Kulturförvaltningen
STOCKHOLMS LÄNS LANDSTING

Avdelningen för främjande länskulturfunktioner

TJÄNSTEUTLÅTANDE
2018-05-24

Diarienummer:
KN 2018/395

Yttrande över rapporten Fler filminspelningar till Sverige

Ärendebeskrivning

I ärendet behandlas svar på remiss på rapporten ”Fler filminspelningar till Sverige”. Rapporten, som är framtagen av Tillväxtverket i samverkan med Svenska Filminstitutet på uppdrag av regeringen, utreder huruvida Sverige bör införa produktionsincitament för att stimulera förutsättningarna för fler filminspelningar i landet.

Beslutsunderlag

I regleringsbrevet för 2017 gav regeringen (Näringsdepartementet) Tillväxtverket i uppdrag att, i samverkan med Svenska Filminstitutet, utreda lämpligheten i och förutsättningarna för att Sverige ska kunna införa någon form av produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar. Regeringen skrev vidare att uppdraget skulle redovisas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet). Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet valde tidigt att redovisa uppdraget i en skriven rapport. Rapporten är både resultatet och redovisningen av Tillväxtverkets och Svenska Filminstitutets arbete med regeringsuppdraget.

Rapporten har skickats ut för remiss den 16 mars 2018 till bl.a. Stockholms läns landsting och svarstiden var satt till den 14 maj. Med anledning av att remissen behandlas i kulturnämndens sammanträde den 24 maj är förlängd svarstid beviljad.

Bilagorna
Fler filminspelningar till Sverige (Ku2018/00640/MF) samt
Remiss "Rapporten - Fler filminspelningar till Sverige”.

Förslag till beslut

Kulturförvaltningen föreslår kulturnämnden besluta

att som svar på remiss från regeringen yttra sig i enlighet med tjänsteutlåtandet.

Bilagor:

Rapporten och dess slutsatser i korthet

Rapporten inleds med en sammanfattning där regeringsuppdraget kring att stärka förutsättningarna för fler filminspelningar först beskrivs. Enligt regeringens uppdragsbeskrivning så skulle fler filminspelningar kunna utveckla Sveriges regioner både ekonomiskt och kulturellt, samt stärka konkurrenskraften hos svenska företag och branscher som är inblandade i film- och teveproduktioner. Ett av utredningsuppdragen är att undersöka om Sverige bör införa ett så kallat produktionsincitament, och hur det i så fall skulle kunna se ut.

Film- och TV-produktioner får skattereduktioner i många länder
Produktionsincitament är en subvention för den audiovisuella sektorn och vanlig inte minst i Europa. I dag erbjuder 27 stater i Europa produktionsincitament i någon form, liksom många delstater i USA och flera andra länder/regioner i världen. År 2018 väntas Sverige, Danmark, Luxemburg och Liechtenstein vara de enda länder i EU- och EES-området som inte har någon form av produktionsincitament inom det audiovisuella området. Subventionerna innebär att film- och TV-produktioner kan få skattereduktioner eller ekonomisk kompensation för sina kostnader inom ett specifikt land eller en del av ett land (en region eller en delstat).

Sverige missgynnas i internationell konkurrens
Utredarna drar slutsatsen att det finns en snedvriden konkurrens för den svenska film- och TV-branschen och för Sverige som inspelningsland. Andra länder erbjuder billigare lösningar än vad den svenska film- och TV-branschen kan göra, tack vare produktionsincitament. Sverige missgynnas därför i konkurrensen om inspelningsplatser för internationella filmer. Detta urholkar kompetens och kapacitet i Sverige.

Film- och TV-branschens samlade tillväxt är svag, och utredarna ser dessutom tecken på en hårdnande konkurrens med risk för utslagning. Antalet filmproduktioner i Sverige har ökat mindre än i både resten av EU och resten av världen. Denna utveckling ser enligt utredarna ut att kunna fortsätta.

