende diskussion om kvalitet versus volym.

Den stora volymtillväxten skapar kapacitetsproblem. Kapacitet är idag en av de mest diskuterade aspekterna globalt när man pratar med olika aktörer i film- och drama-

serievärlden. Och kapacitetsproblemen är många. Det saknas kreatörer, linjeproducenter, team, studior och andra centrala ”element” för att kunna hantera expansionen. Vem ska göra det efterfrågade innehållet med den önskade kvaliteten?

Film i Väst har tillsammans med det Londonbaserade konsultföretaget Olsberg SPI låtit göra en studie av kapaciteten i Sverige. Den kommer att följas upp årligen för att se hur kapaciteten utvecklas. Sverige kan inte ses som ett isolat. Så gott som alla länder med någon form av film- och dramaproduktion har idag kapacitetsproblem.

### **Nya roller för centrala aktörsled**

Roller och uppgifter för traditionellt centrala aktörer inom film- och drama håller på att omdefinieras. Styrande faktorer har varit och är:

- digitaliseringen, som resulterat i omstruktureringen av produktion, distribution och konsumtion;
- det enorma och växande tillflödet av kapital för produktion av innehåll från lokala och globala aktörer;
- den snabba tillväxten av automatiska finansieringssystem;
- koncentrationen av ägande och makt.

Den ändrade spelplanen ställer krav på förändrade affärs-/verksamhetsidéer, organisationsformer och bemanning.

Idag ägnas åtskillig tid hos de flesta viktiga aktörer att sitta i interna möten för att reflektera hur man ska vara relevanta och väsentliga. Man definierar om fokus, roller, inriktningar och därmed den grundläggande affärs-/verksamhetsidén

I det nya snabbt föränderliga film- och tv-dramalandskapet ritas rollerna om. Projekt initieras i allt större utsträckning av någon annan än en regissör och/eller en manusförfattare. Det omformar producentrollen och gör den avsevärt mer kreativ. Den mer traditionella producentrollen lever delvis kvar i art house-världen, men även där sker en förändring.

I det nya landskapet minskar produktionsbolagens betydelse, men därmed inte vissa dimensioner av producentskapet (initiering, idégivning, kreativt bollplank i utvecklingen eller en ännu mer aktiv roll, kreativ styrning och/eller bollplank i genomförande av projektet, organisation och kontroll av genomförandet samt medverkan i lansering/marknadsföring). Många av nutidens och framtidens stora aktörer och maktspelare tycker egentligen inte att det finns ett behov av ett produktionsbolag – däremot av skickliga individer: kvalificerade kreativa producenter och genomförande producenter/linjeproducenter.

Produktionsbolagens roll som utvecklare, finansiärer, genomförare och ansvariga för filmens exploatering naggas i alla kanter. Det nya och framtida landskapet riskerar förvandla själva produktionsbolaget till en genomförare av projekt. Affären blir att se till så att man får så stor

ersättning och så stora marginaler som möjliga för att genomföra projektet, inte att äga och exploatera det.

Produktionsbolagens roll och uppgift har förändrats. Bolagen måste ändra sitt erbjudande och framför allt stå för kreativitet, kunnande och kompetens. Ägande, paketering och exploatering ersätts av skicklighet i genomförande av en film- eller tv-dramas olika delar. Andra aktörer kontrollerar i växande krav Intellectual Properties, IP. eller upphovsrätten.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att det finns en tydlig tendens att centrala roller omdefinieras – kedjan producent, distributör och visare tenderar istället att bli beställare, paketerare, kreativa hubbar, utförare och rättighetsförvärvare/förvaltare/exploatör och då inte nödvändigtvis som en kedja.

1. De centrala aktörernas förutsättningar och roller ändras i grunden. Där man funderar på vad man har att erbjuda den nya och framtida film- och tv-dramavärlden agerar merparten offentliga finansierarna generellt som om ingenting egentligen har hänt eller händer.
2. Det finns avsevärt mer kapital än någonsin i historien för att producera gestaltat innehåll (film- och tv-drama). Tillväxten av kapital kommer att fortsätta under den närmaste femårsperioden.
3. Automatisk finansiering från olika typer av incitament är en allt väsentligare del i finansplanerna för både film och drama. Resurserna för selektiv filmfinansiering minskar, till och med franska filminstitutet CNC måste göra neddragningar på centrala områden i sin budget.
4. Hur ska offentliga filmfinansiärer hantera projekt som i grunden ägs och kontrolleras av en global (läs amerikansk eller kinesisk) eller regional gigant?
5. Offentligt selektivt kapital bör och kan även i framtiden vara nödvändigt och attraktivt. Kommersiell art house och art house där man eftersträvar stor kreativ och konstnärlig kontroll är exempel på filmtyper där man kan förvänta sig ett fortsatt behov av traditionell filmfinansiering.
6. Offentliga nationella och regionala filmfinansiärer måste se över sitt erbjudande, söka nya mer proaktiva arbetsformer och fokusera i betydligt större omfattning på formaliserade samarbeten, kunnande, kompetens, nätverk och – om man kan – varumärke.
7. Utvecklingen har för gott ritat om film- och tv-dramakartan i stora delar. Aktörsbilden och rollerna kommer inte att återgå till hur det såg ut förr i världen. Men efter tsunamin/syndafloden/guldrushen kommer en ny tid där behovet av substantiell selektiv filmfinansiering kan förväntas öka betydligt, men där kontexten för alltid är förändrad.

# Målområden Kulturnämnden och Regionutvecklingsnämnden

## Målområde 1

Film i Väst är en av Europas mest framgångsrika regionala filmfilmfonder och Västra Götaland en ledande film och tv-region

### Indikatorer:

- Antal internationellt prestigefulla priser i de viktigaste festivalerna/evenemangen
- Antal långfilmer, kortfilmer och dokumentärer valda till en officiell sektion på de fyra mest centrala filmfestivalerna i världen
- Antal kortfilmer, animerade och dokumentärfilmer som väljs till en officiell sektion i de tre viktigaste festivalerna
- Antal nationella filmpriser
- Antalet premiärer
- Antal projekt som når minst 200 000 biobesök i Sverige och/eller en global totalpublik på minst två miljoner biobesök

### Antal internationella prestigefulla priser i de viktigaste festivalerna

Festival	Pris	Produktion
Berlin	Silver Bear	<b>Rasmus Videbeck</b> för sitt foto i <b>Hans Petter Molands</b> <i>Ut og stjaele hester</i>
Cannes	Semaine de la Critique, Bästa skådespelare (Louis Roederer Foundation Rising Star Award)	<b>Ingvar Sigurdsson</b> , Bästa skådespelare i <b>Hlynur Palmásons</b> <i>A White, White Day</i>
Sundance	World Cinema Dramatic Competition: Special Jury Award  World Cinema Documentary Competition, regipriset	<b>Alejandro Landes</b> <i>Monos</i>  <b>Mads Brügers</b> <i>Cold Case Hammarskjöld</i>

En mer fullständig förteckning över framgångar för Film i Västs samproduktioner på internationella festivaler och galor finns i dokumentet *Festivaler & galor 2019* (bifogas).

Galor som Oscar och Golden Globe är centrala i filmvärlden. 2019 vann **Glenn Close** Golden



Globe för sin insats i **Björn Runges** *The Wife*. Hon var även Oscarsnominerad som Best Actress i samma film, som hon dock inte vann. Oscarsnominerade var också **Göran Lundström** och **Pamela Goldammer** för Bästa mask och peruk i **Ali Abbasis** *Gräns*.

Årets upplaga av European Film Awards nådde inte samma nivå som tidigare år. Två bidrag blev slutnominerade: **Toby MacDonalds** *Old Boys*, EFA Young Audience Award, och **Ingvar Sigurdsson**, Best Actor i **Hlynur Palmásons** *A White, White Day*. Ingen av dem vann.

**Antal långfilmer, kortfilmer och dokumentärer valda till en officiell sektion på de fyra mest centrala filmfestivalerna i världen**

<b>Festival</b>	<b>Sektion</b>	<b>Produktion</b>
Berlin	Official Selection samt öppningsfilm för hela festivalen  Official Selection  Generation Kplus  Generation 14plus  Panorama	<b>Lone Scherfig</b> <i>The Kindness of Strangers</i>  <b>Hans Petter Moland</b> <i>Ut og stjæle hester</i>  <b>Jon Holmberg</b> <i>Sune vs Sune</i>  <b>Carl Javér</b> <i>Rekonstruktion Utøya</i>  <b>Syllas Tzoumerkas</b> <i>The Miracle of the Sargasso Sea</i> <b>Alejandro Landes</b> <i>Monos</i>
Cannes	Official Selection och öppningsfilm för hela festivalen  Official Selection  Semaine de la Critique	<b>Jim Jarmusch</b> <i>The Dead Don't Die</i>  <b>Corneliu Porumboui</b> <i>The Whistlers</i>  <b>Hlynur Palmáson</b> <i>A White, White Day</i>
Venedig	Venice Classics  Kritikerveckan	<b>Andrei Tarkovskij Jr</b> <i>Andrei Tarkovskij</i> <b>Dag Johans Haugeruds</b> <i>Barn</i>
Toronto	Discovery  Discovery Discovery Masters Contemporary World Cinema	<b>Rojda Sekersöz</b> <i>En komikers uppväxt</i> <b>Neasa Hardiman</b> <i>Sea Fever</i> <b>Maria Sødahl</b> <i>Håp</i> <b>Corneliu Porumboui</b> <i>The Whistlers</i> <b>Hlynur Palmáson</b> <i>A White, White Day</i>

Film i Väst hade samproduktioner valda till samtliga prestigefestivaler. Det är ett samlat gott utfall väl i paritet med de bästa åren under 2010-talet. Att ha med filmer i Official Selection i både Berlin och Cannes är mycket bra. Att ha öppningsfilmer som dessutom är i huvudtävlan på båda festivalerna är en bragd och har inte hänt tidigare.

### Antal kortfilmer, animerad- och dokumentärfilm som väljs till de tre viktigaste festivalerna

Festival	Sektion	Produktion	Kategori
Clermont-Ferrand	Hot Docs	<b>Morgane Dziurla-Petit</b> <i>Excess Will Save Us</i>	
Annecy		Inget bidrag	
IDFA		Inget bidrag	

### Antal nationella filmpriser

Festival/Gala	Produktion och vinnarkategori
Amanda (Norge)	<p><i>Ut og stjæle hester</i> # Bästa norska biofilm # Bästa regi # Bästa manliga biroll # Bästa foto # Bästa originalmusik</p> <p><i>Mordene i Kongo</i> # Bästa manliga skådespelare</p> <p><i>Skjelvet</i> # Bästa visuella effekter # Folkets Amanda</p>
Bodil (Danmark)	<p><i>Holiday</i> # Bästa danska film # Bästa kvinnliga huvudroll # Bästa manliga biroll</p> <p><i>The House That Jack Built</i> # Bästa produktionsdesign</p>
Guldbaggen	<p><i>Rekonstruktion Utøya</i> # Bästa dokumentärfilm # Bästa regi</p> <p><i>Ted – För kärlekens skull</i> # Bästa scenografi</p> <p><i>Gräns</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li># Bästa visuella effekter</li> <li># Bästa mask/smink</li> <li># Bästa ljud/ljuddesign</li> <li># Bästa manliga biroll</li> <li># Bästa kvinnliga huvudroll</li> <li># Bästa film</li> </ul> <p><i>Tårtgeneralen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li># Bästa kostym</li> <li># Biopublikens pris</li> </ul> <p><i>Videomannen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li># Bästa kvinnliga biroll</li> </ul>
Robert	<p><i>Journal 64</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li># Årets manliga biroll</li> </ul> <p><i>The House That Jack Built</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li># Årets fotograf</li> <li># Årets visuella effekter</li> </ul> <p><i>Gräns</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li># Årets icke-engelskspråkiga film</li> </ul>
Jussi Awards	Ingen nominering

### Antal premiärer

I perspektivet samproducerade filmer redovisar Film i Väst antalet premiärsatta filmer\*) under respektive verksamhetsår. Under 2019 har 43 av Film i Västs samproduktioner premiärsatts (förutom kortfilm):

År	Svenska	Internationella	Tv-drama
2019	16	21	5
2018	17	18	4
2017	12	20	5**)
2016	13	14	3
2015	8	13	3

\*) Premiär av lång spelfilm och lång dokumentär på biograf i Sverige och internationellt och tv-drama i Sverige.

\*\*\*) Säsong två av *Vår tid är nu* och *Springfloden*

## Publikstatistik

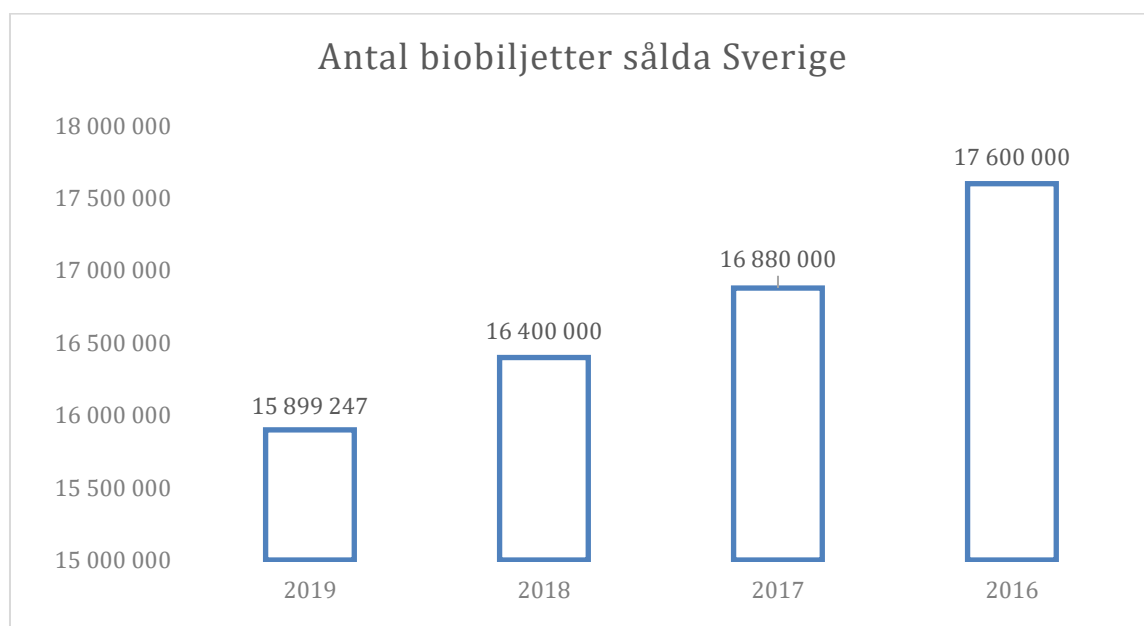
### Antal projekt som nått minst 200 000 biobesök i Sverige och/eller en global totalpublik på minst två miljoner besök

50 miljoner tv-tittare och 1,8 miljoner biobesökare i Sverige (varav 1,6 miljoner på svensk film) och 1,3 miljoner i Danmark och Norge sammantaget. Så ser publiksiffrorna ut för Film i Västs samproduktioner under 2019. Ett bra tv-år och ett dåligt bioår om vi jämför med de senaste åren.

Publiksiffror är oftast en affärshemlighet. När det gäller svensk tv finns det statistik för alla kanaler, men inte för VOD-tjänster som Netflix eller HBO. Svenska biografägarförbundet redovisar inte längre aktuella biobesökstal i Sverige utan endast besökstalen för de mest sedda svenska och internationella filmerna kvartalsvis. Norge har en utomordentlig redovisning av alla biofilmer medan Danmark bara redovisar danska filmer. Det är också mycket svårt att få en uppfattning av hur en film går internationellt.

### Bioåret 2019

I Sverige kännetecknas bioåret av att det bara är tre långa spelfilmer med premiär 2019 som har nått över 200 000 biobesökare. Av de 47 svenska långa spel- och dokumentärfilmer som haft svensk biopremiär är det ett mycket stort antal som inte når över 30 000 biobesökare.



### Film i Väst på bio

2019 såg dramatiskt sjunkande publiktal och därmed kraftigt minskade marknadsandelar för den inhemska filmen i en lång rad länder i Europa. Den svenska filmen gjorde sitt sämsta publika resultat på flera decennier. Marknadsandelen slutade på låga 13,2 procent och besökstalet har i princip halverats jämfört med tidigare. Film i Väst behöll sin starka ställning inom svensk film och stod för 74% procent av svensk films marknadsandel. Film i Västs

samlade svenska resultat mätt som marknadsandel för 2010-talet har varit i stort stabilt med några få undantag, men det publika resultatet mätt i antalet sålda biobiljetter är avsevärt lägre de tre senaste åren jämfört med perioden 2007 till och med 2014/15.

På vissa centrala marknader (Storbritannien bland andra) sjönk det samlade biogåendet markant. I Sverige var den minskningen marginell (tre procent).

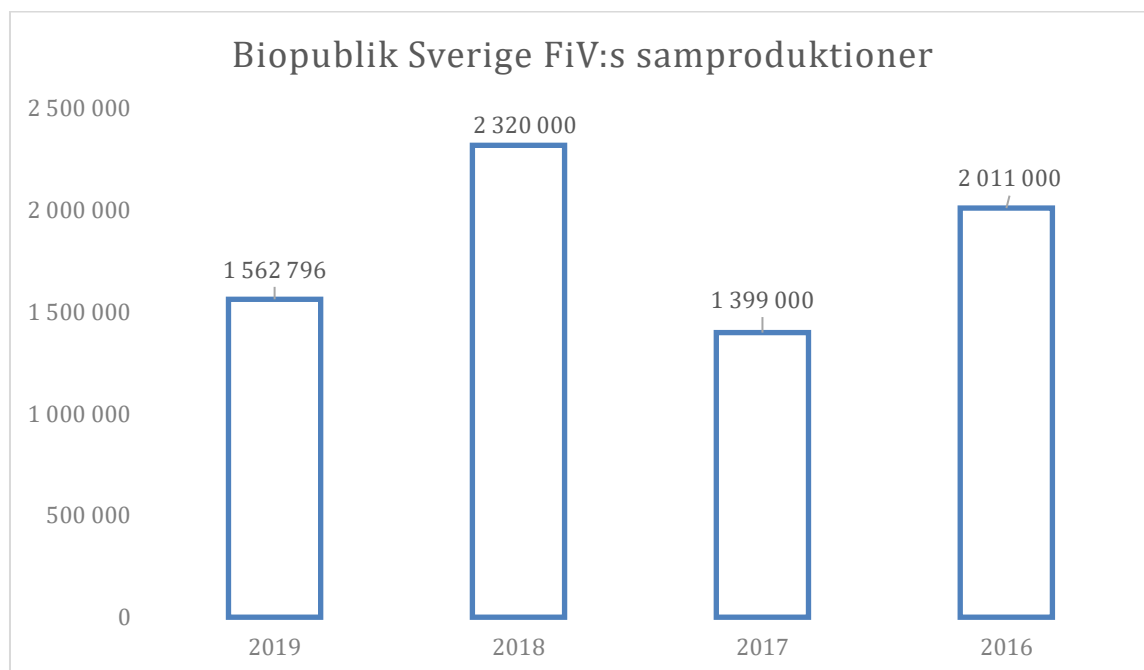
Den europeiska filmens publikkrise bör ses i ljuset av det paradigmskifte som filmen befinner sig i. Den exponentiella tillväxten av utbudet av publikt och konstnärligt intressanta filmer och high end-dramaserier som traditionella "broadcasters" och VOD-tjänster erbjuder påverkar vad publiken väljer att se på bio, men inte nödvändigtvis det samlade publika resultatet på skärmar och stora dukar.

Film i Väst har inlett ett arbete med att samla finansiärer och bransch kring ett program som åter ska göra svensk film framgångsrik på biograf. Detta arbete kommer ta tid och måste utformas på ett sådant sätt att det tål "konkurrensen" från både amerikansk studiofilm och den fortsatta kraftiga expansionen av intressant innehåll som olika VOD-tjänster kommer att erbjuda. Det strategiska förändringsarbetet som Film i Väst (se förordet) startat ska bidra till att Film i Väst fortsatt behåller sin ställning som en ledande aktör i Sverige och Europa i kraft av fortsatta publika och konstnärliga framgångar.

Nedan redovisas tio-i-topplistan för Film i Västs svenska samproduktioner. Film i Väst hade under 2019 totalt 19 samproduktioner med svensk biopremiär, dessa redovisas separat. 2019 års siffror från redovisningar 2 respektive 12 januari 2020.