Utredningen lyfter fram ett antal Stockholmsskildringar, såsom långfilmerna Gentlemän? och Den allvarsamma leken, två filmer vars inspelningar till största delen skedde i andra europeiska länder. Även större svenska och europeiska filmproduktioner har låga marginaler och därför blir produktionsincitamentet en förutsättning när produktionsbolagen väljer inspelningsland.

Även inspelningen av den nya Milleniumfilmen The Girl In The Spider´s Web är efter det att rapporten presenterades ett aktuellt exempel på den globala

konkurrensen om filminspelningar, där historien utspelar sig i Stockholm men huvudsakligen är inspelad i Tyskland. Enligt filmens exekutiva producenter var avsaknaden av produktionsrabatt avgörande för den huvudsakliga placeringen av produktionen. (https://www.svt.se/kultur/skatterabatt.)

Situationen ger en rad negativa konsekvenser och uteblivna effekter för hela sektorn kulturella och kreativa näringar (KKN-sektorn), för regional tillväxt och utveckling samt för Sverigebilden i utlandet. Några exempel på uteblivna effekter enligt utredningen:

- Transaktioner som sker mellan film- och TV-branschen och i princip alla övriga delbranscher inom kulturella och kreativa näringar, är av betydande värden. Dessa samarbeten driver ofta innovationer, inte minst för digital produktion.
- Regional tillväxt och stärkt attraktionskraft. På lång sikt genererar filminspelningar till exempel export. Internationella filmturister bidrar till konsumtionen i regionerna, och både regionernas och hela Sveriges internationella attraktionskraft och synlighet stärks. Många internationella filmturister kan exempelvis tänkas vilja resa till flera platser i Sverige för att följa i Ingmar Bergmans fotspår under 2018, när det är 100 år sedan hans födelse.

Vad är produktionsincitament?
Produktionsincitament är en subvention för den audiovisuella sektorn. Det innebär att film- och TV-produktioner kan få skattereduktioner eller ekonomisk kompensation för sina kostnader inom ett specifikt land eller en del av ett land (en region eller en delstat).

Syftet brukar vara att
- stimulera den egna audiovisuella produktionen och höja kompetensen
- stärka den egna positionen gentemot omvärlden
- öka tillväxten inom olika verksamheter.

För att få produktionsincitament måste film- eller TV-produktionen vanligtvis uppfylla särskilda kriterier, till exempel att
- budgeten är tillräckligt stor
- filmen spelas in i en viss region
- en viss del av finansieringen är internationell
- delar av filmteamet är lokalt
- filmen främjar egen kultur, natur och historia.

Utredarna föreslår en produktionsrabatt
Förslaget i rapporten är slutligen att:

- Införa ett statligt produktionsincitament i form av en produktionsrabatt till företag på minst 25 procent.
- Säkerställa att den statliga produktionsrabatten ger positiva samhällsekonomiska effekter.

Lite mer i detalj är förslaget att:

- Produktionsrabatten ska omfatta: bokförda kostnader längs hela produktionskedjan för en film- eller teveproduktion: från förproduktion till och med efterproduktion
- både svensk och inkommande produktion
- all inspelning av drama, thriller, dokumentär, komedi eller motsvarande kulturell genre, men inte reklamfilm
- både film- och teveproduktion, det vill säga systemet ska inte villkora vilket visningsfönster som det färdiga resultatet planeras för.
- För att få tillgång till rabatten behöver svenska och internationella produktionsbolag ha en minimibudget för respektive film- eller teveproduktion på 3 250 000 kronor för dokumentärer och 25 miljoner kronor för övriga genrer.
- För att få tillgång till rabatten behöver internationella produktionsbolag visa samarbetsavtal om att produktionen genomförs med ett svenskt produktionsbolag.
- För att få tillgång till rabatten behöver svenska och internationella produktionsbolag visa samarbetsavtal om att delar av produktionen genomförs med svenska efterproduktionsbolag.
- Staten bör initialt avsätta totalt 300 miljoner kronor per år till produktionsrabatten.
- Den myndighet som regeringen utser som handläggningsansvarig bör även ansvara för att följa upp och validera produktionsrabattens effekter, på omedelbar och längre sikt.