<b>Titel</b>	<b>Publik på bio 2019</b>
<i>Bamse och dunderklockan</i> *2018	220 029 (totalt 362 450 till och med 12 januari 2020)
<i>Britt-Marie var här</i>	211 846
<i>Sune vs Sune</i> *2018	202 442 (totalt 493 603)
<i>En del av mitt hjärta</i>	192 320 [313 728 till och med 12 januari 2020]
<i>Sune – Best man</i>	187 039 [279 944 till och med 12 januari 2020]
<i>Jag kommer hem igen till jul</i>	131 141 (134 937 till och med 12 januari 2020)
<i>Lyckligare kan ingen vara</i> *2018	114 863 (totalt 296 870)
<i>Tills Frank skiljer oss åt</i>	80 830
<i>438 dagar</i>	71 508

Biomarknaden har förändrats kraftigt efter digitaliseringen 2013/14. Närmare 50 % fler titlar får en biopremiär jämfört med tidigare och varje titel går upp i mångdubbelt fler kopior. Det skapar en mycket stor konkurrens om befintlig kapacitet. Få, om några, filmer kan under en längre tid visas i attraktiva salonger på bra tider. Det blir allt svårare att ha möjligheten att nå en stor biopublik. Det stora utbudet och de massiva releaserna av filmer som tros ha någon publik möjlighet tenderar att gynna filmer som bygger på någon form av känt varumärke (franchise) – publiken har svårt att hitta till originalberättelserna, mycket få filmer av denna typ (alldeles oavsett om de är svenska eller engelskspråkiga) når idag över 200 000 biobesök.



Man kan anta att framtidens biograffönster kommer att präglas av än hårdare konkurrens och högre prissättning. För att vara relevant krävs passion, ambition och historier som verkligen berör. Det måste vara tydlig att man missar något när man inte ser filmen på biograf.



## Svensk films marknadsandel

Svensk films marknadsandel under uppdragsperioden och Film i Västs andel av svensk film:

År	Svensk films marknadsandel	Film i Västs andel av svensk film
2019	13,2	74%
2018	18,7	73 %
2017	17,2 %	47,5%
2016	15,1 %	73 %
2015	19,9 %	41 %

Film i Västs samproduktioner är 2019 på en marknadsandel av svensk film som placerar sig fortsatt mycket starkt. Dock i ljuset av att svensk films marknadsandel ligger på historiskt låga dryga 13%.

### Nedgången är inte bara svensk

Låt oss först konstatera att Sverige inte är ensamt om att ha dramatiska publikdropp för sin inhemska film på bio. Det samma gäller exempelvis jämförbara länder som Norge, Belgien och Holland. Marknaden präglas av koncentration och konsolidering. Det pågår ett krig på vod-marknaden orkestrerat av allt fler stora kapitalstarka aktörer. Utbud och kapital ökar exponentiellt.

### Volymen påverkar

Möjligheten att orientera sig i det massiva utbudet är begränsat och dygnet har trots allt bara 24 timmar. I Sverige har antalet unika biografpremiär fördubblats och antalet kopior per film är tre till fyra gånger större än i den pre-digitala världen. Kapaciteten mätt i dukar och stolar är ungefär den samma. Det är rimligt att anta att valet av vad vi ser på bio påverkas av det totala utbud som vi har tillgång till.

### Varför vill vi se film på bio?

Så vad får oss då att välja att se en specifik film på biograf istället för att vänta på att den finns tillgänglig på skärmen? Vi kan förstås ta vår utgångspunkt i tematik, genre, visualitet/*production value*, cast, kända varumärken/starka originalberättelser, relevans, igenkänning, beröring och en lång rad andra faktorer satta i ett större sammanhang. Svaret är komplext och vi saknar av olika skälkunskap inom alla områden. Eller rättare: Privata aktörer betraktar marknadsanalyser och till och med tittarstatistik som affärshemligheter.

Svensk film, filmpraktik och filmdebatt har ofta rört sig i 180-graderssprång: det är ”för

mycket” feel good/rerelationsdrama eller main stream. Det är ”för mycket” art house, för mycket varumärke, för få – eller för många – debutanter och för många filmer som baseras på en känd persons liv eller en känd företeelse.

Svensk film har länge haft problem med genrebredd och variation i innehåll. Under senare tid har det blivit för mycket varumärkesfilm (känd förlaga) och alldeles för många filmer baserade på en känd mans liv och/eller musik.

### **Bristande analyser**

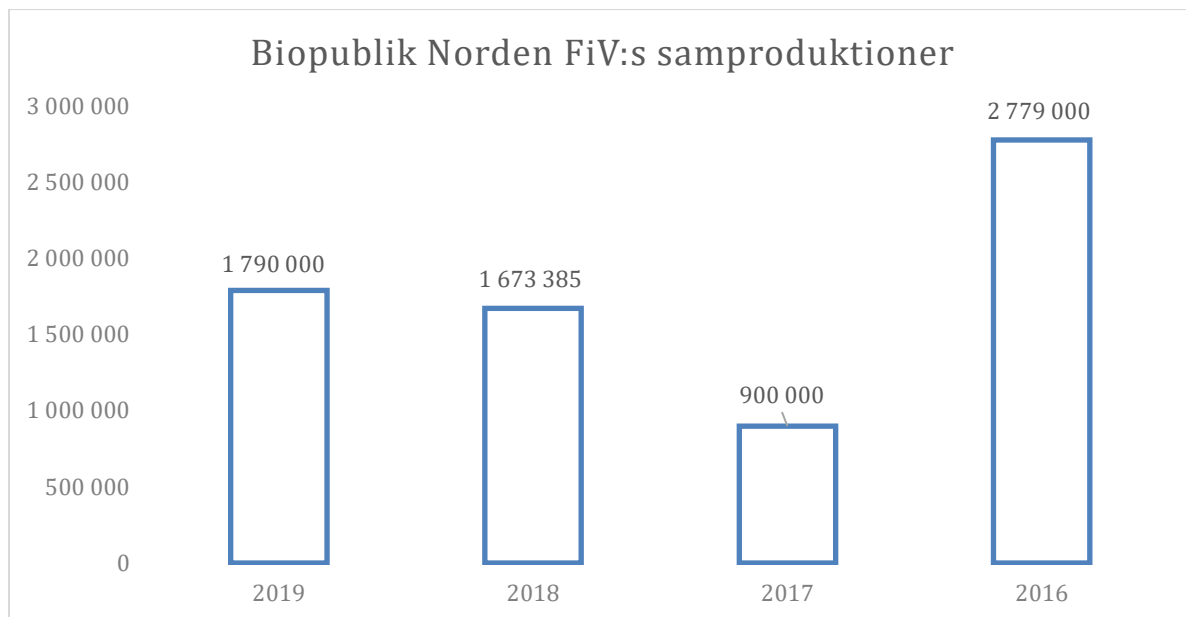
De undersökningar vi har sett saknar denna komplexitet. Analysen behöver bli mer omfattande: Vilka värderingar bär de stora film- och kulturkonsumenterna i Sverige? Har polariseringen påverkat inställningen till film och andra kulturformer? Vilken roll spelar graden av modernitet i breda befolkningslager i Sverige (läs primära kulturkonsumenter) i relation till begrepp som nation och tradition? Har svensk film ens en möjlighet att vara ett starkt varumärke i dagens Sverige? Hur påverkar demografiska förändringar som en åldrande och allt piggare befolkning och senare familjebildning målgruppsbilden? Hur påverkas filmen och filmkonsumtionen på kort och lång sikt av en allt större andel av befolkningen med annan etnisk bakgrund än svensk?

### **Film i Västs samproduktioner i Norden**

I Danmark blev Göteborgsinspelade *Ser du månen*, *Daniel* den danska film som sågs av flest biobesökare med 472 208 sålda biljetter. Barnfilmen *Mugge & Vejfesten* sågs av 173 882, *Självordsturisten* av 2 639 och dokumentären *Cold Case Hammarskjöld* av 5 269 biobesökare.

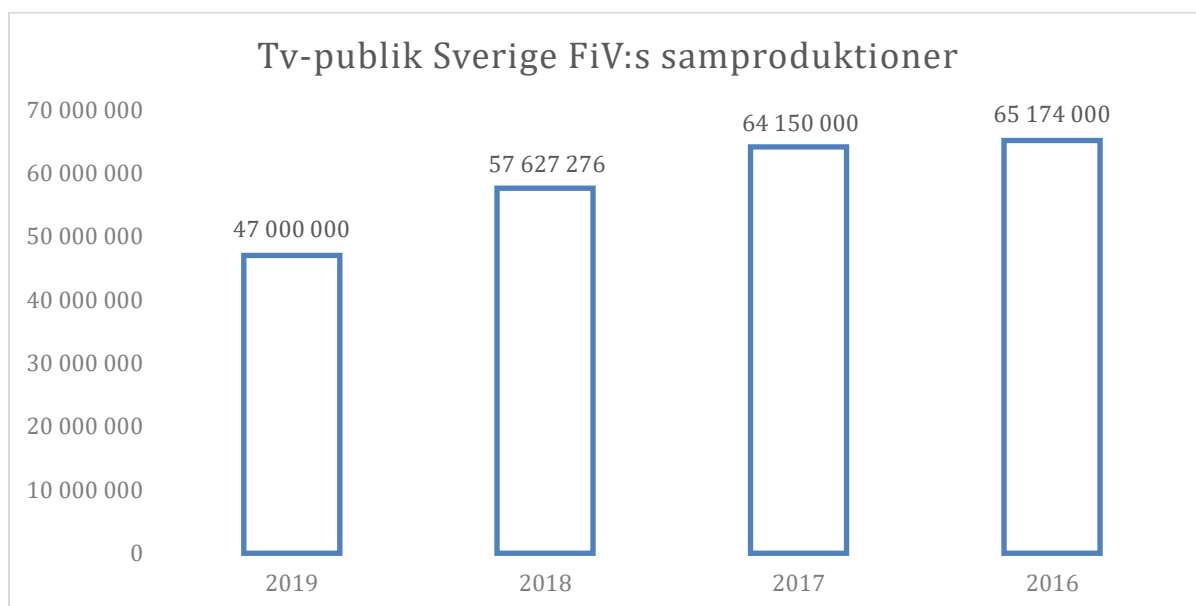
I Norge följer antalet biobesök den internationella trenden och minskar kraftigt: Totalt löstes 11,3 miljoner biljetter på norska biografer under fjolåret, vilket även det är runt miljonen färre än 2018 och den sämsta siffran sedan 2014. Av alla biljetter såldes 18,4 procent, eller 2,1 miljoner, till norska filmer. Av Film i Västs norska samproduktioner har *Amundsen* gått bäst med 209 039 sålda biljetter, följd av *Ut og stjæle hester* med 105 680, *Spionen* med 81 005, *Håp* med 41 011 och *Barn* med 19 924.

Totalt har Film i Västs samproduktioner setts av 1 267 416 biobesökare i Norge och Danmark.



### Film i Västs samproduktioner på svensk tv

Det är förstås svårt att exakt säga vad minskningen av antalet tv-tittare på någon av Film i Västs samproduktioner beror på. Från 58 miljoner 2018 till 47 miljoner år 2019. Vilka och hur många program som sänds är förstås en huvudförklaring. Men att alltmer tittande sker på strömningstjänster är en tungt vägande faktor. (Här avses både tablålagd TV samt kanalernas respektive streamingtjänster.)



Film i Västs räknar tittare som ser en samproduktion på SVT, TV4, Kanal 5, eller Sjuan under ett år. Totalt har ett 80-tal samproduktioner visats.

Allra mest drog förstås tredje säsongen av *Vår tid är nu*, som varje avsnitt lockade 2 450 000 tittare för att totalt landa på 19,6 miljoner. *Vår tid är nu* höll även tredje säsongen sin ställning som en av de mest sedda tv-dramerna. Dramaserien spränger också generationsgränserna och har en mycket stor fanbase. Fyra andra tv-draman hade premiär: *Bröllop, begravning, dop* (5,5 miljoner totalt), *Enkelstöten* (2,7 miljoner), *Allt jag inte minns* (730 000) samt *Väster om friheten* (685 000). *Fjällbackamorden* fick nypremiär och lockade tillsammans 1 083 000 tittare.

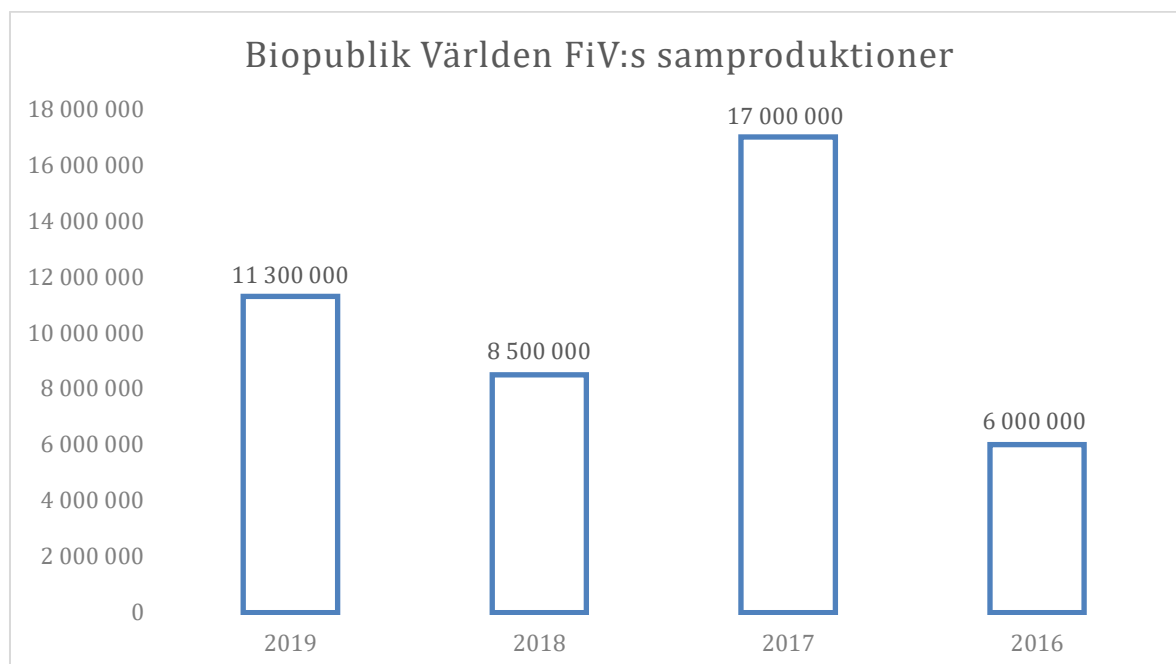
Även kortfilmen har presterat starka siffror i tv-fönstret och många kan nu nå en miljonpublik: *Hopptornet* sågs av 1,4 miljoner och *Zlatan i Alperna* av 700 000. Dokumentärer som *Excess Will Save Us* och *Hjertelandet* sågs av 439 000 respektive 374 000.

I övrigt är det de stora biosuccéerna som också vinner gamla och nya tittare: *Millennium-trilogin*, *Gräns*, *Ted – för kärlekens skull*, *Kopps*, *Hundraåringen som klev ut genom fönstret och försvann* och *Änglagård – tredje gången gillt* med tittarsiffror från 1,1 miljoner och nedåt.

Den stora utmaningen i framtiden ligger i att publiken i allt större omfattning kommer att se film och tv-drama på strömningplattformar som inte redovisar publiktal. Detta gäller också innehåll som primärt har SVT och TV4 som visare, men där aktörer som Netflix, CMore och Viaplay är medfinansierare och förfogar över en del av visningsfönstret.

### **Film i Västs samproduktioner internationellt**

Internationellt har 21 samproduktioner haft biopremiär under 2019. Eftersläpningen är stor; en film kan ha haft premiär tidigt 2018 men inte hunnit "jorden runt" förrän i slutet av 2019. Redovisningen är mycket långsam. Det är mycket svårt att få uppgifter om antalet sålda biljetter internationellt. En rimlig skattning är att följa den amerikanska sajten [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), söka per titel och dividera summan för biointäkter (mätt i dollar) med tio. Uppskattningsvis har *Rambo: Last Blood* sålt 9,2 miljoner biobiljetter och *The Dead Don't Die* sålt 1,4 miljoner biljetter.



## Målområde 2

### Film i Västs samproduktioner når och angår de flesta invånare i Sverige och Västra Götaland

Kulturstrategiska områden ur kulturstrategin *En mötesplats i världen Vidgat deltagande, Nyttja tekniken Tillväxtstrategiska områden ur VG2020 En region för alla (2.1.4, 2.3.4)*

#### Indikatorer:

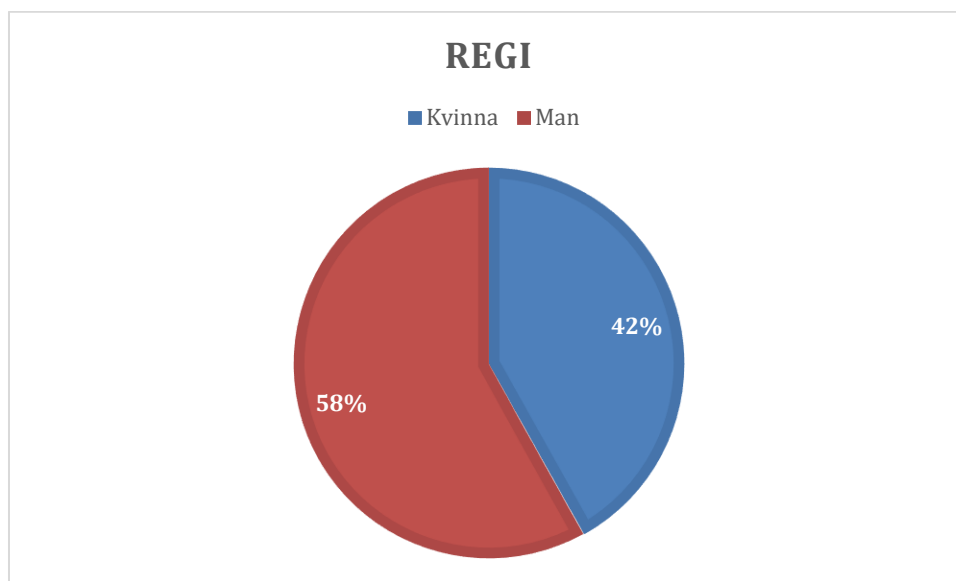
- Redovisa representativitet med utgångspunkt i ur vilket perspektiv de samproducerade filmernas historier berättas – kön, etnicitet, klass och land/stad
- Antalet besökare till samproduktioner för barn och unga
- Andel svenska samproduktioner för barn och unga

#### Representativitet

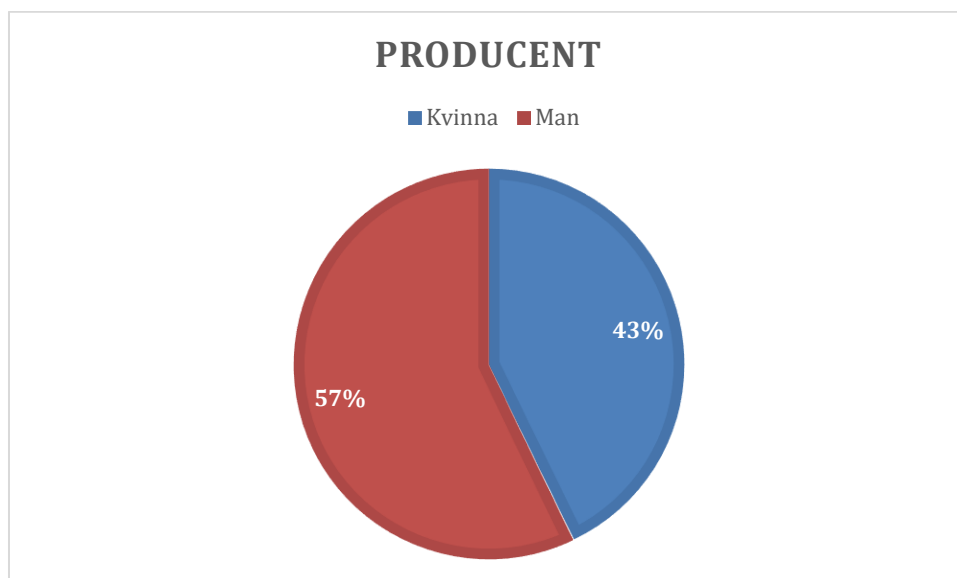
Under 2019 har Film i Västs svenska samproduktioner av långa svenska spelfilmer fortsatt dominerats av män. Det är bara på producentsidan det väger jämt mellan män och kvinnor medan en tredjedel av manusförfattarna och regissörerna är kvinnor.

Berättarperspektivet har under 2019 utjämnats något i jämförelse med 2018. Resultatet avseende jämställdhet (kreatörer och berättarperspektiv) blir bättre om man lägger till de internationella långfilmerna och de långfilmslånga dokumentärerna. Den samlade bedömningen av verksamhetsåret är att representativiteten ännu inte är tillfredsställande men på god väg.