Förvaltningens synpunkter och motivering

Filmen har av kulturnämnden lyfts fram som en viktig kulturell och kreativ näring i Stockholmsregionen. I Stockholms län är minst 8.500 sysselsatta inom film och TV. En stor del av film och TV-produktionen i Sverige äger emellertid rum utanför Stockholms län som en följd av andra finansiella förutsättningar i exempelvis Västra Götaland och Skåneregionerna samt i länder med produktionsincitament.

På senare år har flera stora svenska filmproduktioner och tillika Stockholmsskildringar, såsom ovan nämnda långfilmerna Den allvarsamma leken, Gentlemän och The Girl In The Spider´s Web spelats in i andra europeiska länder.

En orsak som lyfts fram i Tillväxtverkets rapport är avsaknaden av ett internationellt konkurrenskraftigt produktionsincitament i en allt mer globaliserad filmbransch.

Förvaltningen anser att utredningen är väl genomförd och att en omfattande analys av uppdraget är gjord samt att givna förslag kan gynna film- och TV-branschen, såväl nationellt som regionalt. Den kan dessutom ha goda effekter på närliggande branscher inom den kulturella och kreativa näringen samt även på den regionala attraktiviteten och besöksnäringen. Stockholmsregionen har vid ett eventuell införande av produktionsrabatter attraktiva förutsättningar för internationella såväl som inhemska film och TV-produktioner då den eftersökta kompetensen och arbetskraften finns i regionen och dessutom en stor variation av inspelningsplatser.

Vidare anser förvaltningen att de regionala effekterna av produktionsrabatter ytterligare kan ytterligare stimulera kompetensutveckling inom film och rörlig bild och kan därför både gagna och gagnas av den goda talangutveckling som landstinget genom Filmbasen har skapat i Stockholmsregion. Här kan det dock vid ett eventuellt införande vara viktigt att låta regionala strukturer i dialog med de statliga myndigheterna omhänderta ansvaret för insatser för särskild kompetenshöjning inom en föränderlig filmbransch och matcha nya behov mot rätt kompetens.

Slutligen anser förvaltningen att det finns en risk att sätta en relativt hög minimibudget för projekt som kan åtnjuta skatterabatten, 25 mkr i produktionsbudget för långfilm och 3,5 mkr för dokumentärfilm, eftersom det huvudsakligen gagnar högbudgetprojekt, internationella produktion, TV-serier och inte projekt med hög konstnärlig angelägenhet och lägre budget (exempelvis s.k. arthouse-film.) Här skulle rapporten kunnat göra en mer grundlig utredning kring effekterna på nivån av minimibudget och vid ett eventuellt genomförande överväga en lägre brytpunkt eller en exponentiell rabatt utifrån olika budgetnivåer.

Miljökonsekvenser av beslutet

I enlighet med landstingets Miljöpolitiska program 2017-2021 har hänsyn till miljön beaktats och slutsatsen är att det inte är relevant med en miljökonsekvensbedömning i detta ärende.

Eva Bergquist
Förvaltningschef

Joakim Blendulf
Enhetschef
Film Stockholm

Från: Ana Gianoni Fransson
Ärende: Ku2018/00640/MF: Remiss "Rapporten - Fler filminspelningar till Sverige"
Datum: den 16 mars 2018 15:21:12
Bilagor: Ku2018_00640_MF Remiss Rapporten Fler inspelningar till Sverige.pdf
Tillväxtverkets rapport Fler filminspelningar till Sverige.PDF

Hej!

Översänder remiss "Rapporten - Fler filminspelningar till Sverige", samt bifogad rapport.

Remissvaren ska ha kommit in till Kulturdepartementet **senast den 14 maj 2018.**

Svaren bör lämnas både på papper och per e post (Word- och PDF-format).
Ange diarienummer Ku2018/00640/MF och remissinstansens namn i ämnesraden på e postmeddelandet.
E-post skickas till ku.remissvar@regeringskansliet.se.