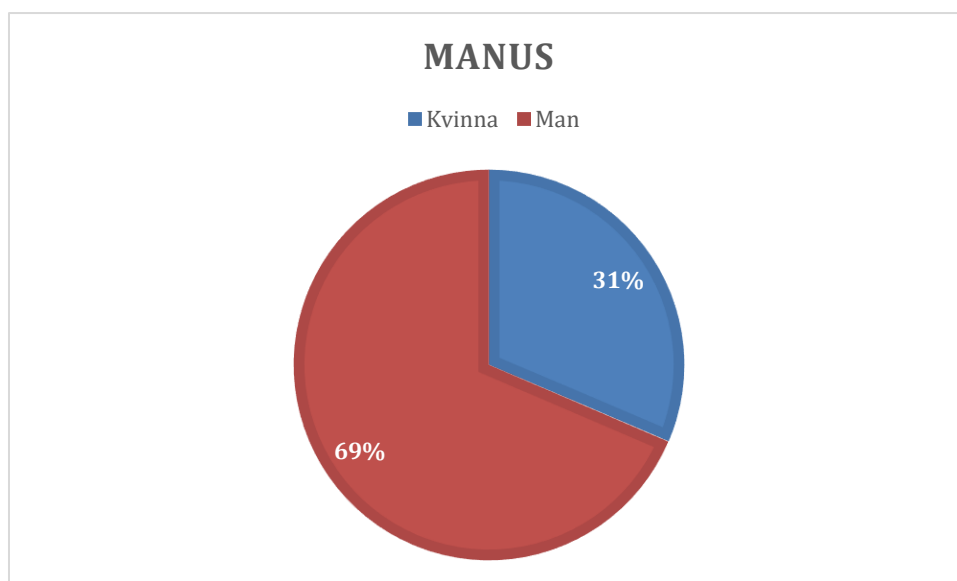
I graferna nedan redovisar svenska långfilmer, dokumentärer och kortfilmer. Märk väl att en produktion också kan ha fler än en person när det gäller regi, producent och manus.



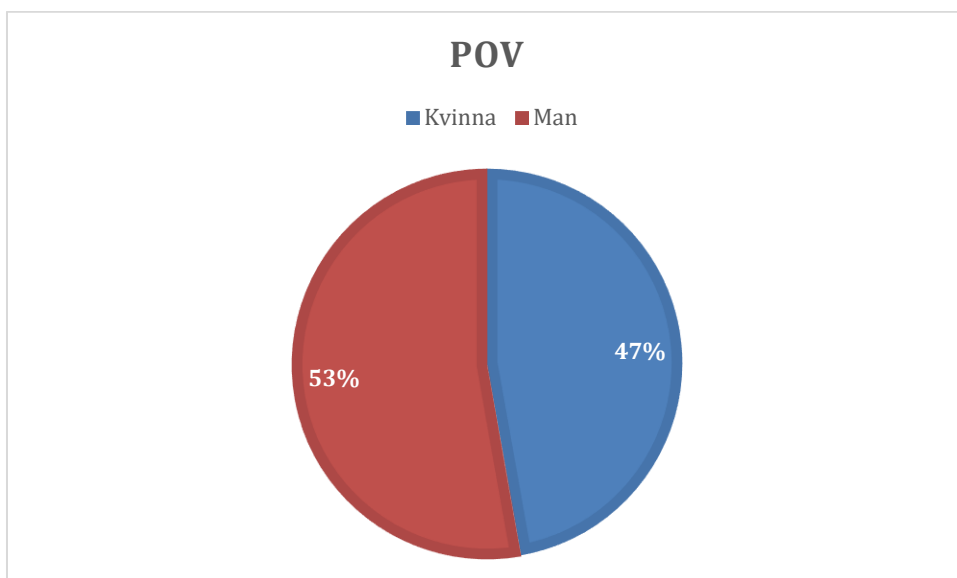
Av de samproduktioner som hade premiär under 2019 hade 42% (13) kvinnliga regissörer, 58% (18) manliga regissörer.



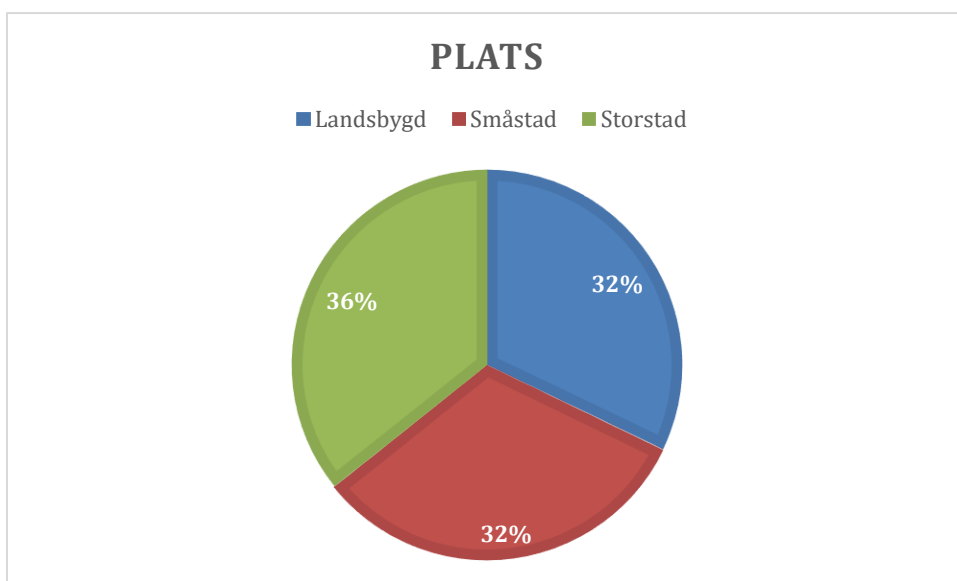
När det gäller producentledet är fördelningen under 2019 något mer övervägande manlig än i jämförelse med 2018. 43 % (18) hade kvinnliga producenter och på den manliga sidan var det 57 % (24).



I manusperspektivet blir det fortsatt en övervikt i den manliga representationen 69 % (24), medan kvinnliga manusförfattare stod för 31 procent (11).

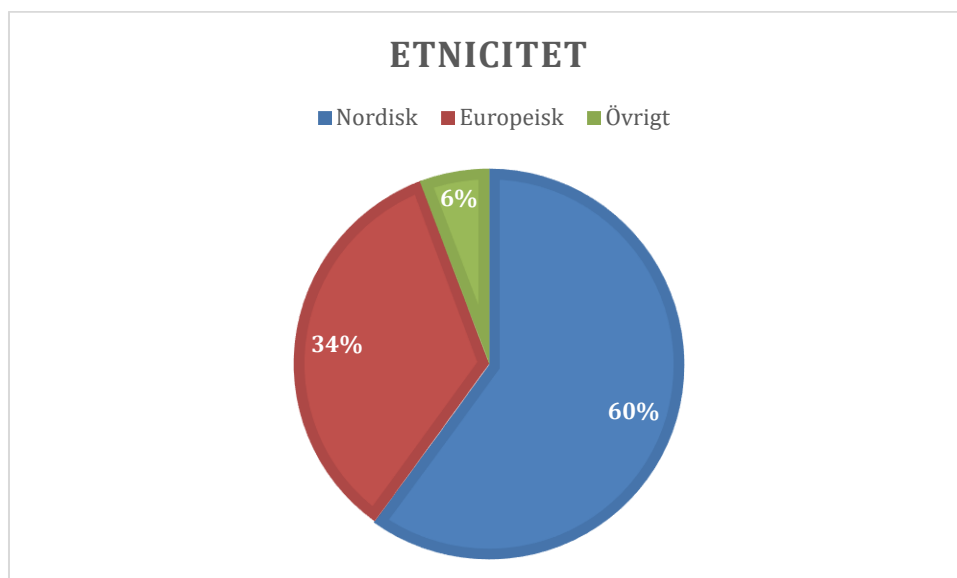


I berättarperspektivet (ur vems perspektiv berättas handlingen) är fördelningen något mer jämn: 47 procent (17) berättades ur ett kvinnligt perspektiv och 53 procent (19) ur ett manligt perspektiv.



I perspektivet var någonstans filmen/dramat utspelar sig fördelar sig det relativt jämnt. 36% procent (10) utspelade sig i storstad, 32 % (9) på landsbygd och 32 % (9) i småstad.





I perspektivet etnicitet dominerar den nordiska representativiteten med 60% (21) och 34% (12) utgjordes av europeisk representativitet samt 6% (2) av övrigt.

### Räckvidd Västra Götaland

Under 2019 uppskattar vi att mellan 18-20 procent av alla biobesök och allt tv-tittande på Film i Västs samproduktioner är gjorda i Västra Götaland. Uppskattningsvis fördelar sig detta mellan 17-18 procent komedi/barn, 17-18 procent drama och ca 10 procent "arthouse". Uppskattningsvis uppgick den totala siffran till ca 450 000 som såg någon av Film i Västs samproduktioner. Motsvarande siffra 2018 var 430 000, 2017 var det ca 350 000 och för 2016 var den siffran 275 000.

2019	2018	2017	2016
450 000	430 000	350 000	275 000

Under hela perioden uppskattas antalet tittare på någon av Film i Västs produktioner på tv till cirka 23 miljoner i Västra Götaland. Tittandet på övriga plattformar kan försiktigt uppskattas till drygt 50 miljoner med framför allt en stark ökning under 2017 och 2018.

### Barn och ungdom

Ungdomar från 12 år och unga vuxna är de svåraste grupperna att nå. Man går på bio, men ser mycket sällan svensk film. Man ser bara i undantagsfall på tablå-tv. YouTube och andra internetbaserade plattformar är centrala. Under 2018 utgjordes 25% av publiken av barn och unga på någon av Film i Västs produktioner och får representera ett normalår för Film i Väst.

**Antal titlar som distribueras i nya former och det publika genomslaget för dessa****Distribution och spridning**

Det svenska filmlandskapet är konservativt. Några mer omfattande försök med alternativa former för distribution och spridning görs inte. Film i Väst har såväl i enskilda samtal med producenter som vid de tillfällen man träffar hela den svenska producentkåren tagit upp frågan och försökt stimulera till utvecklandet av nya distributions- och affärsmodeller. De försök som ändå görs rör nästan uteslutande lång dokumentär.

## Målområde 3

### Film i Väst utvecklar filmområdet i samverkan med övriga regionala, nationella och internationella aktörer

#### Indikatorer:

- Antal strategiska satsningar som sker i samverkan med regionala, nationella och internationella aktörer.
- Antalet insatser/samarbeten med innehåll och till vilken målgrupp kring talangutveckling

Film i Väst har under verksamhetsåret genomfört en analys av de olika samarbeten som bedrivs. Syftet med genomlysningen har varit att identifiera vilka samarbeten som framöver bidrar till att stärka och utveckla filmområdet i Västsverige.

#### Antal strategiska satsningar som sker i samverkan med regionala, nationella och internationella aktörer.

I det regionala/lokala perspektivet har följande samarbeten genomförts och utvecklats:

#### Film i Västs showroom på Kungsgatan 7

Större synlighet och ökad publikkontakt, ökad samverkan med andra aktörer för att stärka den västsvenska filmbranschen och en höjd kompetens genom föreläsningar och master classes. Det var några av huvudskälen till att Film i Väst på allvar etablerade ett eget showroom på Kungsgatan 7 i Göteborg under tidiga hösten 2018.

Film i Västs uppdrag framgår av ägardirektivet: samproducera film och tv-drama med hög konstnärlig kvalitet och potential att nå en stor publik samt vara en ledande aktör nationellt och i Europa. Bolaget bär också ett ansvar för att utveckla regionens kreativa bas och potential samt underhålla och utveckla infrastruktur (faciliteter, teknik, logistik, kunskap och kompetens).