Med vänlig hälsning
Kulturdepartementet

Regeringskansliet

Remiss

2018-03-16
Ku2018/00640/MF

Kulturdepartementet

Rapporten Fler filminspelningar till Sverige

Remissinstanser

1 Svenska institutet
2 Ekonomistyrningsverket
3 Skatteverket
4 Statskontoret
5 Myndigheten för yrkeshögskolan
6 Konkurrensverket
7 Verket för innovationssystem
8 Konstnärsnämnden
9 Myndigheten för kulturanalys
10 Statens kulturråd
11 Regelrådet
12 Sveriges Kommuner och Landsting (SKL)
13 Gotlands kommun
14 Gävleborg läns landsting
15 Hallands läns landsting
16 Jämtlands läns landsting
17 Jönköpings läns landsting
18 Kronobergs läns landsting
19 Länsstyrelsen i Stockholms län
20 Norrbottens läns landsting

Telefonväxel: 08-405 10 00
Webb: www.regeringen.se

Postadress: 103 33 Stockholm
Besöksadress: Drottninggatan 16
E-post: ku.registrator@regeringskansliet.se

21 Samverkansorganet i Blekinge län

22 Samverkansorganet i Dalarnas län

23 Samverkansorganet i Kalmar län

24 Samverkansorganet i Södermanlands län

25 Samverkansorganet i Värmlands län

26 Samverkansorganet i Västerbottens län

27 Skåne läns landsting (Region Skåne)

28 Stockholms läns landsting

29 Uppsala läns landsting

30 Västernorrlands läns landsting

31 Västmanlands läns landsting

32 Västra Götalands läns landsting

33 Örebro läns landsting

34 Östergötlands läns landsting

35 Anagram

36 Business Sweden

37 Discovery Networks Sweden AB

38 Dramatikerförbundet

39 Film & TV-Producenterna

40 Film i Skåne

41 Film i Väst

42 Filmpool Nord

43 Filmregion Stockholm Mälardalen

44 Filmregionerna

45 Föreningen Filmdistributörerna

46 HBO Nordic AB

47 Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd

48 MTG Sverige

49 Nordisk Film TV

50 Oberoende Filmares Förbund (OFF)

51 Rättighetsalliansen

52 SAAVA – Swedish Animation and Visual Arts

53 SF Anytime AB

54 SF Studios

55 StellaNova

56 Stockholms konstnärliga högskola

57 Svenska regissörsföreningen

58 Sveriges Dramatikerförbund

59 Sveriges Filmregissörer

60 Sveriges Filmuthyrareförening u.p.a

61 Sveriges kommuner och landsting

62 Sveriges Kommunikationsbyråer - Komm!

63 Sveriges Television AB

64 Sveriges Utbildningsradio AB

65 Teaterförbundet för scen och film

66 Tourism in Skåne

67 Turistrådet i Västsverige

68 TV4-gruppen AB

69 Visit Sweden

70 Visita

71 Walt Disney Studios Nordic

Remissvaren ska ha kommit in till Kulturdepartementet **senast den 14 maj 2018**. Svaren bör lämnas både på papper och per e-post (Word- och PDF-format). Ange diarienummer Ku2018/00640/MF och remissinstansens namn i ämnesraden på e-postmeddelandet. E-post skickas till ku.remissvar@regeringskansliet.se.

I remissen ligger att regeringen vill ha synpunkter på förslagen i rapporten. Rapporten finns för nedladdning på Tillväxtverkets hemsida, https://tillvaxtverket.se/vara-tjanster/publikationer/publikationer-2017/2017-12-19-fler-film-inspelningar-till-sverige.html. Myndigheter under

regeringen är skyldiga att svara på remissen. En myndighet avgör dock på eget ansvar om den har några synpunkter att redovisa i ett svar. Om myndigheten inte har några synpunkter, räcker det att svaret ger besked om detta. För andra remissinstanser innebär remissen en inbjudan att lämna synpunkter.

Råd om hur remissyttranden utformas finns i Statsrådsberedningens promemoria Svara på remiss – hur och varför (SB PM 2003:2). Den kan laddas ner från Regeringskansliets webbplats www.regeringen.se.