Den västsvenska filmbranschen består av produktions- och postproduktionsbolag med underleverantörer, enskilda kreatörer och filmarbetare men också centrala parter – varav de flesta har regionala uppdrag, finansiering eller kopplingar – som Göteborg Film Festival, Kulturakademin, DocLounge, Kultur i Väst, FilmCloud, Filmarbetarutbildningen och Akademin Valand. De flesta bolag samt filmarbetare är bosatta eller verksamma i Göteborg.

I motiveringen för behovet av ett offentligt showroom för Film i Väst angavs sju skäl:

1. **Samverkan med andra aktörer** Regionala kulturinstitutioner, kommuner, branschnätverk, eftergymnasiala utbildningar, internationella aktörer.
2. **Kompetenshöjning** Film i Väst ska genomföra seminarier och master classes riktade mot framför allt den västsvenska filmbranschen för en ökad förståelse och kunskap om utveckling och omvärldsförändringar.

3. **Nya kompetenser** Arrangera aktiviteter för nya kompetenser inom rörlig bild som behöver veta mer om branschen.
4. **Ansiktet utåt** Filmen har inte en egen arena att marknadsföra sig på. Med ett showroom kan Film i Väst exponera varumärket och bolaget, synliggöra verksamheten genom rörligt material, affischer och synliggöra filmen med fysisk närvaro i det offentliga rummet.
5. **Konstnärlig gärning, prata om film – samtalet om film** Det finns en stor efterfrågan på samtal eller debatter om film och tv-draman och deras betydelse, påverkan och roll.
6. **Publikkontakt** Film i Väst som bolag har mycket få möjligheter till publikkontakt. De ökar genom seminarier, workshops, master classes och publika event som genomförs i ett sammanhang där filmen har en tydlig identitet och profil.
7. **Nätverksskapande** en sedan länge efterfrågad aktivitet är nätverksmöjlighet för filmens kreatörer och skapare. Film i Väst kan med ett showroom skapa attraktiva möjligheter att föra samman de talanger som behöver mötas för att komma fram med nya idéer till berättelser och manus som kan vara intressanta för Film i Väst att investera i.
8. **Showroom för verksamma utövare** En stor framgång för Film i Väst är när de yrkesverksamma utövarna i filmbranschen träffas och nätverkar för att stärka sina samarbeten. Detta är speciellt viktigt i det regionala perspektivet och att det sker i närmiljön där merparten av utövarna har sin dagliga verksamhet.

### Verksamheten under 2019

Under 2019 har det arrangerats (minst) 169 olika möten, kurser och event i Film i Västs showroom på Kungsgatan med både regionala och nationella aktörer. De går att dela in i åtta kategorier:

- **Utbildningar**  
**25 tillfällen.** Att själva eller tillsammans med andra regionala (ibland nationella och internationella) aktörer tillföra kunskaper till den livaktiga västsvenska filmbranschen har varit en uttalad ambition. Från rena master classes med särskilt utvalda, till bredare föreläsningar och samtal. Bland kurserna/seminarierna kan nämnas: internationell omvärldsanalys, miljökurs i hållbar filmproduktion, manusworkshop, mask- respektive kostymkväll för etablerade och nya kostymörer, filmstrategiskt seminarium för västsvensk bransch och politik, manuskurs, epokkurs mask/kostym, musikens roll i filmen, möt regissören **Lena Runge**, om Hbtq i filmen.
- **Regionala samarbeten**  
**49 tillfällen.** Ett av Film i Västs nya uppdrag är att samverka med andra aktörer – mycket ofta med regionala uppdrag och finansiering. På så vis har Göteborg Film Festival kunnat använda visningsstudio i samband med uttagningar av filmer till festivalen. Akademin Valand har haft examensutställningar här, även Artistens musiker har haft en examenskonsert här. Flera arrangemang har hållits tillsammans med Kultur i Väst, Kulturakademin och Filmarbetarutbildningen och den verksamhet de bedriver. Bland möten och evenemang kan nämnas möten för Akademin Valands lärare och elever, filmarbetar mingel, konferens, utställning för Kultur i Väst/FilmCloud,

styrelsemöten för Göteborg Film Festival, ledningsgruppen för Filmarbetarutbildningen, Prodda, Kulturakademins ledningsgrupp, Filmarbetareutbildningens ledningsgrupp, GFF-föreläsningar för regionens biografägare, Nordic Film Lab, Nostradamus, GFF:s referensgrupp och möten med Nordisk Film och TV-fond.

- **Nationella samarbeten**

**7 tillfällen.** Själva, tillsammans med andra parter eller som rena värdar har vi haft möten med Nordiska rådet, Svenska Filminstitutet, Film i Skåne, Filmpool Nord, SVT, Sveriges kommunikatörer, Filmcapital Stockholm. Flera har varit offentliga med föreläsningar.

- **Produktionsbolag och finansörer**

**34 tillfällen.** Med det centrala läge i Göteborg och med de goda förbindelser som finns med Stockholm (där merparten av de svenska produktionsbolagen har sina kontor), Köpenhamn och Oslo blir det lätt att ordna möten med våra viktigaste samarbetspartners, produktionsbolagen. Kontakterna med de regionala produktionsbolagen (där huvuddelen har kontor i Göteborg) har också varit täta och under verksamhetsperioden förtätats. Bland bolagen kan nämnas Nordisk Film, SVT, Sweetwater, B-Reel, Anagram, Art & Bob Film, samt de regionala bolagen Plattform Produktion, Zentropa samt Cinenic.

- **Produktionsbolagsdagarna**

**2 tillfällen.** En gång per år har Film i Väst arrangerat sina produktionsbolagsdagar, två dagar – och de enda i sitt slag – där Sveriges samlade film- och tv-dramaproducenter samt finansörer (och ibland distributörer) samlas för att diskutera tillståndet för framför allt svensk film, men ibland också tv-drama. Under verksamhetsperioden har arrangemanget ordnats vid två tillfällen. Första gången med cirka 70 deltagare, andra med nästan 110 deltagare. För Film i Väst som avsändare, men också för branschen är dagarna ovärderliga. Produktionsbolagsdagarna har en bestämd tematik med etablerade inledare och föreläsningar med följande grupparbeten och redovisningar. Dagarna präglas av bred uppslutning, välgrundade inledningar och ett öppet diskussionsklimat. Att hela arrangemanget – inklusive lunch och middag - kan hållas på Kungsgatan 7 är både kostnadseffektivt och skapar en inbjudande stämning.

- **Pressträffar**

**8 tillfällen.** För första gången har Film i Väst (på samma sätt som Svenska Filminstitutet) haft egna vår- och höstpresentationer av aktuella filmer och tv-draman som ska spelas in i eller har premiär i regionen. Dessutom har vi brett presenterat Film i Väst som bolag för media. Uppslutning och även utfallet har varit långt över förväntan, med gäster som **Ruben Östlund, Felix Herngren, Ninja Thyberg, Colin Nutley, Tuva Novotny** och **Moa Gammel**. I samband med Film i Västs regionala premiärer har det hållits pressträffar för filmer som *Halvdan Viking*, *Lyckligare kan ingen vara* och *Jag kommer hem igen till jul*. Även Film i Västs företrädare har intervjuats vid flera tillfällen.

- **Premiärer/mingel**

**5 tillfällen.** Före utvalda regionala premiärer har vi haft mingel tillsammans med skådespelare, regissörer, producenter och filmarbetare samt egna gäster. Det gäller *The House That Jack Built*, *Tills Frank skiljer oss åt*, *Unga Astrid*, *Flotten* och *Britt-Marie var här*.

- **Provfilmningar**

**28 tillfällen.** De nya lokalerna används i allt högre grad för provfilmningar för de samproduktioner som spelas in i Västra Götaland. Regionens rollsättare kan med hjälp av Film i Västs databas [www.filmservice.se](http://www.filmservice.se) provfilma skådespelare (och ibland statister) som är bosatta i regionen, men också andra. Bland filmer som provfilmats här kan nämnas, *Tomas Quick*, *Allt jag inte minns*, *Min pappa Marianne*, *Jag är ju så jävla easy going*, *Tills Frank skiljer oss åt*, *Dag för dag*, *Sommaren -85*.

Aldrig tidigare har Film i Väst haft en så stor synlighet som i dag. Det handlar om ett medvetet och brett PR-arbete för att lyfta fram Film i Väst som bolag och en av de tyngsta parterna i svensk filmpolitik, men även våra samproduktioner och hur det går för dem under inspelning, på bio eller festival.

Samtidigt har det nya showroomet på Kungsgatan 7 påtagligt ökat närvaron, synligheten och tillgängligheten för såväl den västsvenska filmindustrin, som samarbetspartners och – inte att underskatta – för tusentals förbipasserande, som ser bioaffischer, rullande filmer och loggor för Film i Väst och Västra Götalandsregionen. Som kuriosa kan nämnas att vi fått flera hundra nya statister genom att förbipasserande tar ett litet kort som finns i ett ställ utanför lokalen och anmäler sig på [www.filmservice.se](http://www.filmservice.se).

### **Seminariepartner TV Drama Vision under Göteborg Film Festival**

Film i Väst är en av huvudfinansiärerna bakom TV Drama Vision under Göteborg Film Festival, ett tvådagars seminarium med fokus på nordiska dramaserier som även presenterar de senaste internationella trenderna inom TV drama.

### **Nordic Film Lab under Göteborg Film Festival**

Nordic Film Lab är ett av Nordens främsta utvecklingsprogram för regissörer, manusförfattare och producenter verksamma i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Film i Väst är en av huvudfinansiärerna till programmet, som i övrigt finansieras av de nordiska filminstituten. Konstnärlig fördjupning och nätverksbygge står i centrum, liksom att öka samarbetet inom den nordiska filmbranschen. Film i Väst påverkar urvalet av de svenska deltagarna, ser över programinnehållet och erbjuder direktkontakt med deltagarna för att kunna bygga relationer inför deras kommande produktioner.

### **Discovery under Göteborg Film Festival**

Discovery är uppföljningen av Nordic Film Lab, där tidigare deltagare erbjuds möjligheten att presentera sina kommande projekt inför finansiärer och samarbetspartners i samband med Nordic Film Market. Film i Väst är en av huvudfinansiärerna bakom Discovery, som även

inkluderar en work-in-progress-sektion.

### **Startsladden Göteborg Film Festival**

Startsladden är ett av världens största kortfilmspris och den mest framstående, nationella kortfilmstävlingen i Sverige. Film i Väst har varit en av finansiärerna sedan priset instiftades och har ofta samproduktioner med i tävlan.