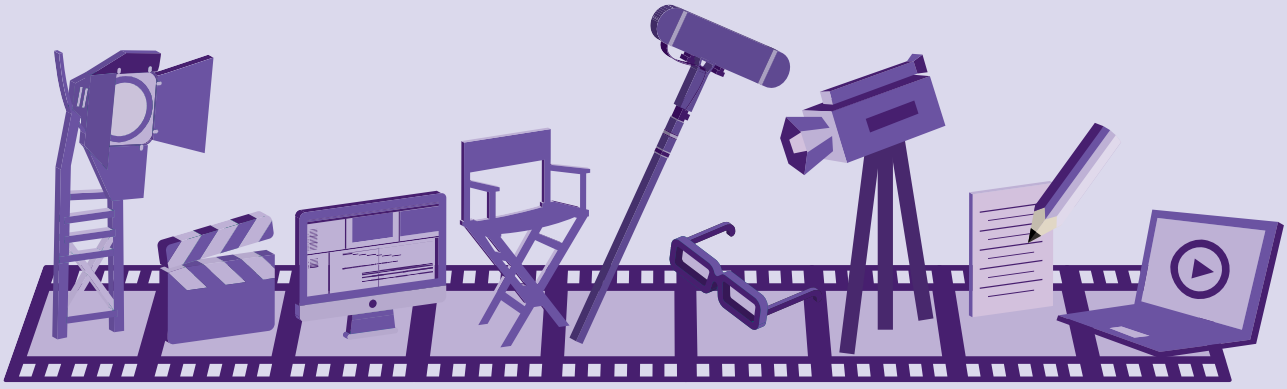
Helena Swenzén
Expeditions- och rättschef

LS 2018-0439

tillväxt verket

Fler filminspelningar till Sverige

– genom stärkta konkurrensvillkor för internationell filmproduktion



Svenska Filminstitutet

Rapport 0239

Rapport i regeringsuppdraget

Produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar

Vi stärker Sverige genom att stärka företagens konkurrenskraft

Tillväxtverket ska skapa så bra förutsättningar som möjligt för företag i hela landet att vara konkurrenskraftiga. Det innebär att vi öppnar dörrar och river barriärer – för ett Sverige där fler företag vill, kan och vågar.

Kunskap, nätverk och finansiering är våra viktigaste verktyg. Tillväxtverkets insatser skapar direkta resultat hos de företag och aktörer som vi samverkar med, men även förutsättningar för företag och regioner att möta framtidens utmaningar. Vårt största enskilda uppdrag är att bidra till att EU-medel investeras i projekt för regional konkurrenskraft och sysselsättning.

Tillväxtverkets publikationer kan laddas ner på tillvaxtverket.se. Vill du beställa en tryckt publikation eller söker du en publikation som publicerades innan 2015 hänvisar vi till vår webbshop publikationer.tillvaxtverket.se.

© Tillväxtverket

Stockholm, december 2017

Digital: ISBN 978-91-88601-52-0

Rapport 0239

Har du frågor om denna publikation, kontakta:

Klas Rabe

Telefon, växel 08-681 91 00

Produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar, regeringens diarienummer N2016/08059/FF, N2016/07822/KLS (delvis), N2016/07825/KLS (delvis) m.fl.

I regleringsbrevet för 2017 gav regeringen (Näringsdepartementet) Tillväxtverket i uppdrag att, i samverkan med Stiftelsen Svenska Filminstitutet, utreda lämpligheten i och förutsättningarna för att Sverige ska kunna införa någon form av produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar.

Regeringen skrev vidare att uppdraget skulle redovisas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) senast den 22 december 2017.

Tillväxtverket och Stiftelsen Svenska Filminstitutet valde tidigt att redovisa uppdraget i en skriven rapport. Den här rapporten är alltså både resultatet och redovisningen av Tillväxtverkets och Stiftelsen Svenska Filminstitutets arbete med regeringsuppdraget.

Tillväxtverkets generaldirektör Gunilla Nordlöf har fattat beslutet att godkänna rapporten.