### **Nordiska Filmskolor under Göteborg Film Festival**

Tillsammans med Göteborg Film Festival arrangerar Film i Väst en årlig träff under Göteborg Film Festival för elever från de nordiska filmskolor som kommer till Göteborg Film Festival inom samarbetet Nordcil. Fokus ligger på nätverksbygge och att öka samarbetet mellan unga filmkreatörer inom Norden, samt stärka studenternas relation till Film i Väst.

### **Antalet insatser/samarbeten rörande talangutveckling**

Idag är film och rörlig bild en väldigt tillgänglig konstform med en mängd olika format och plattformar för distribution. Publiken är splittrad mellan Youtube, Netflix, linjär-tv, biograf med mera och filmskapare rör sig allt oftare mellan dessa kanaler. Det är också fler som kommer in i filmbranschen utan att ha passerat en filmhögskola. Däremot behöver man fortfarande kunna visa sin talang genom redan genomförda projekt av olika slag för att få tillgång till finansiering, både offentliga och privata.

Film i Väst behöver kontinuerligt uppdatera de metoder som används för att upptäcka och utveckla ny talang, inte bara de som redan befinner sig inom ramen för filmbranschen och inte bara i form av samproduktion av kortfilm. Detta är ett arbete som Film i Väst påbörjat under 2019 i samband med nyrekrytering av en talangansvarig.

## **2019 specifikt**

### **Akademi Valand**

Film i Väst samarbetar med Akademin Valand och kandidatprogrammet i Filmisk gestaltning, som innebär utveckling av avgångselevernas examensfilmer samt en möjlighet att skapa relationer mellan studenterna och Film i Väst.

### **FilmCloud**

Under 2019 avslutades första omgången av utvecklingsprogrammet Prodda! som Film i Väst initierade och genomförde tillsammans med FilmCloud, med finansiellt stöd från Svenska Filminstitutet. Fem utvalda producenter valdes till programmet för att utveckla sitt producentskap genom möten med branschen, studiebesök på bolag samt att komma med feedback på varandras projekt. Flera av programpunkterna, både öppna och slutna, skedde i Film i Västs lokaler, och deltagarna fick föreläsningar av två av Film i Västs medarbetare.

Film i Väst samverkar även med FilmCloud och Kultur Ungdom i urvalet av stipendiemottagare för FilmClouds projektstöd två gånger om året.

### **Frame Filmfestival**

Under 2019 års upplaga av Frame Filmfestival deltog Film i Väst på plats och medarrangerade tre korta programpunkter, liksom var en av två finansiärer av priset för bästa film i kategorin 27+.

### **Novemberfestivalen**

I samband med Novemberfestivalen i Trollhättan har Film i Väst medverkat på plats och genomfört en guidad tur för unga filmare på studioområdet.

### **Nordic International Film Festival i New York**

Under 2019 inledde Film i Väst ett nytt samarbete med festivalen NIFF i New York. Festivalen har instiftat en särskild sektion, Aurora Borealis, för kortfilmstalanger från Västra Götaland och Film i Väst har bistått med kortfilmer för urval. Fyra kortfilmer valdes ut visades i oktober.

### **Filmarbetarträff under Göteborg Film Festival**

Under Göteborgs Filmfestival anordnade Film i Väst det årliga filmarbetarminglet i lokalen på Kungsgatan. Ett 50-tal filmarbetare dök upp och nytt för i vår var att även de elever som går Filmarbetarutbildningen var inbjudna för att de ska känna sig som en del av branschen. Utöver detta mingel fortsatte vi 2019 med avdelningsspecifika mingel – i år fick maskörer och maskassistenter träffas och mingla, för att sedan träffa makeup-utbildade personer som vill in i filmbranschen och bli maskörer. Mycket uppskattat av såväl etablerade som de ”gröna”. 25 personer dök upp för just detta mingel.

### **Medlemsvisningar Västra Götalandsregionen med Göteborg Film Festival**

Film i Väst och Göteborg Film Festival samarbetar sedan flera år kring förhandsvisningar av Film i Västs produktioner för festivalens medlemmar.

### **Nationella och Internationella samarbeten**

#### **Produktionsincitament nationellt**

Film i Väst fortsätter tillsammans med den branschsammanställda arbetsgruppen att ”lobba” mot politiken på riksnivå. Vårt gemensamma fokus är att få även näringsdepartementet och finansdepartementet engagerade i frågeställningen.

#### **Produktionsincitament regionalt**

En ny omgång av regionala produktionsrabatter initierades under 2019 och ansökningsperioden startade 1 november 2019 med deadline för första ansökningstillfället satt till 31 januari 2020. Efter det är det först till kvarn som gäller. Syftet är som tidigare att öka antalet internationella inspelningsprojekt, bygga ut och stärka infrastrukturen i regionen samt initiera nyetablering av produktions- eller produktionservicebolag. Produktionsrabatten är ett stöd till produktion av film eller tv-drama på högst 30 procent av spenderade kostnader i Västra Götaland och kommer att kunna sökas av etablerade produktionsbolag inom EU.



**Utvecklingsplattformar**

Under 2019 har Film i Väst inlett strategiska utvecklingssamarbeten med Nordisk Film och SF Studios. Syftet är att öka mängden inflöde av publika/kommersiella projekt som har en ambition att nå en nationell publik över 300 000 besök på bio. Samarbetet sker i projektform under tre år och utvärderas löpande.

**CineRegio**

Under 2019 startade Film i Väst arbetet med att vara värdregion för den europeiska sammanslutningen CineRegio som organiserar regionala filmfonder i Europa. Överenskommelsen innebär att Film i Väst samarbetar med CineRegio i tre år. CineRegio blir en integrerad del av den internationella strategin för Film i Väst 2019-2021 och det administrativa sekretariatet placeras i Trollhättan. CineRegio kommer som en del i överenskommelsen att genomföra ett antal aktiviteter och internationella nätverksträffar.

## Målområde 4

### Film i Väst tar ett samlat ansvar för att utveckla högkvalitativ och konkurrenskraftig film- och tv-drama i Västra Götaland

Kulturstrategiska områden ur kulturstrategin *En mötesplats i världen Gynna nyskapande, Utveckla kapaciteter, Öka internationaliseringen Tillväxtstrategiska områden ur VG2020 En ledande kunskapsregion (1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.2.2, 1.2.5); En region för alla (2.1.1)*

#### Indikatorer:

- Redovisa antal och innehåll i satsningar på utvecklings- och kunskapshöjande insatser för kreatörer inom film och rörlig bild
- Redovisa antal och innehåll i satsningar på utvecklings- och kunskapshöjande insatser för andra grupper än kreatörer
- Redovisa vilka och antal bolag och partners för genomförande av produktion i Sverige som väljer att lägga sin produktion i Västsverige och tillsammans med Film i Väst
- Antal produktionsdagar i Västra Götaland när det gäller film respektive Tv-drama
- Faktisk omsättning (spend) av varor och tjänster köpta av produktionsbolag som erhållit finansiering av Film i Väst
- Redovisa hur Film i Västs varumärke syns och omnämns i internationell och nationell press och digitala plattformar. Kopplingen till inspelningsplatser i Västra Götaland ska uppmärksammas.

#### Redovisa antal av och innehåll i satsningar på utvecklings- och kunskapshöjande insatser för kreatörer inom film och rörlig bild

##### Kungsgatan 7 – det västsvenska filmrummet

Västra Götaland ska vara en ledande kunskapsregion, så även när det gäller film- och tv-dramaproduktion. Genom kunskaps- och kompetenshöjande insatser ska producenter, filmarbetare och kreatörer kunna förstå och följa utvecklingen. Den västsvenska filmbranschen har länge saknat en samlande mötesplats med master classes, workshops, filmvisningar eller rent nätverkande.

Ett nytt mål i Film i Västs uppdaterade uppdrag är att samverka med andra aktörer som kulturinstitutioner, förvaltningar, kommuner, branschnätverk, högskolor, eftergymnasiala utbildningar, internationella aktörer. Dit hör exempelvis Kulturakademin, Göteborg Film Festival, DocLounge, Kultur i Väst, FilmCloud och Akademin Valand.

Under 2018 invigde Film i Väst ett västsvenskt showroom på Kungsgatan 7 i Göteborg. I lokalerna finns en visningsstudio, en utställningsdel, två konferensrum och ett stort rum för föreläsningar och master classes utöver kök och tillfälliga arbetsstationer. Kungsgatan 7 har under 2019 utvecklats vidare till att bli den naturliga mötesplatsen för samtal och diskussion om film. Mer om detta går att läsa i särredovisningen under målområde 3.

## Redovisa antal av och innehåll i satsningar på utvecklings- och kunskapshöjande insatser för andra grupper än kreatörer

### Produktionsbolagsdagar

Varje år genomför Film i Väst produktionsbolagsdagar där i stort sett alla svenska produktionsbolag samlas under en tvådagarskonferens för att samtala och diskutera branschens utmaningar och utvecklingsmöjligheter. 2019 års produktionsbolagsdagar genomfördes den 17–18 november och hade som tema ”Svensk film på biograf även i framtiden” Ett hundratal deltagare från ca 30 produktionsbolag och tv-bolag deltog i arbetsgrupper gick igenom frågeställningar och deltog i diskussioner. Inbjudna ”keynote speakers” utgjordes av:

- **Michael Porseryd**, Vd SF Studios
- **Josefine Tengblad/Max Hallén**, Bonnier Broadcasting/TV4
- **Anna Croneman**, SVT
- **Kenneth Wiberg**, Nordisk Film
- **Helena Simonsson**, SFI

## Redovisa vilka och antal bolag och partners för genomförande av produktion i Sverige som väljer att lägga sin inspelning i Västsverige och med Film i Väst.

Över tid arbetar Film i Väst i stort sett med samtliga svenska produktions- och tv-bolag. Under 2019 har följande bolag samarbetat med Film i Väst och lagt inspelningar i Västra Götaland:

Produktionsbolag som haft inspelningar av långfilm/TV-drama i Västra Götaland under 2019:

- WAY FEATURE FILMS
- ZENTROPA SWEDEN/**MOTLYS**
- STELLA NOVA
- YELLOW BIRD
- MISO FILM
- AVANTI FILM
- UNLIMITED STORIES
- SF STUDIOS PRODUCTION
- ZENTROPA SWEDEN/**ZENTROPA DK**
- ANAGRAM SVERIGE
- JAROWSKIJ SVERIGE
- ART & BOB FILM
- INDIAN SUMMER FILM
- SWEETWATER PRODUCTION
- FLX FEATURE
- PLATTFORM PRODUKTION

Produktionsbolag i fet stil är internationella.

### Antal produktionsdagar i Västra Götaland avseende film respektive tv-drama

Under verksamhetsåret 2019 har Film i Västs samproduktioner genererat 450 (474) inspelningsdagar fördelat på 18 olika inspelningar. Nedbrutet på lokal nivå fördelade sig inspelning och postproduktion under 2019 så här:

#### Inspelning

	TOTALT	GBG	THN/VÄN	ÖVRIGA KOMMUNER
Antal filmer/TV-draman inspelade	18	9	3	6

\*Vilken kommun som fått inspelningen tillgodoräknad baseras på var produktionskontoret i huvudsak har varit placerat under inspelningsperioden.

Antal inspelningsdagar fördelat på kommuner i Västra Götaland:

TOTALT VG	GÖTEBORG	TROLLHÄTTAN	VÄNERSBORG	TOTALT ÖVRIGT
450	148	19	12	271
	33%	4%	3%	60%

Övriga kommuner är:

#### Övriga kommuner som haft inspelningsdagar 2019:

64 dagar Alingsås	5 i Mölndal
38 dagar i Falköping	4 i Götene
34 i Lerum	4 i Orust
23 i Strömstad	3 i Kungälv
19 i Ulricehamn	2 i Skövde
19 i Mellerud	1 i Uddevalla
16 i Lilla Edet	1 i Vara
12 i Ale	1 i Skara
10 i Tanum	1 i Härryda
8 i Partille	
6 i Stenungssund	

**Postproduktion**

Postproduktionsdagar <b>långfilm/TV-drama</b> i VG under 2019				
	Totalt	Gbg	Thn/Vän	Övrigt
Antal dagar	6965	5346	1304	315
%		77%	19%	4%

Produktionsdagar för <b>animerad</b> film i VG under 2019				
	Totalt	Gbg	Thn	Övrigt
Antal dagar	1310	195	1073	42
%		15%	82%	3%

**Faktisk omsättning (spend) av varor och tjänster köpta av produktionsbolag som erhållit finansiering av Film i Väst**

Film i Väst ställer territoriella krav som ska bidra till ekonomiska och andra nyttoeffekter i Västra Götaland. Under 2019 investerade Film i Väst 95 900 000 kronor i samproduktioner. Den omsättning som genereras i Västra Götalandsregionen för 2019 uppgick till drygt 186 mkr (178 mkr). Spendfaktorn kan därmed sägas vara 2 ggr.

Återinvesteringen (spend) varierar från år till år beroende på hur stor andel inspelning respektive postproduktion som genomförs under själva produktionsåret. Film i Västs samproduktionsinsats fördelas i rater som betalas ut/kostnadsförs löpande i takt med att produktionen färdigställs.

Samtliga produktionsbolag redovisar en särskild spendrapport som är reviderad av en oberoende auktoriserad revisor.

Nedbrutet på lokal nivå fördelade sig inspelning och postproduktion enligt följande:

Prognos spend i VG under 2019			
	Totalt	Inspelning	Postproduktion
Långfilm/TV-drama	186 425 336	141 439 570	44 985 766
Animerat		5 550 000	

OBS! Ovan siffror är till dags dato en prognos, då den faktiska spendrapporten för en produktion inkommer till Film i Väst tidigast 6–12 månader efter avslutad inspelning.

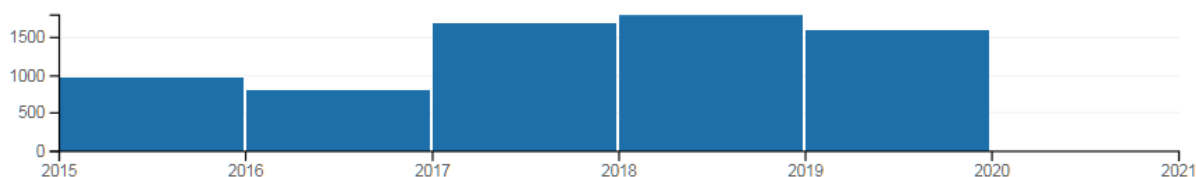
**Redovisa hur Film i Västs varumärke syns och omnämns i internationell och nationell press och digitala plattformar. Kopplingen till inspelningsplatser i Västra Götaland ska uppmärksammas.**

### Film i Väst i media

Film i Västs varumärke ska synas och omnämnas i svensk och internationell press och på digitala plattformar. Kopplingen till inspelningsplatser i Västra Götaland ska uppmärksammas.

De senaste tre åren har Film i Väst gjort en ökad satsning på pressarbete vilket statistiskt sett visat sig vara lyckat. I kommunikationsplanen finns tydliga mål på en ökning av den mediala kopplingen mellan samproduktioner och Film i Väst, internationell PR och att på olika sätt få upp intresset för och kunskapen om Film i Väst. Antal pressklipp har under de senaste tre åren mer än fördubblats mot tidigare år både vad gäller svensk media och internationell media.

### Svensk media



Film i Väst omnämns under 2019 i 1 600 artiklar i svensk media och sociala medier. 57 % digitala artiklar, 25 % print och 19 % sociala medier.

Förutom sociala medier är det *TTELA* (100, 2018: 79), *GP* (79, 2018: 50), *Bohuslänningen* (54, 2018: 39), *Expressen* (45, 2018: 24), *Sveriges Radio* (33, 2018: 29), *TT* (33, 2018: 18), *Hallands Nyheter* (24, 2018: 20) som publicerar mest artiklar om Film i Väst.

Under 2019 gjorde Film i Väst en ökad satsning på att försöka koppla ihop Film i Väst med samproduktionerna genom att i början av vår- och höstsäsong (januari och augusti) anordna en större pressträff med representanter från Film i Väst och gäster från filmerna på plats (producenter, regissörer och skådespelare). Detta gav mycket bra genomslag med mycket media på plats i Film i Västs lokaler och stort mediautrymme (med artiklar där vi nämns redan i rubrik eller ingress: "Film i Väst presenterar våren").

Under året har Film i Väst också ökat annonseringen i Facebook och Instagram där filmerna har kopplats ihop med Film i Väst med syftet att uppmärksamma att öka intresset för Film i Väst och att berätta att det spelas in väldigt mycket film i Västra Götaland. Målgruppen har framför allt varit människor boende i regionen men vid några tillfällen har även Stockholm inkluderats i målgruppen, med tanke på att så stor del av filmbranschen bor där.

Framför allt lokalpress skriver mycket om olika inspelningsplatser. Vi har ett nära samarbete med de flesta av Västra Götalands lokalmedier och de ges ofta tillfälle att uppmärksamma när filminspelningar arbetar på deras ort.

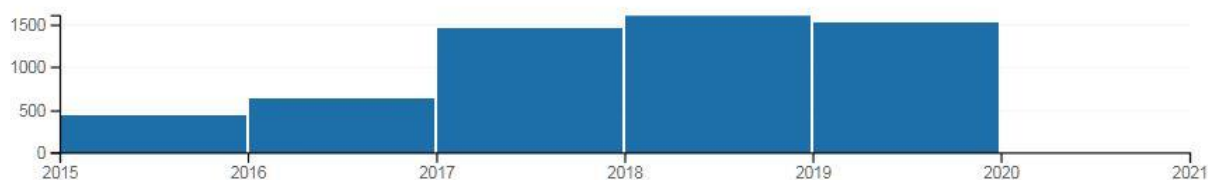
De artiklar som har fått mest spridning är en artikel om krisen i svensk film (Film i Väst skrev en uppmärksammat artikel och var därför flitigt citerad i media), artikel om **Peter Magnussons** komedi *Tills Frank skiljer oss åt* (efter intervju på Film i Västs pressträff i januari) och "Skargårdfilm tävlar i Berlin" (*Ut och stjäla hästar*).

Det är främst tillsammans med filmer som Film i Västs nämns i media. De tv-serier och filmer som har fått stort genomslag i media 2019 är *LasseMaja* (124), *Vår tid är nu* (108 artiklar), *Triangle of Sadness* (98), *The Dead Don't Die* (80), *438 dagar* (87), *Quick* (87), *Bröllop, begravning och dop* (65), *Jag kommer hem igen till jul* (64), *Sune* (63), *Tills Frank skiljer oss åt* (61), *Ut och stjäla hästar* (44), *Children of the Enemy* (40).

196 gånger nämns Västra Götaland tillsammans med Film i Väst (flest gånger i samband med produktionsrabatter) och 77 gånger nämns Västsverige (T ex "Rabatt ska locka storfilmer till Västsverige", "Läckbergs nya tv-serie spelas in i Västsverige").

Även orter i regionen nämns flitigt i media; Göteborg (497), Trollhättan (136 artiklar), Vänersborg (60), Alingsås (77), Strömstad (57), Mellerud (21), Ulricehamn (19), Uddevalla (15), Falköping (14), Kungälv (14). Framför allt handlar det om filmer som spelas in på orten. I Göteborg har det förstås även handlat mycket om kulturbudgeten.

## Internationell media







Även i internationell media har det skett en fördubbling av statistiken de senaste tre åren jämfört med hur det var tidigare. 2019 förekom Film i Väst i 1 534 artiklar i internationell media och inlägg i sociala medier. Det ligger på samma nivå som under de två tidigare åren. Förutom sociala medier är det branschmedierna *Nordisk Film och TV-fond* (31), *Screen* (29), *Cineuropa* (22), *Film New Europe* (15) och *Variety* (13) som står för största andelen artiklar. Det är också de medierna som Film i Väst arbetar aktivt med att nå. De länder som 2019 skrev mest är USA (35%), Tyskland (13%), Rumänien (8%) och Belgien (4%).

Det är framför allt i samband med internationella festivaler som Film i Väst uppmärksammas och då oftast tillsammans med samproduktionerna. Det kan man även se på staplarna ovan, i februari är det Göteborg Film Festival, Rotterdam Film Festival, Sundance och Berlin Film Festival (mest uppmärksamhet för *Out Stealing Horses* i huvudtävlan i Berlin som nämndes tillsammans med Film i Väst i 59 artiklar), i maj är det Cannes Film Festival (*The Whistlers* i huvudtävlan nämndes tillsammans med Film i Väst 92 gånger) och i september är det San Sebastian, Toronto och Venedig Filmfestival (*Sea Fever* och *Hope* var filmerna som var mest uppmärksammade).

Under Cannes Film Festival ordnar Film i Väst en mycket välbesökt internationell pressträff. 2019 var det ett rekordår med nästan 200 medier som anmälde önskan att närvara. På pressträffen var det **Ruben Östlund** som drog till sig mest uppmärksamhet genom att berätta om nya filmen *Triangle of Sadness* som spelas in i Göteborg och Trollhättan våren 2020, hela 102 artiklar skrevs om filmen och Film i Väst). Under 2019 har även samproduktioner som *Rambo Last Blood* och *The Dead Don't Die* fått mycket medial uppmärksamhet. Dessutom skrev en av de främsta branschtidskrifterna, *Variety*, en artikel om produktionsrabatter med en intervju av vd **Mikael Fellenius** som fick spridning även i 17 andra medier.