Vi beskriver handläggningen av ärendet i avsnitt **3 Så arbetade vi med regeringsuppdraget**. I beredningen av beslutet har även enhetschefen Helena Nyberg Brehnfors, avdelningschefen Tim Brooks och projektledaren Klas Rabe deltagit. Klas Rabe var föredragande för ärendet.

Stockholm, 13 december

Gunilla Nordlöf

Generaldirektör

Klas Rabe

Projektledare

Innehåll

Produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar, regeringens diarienummer N2016/08059/FF, N2016/07822/KLS (delvis), N2016/07825/KLS (delvis) m.fl. 3

1 Sammanfattning 6

1.1 Regeringen vill ha fler filminspelningar i Sverige 6

1.2 Film- och teveproduktioner får skattereduktioner i många länder 6

1.3 Sverige missgynnas i internationell konkurrens 6

1.4 Vi föreslår en produktionsrabatt 7

2 Hur får vi fler filminspelningar i Sverige? – regeringsuppdraget och vår tolkning av det 8

2.1 Regeringens uppdrag 8

2.2 Regeringens skäl till uppdraget: förbättra filmbranschens konkurrensvillkor 8

2.3 Vad tycker centrala aktörer i filmbranschen? 9

2.4 Vad säger tidigare forskning? 9

2.5 Våra utgångspunkter i uppdraget 9

3 Så arbetade vi med regeringsuppdraget 12

3.1 Vi valde rapportformen 12

3.2 Vi formulerade utgångspunkter 12

3.3 Vi gick igenom tidigare forskning 12

3.4 Vi tog hjälp av analysföretag 12

3.5 Vi intervjuade branschaktörer 13

3.6 Vi analyserade fakta och tog fram förslag 13

4 Bakgrund: Centrala begrepp och aktörer 14

4.1 Vad är en filminspelning? 14

4.2 Vilka står för kompetensen bakom svensk film- och teveproduktion? 14

4.3 Vad är konkurrenskraft och attraktionskraft? 16

4.4 Vad är produktionsincitament? 17

4.5 Hur har andra statliga subventioner påverkat ekonomin? 20

4.6 Ekonomisk teori bakom produktionsincitament 21

5 Nuläge: Hur har tillväxten utvecklats i branscherna bakom svensk film- och teveproduktion? 23

5.1 Film- och tevebranschen jämfört med kulturella och kreativa näringar i stort 23

5.2 Film- och tevebranschen samt kulturella och kreativa näringar jämfört med hela ekonomin 32

5.3 Djupstudie: digital efterproduktion 36
5.4 Utblick: Film- och tevebranschen i europeiska länder med produktionsincitament 41

6 Analys: Filmens konkurrensvillkor 44
6.1 Den svenska film- och teve-branschens konkurrenskraft 44
6.2 Sveriges konkurrenskraft som inspelningsland på den internationella marknaden 46
6.3 Filminspelningars bidrag till den övriga ekonomin 53
6.4 Hur påverkar filminspelningar regional utveckling, tillväxt och attraktionskraft? 64

7 Våra resultat jämfört med några tidigare studier 77
7.1 Den svenska film- och tevebranschens konkurrenskraft 77
7.2 Sveriges konkurrenskraft som inspelningsland på den internationella marknaden 79
7.3 Filminspelningars bidrag till turistekonomisk omsättning 80
7.4 Hur påverkar filminspelningar regional utveckling, tillväxt och attraktionskraft? 80

8 Vårt förslag och våra bedömningar 82
8.1 Vårt förslag 83
8.2 Bedömningar ur företagens och regionernas perspektiv 84
8.3 Bedömningar ur offentligfinansiellt perspektiv 88

9 Analys av samhällsekonomiska konsekvenser 96
9.1 Problembilden bakom våra förslag 96
9.2 Förslaget vi lämnat och syftet med det 97
9.3 Ekonomiska konsekvenser av produktionsrabatt 99
9.4 Miljömässiga konsekvenser av produktionsrabatt 106
9.5 Sociala konsekvenser av produktionsrabatt 107

10 Källförteckning 108
10.1 Litteraturförteckning 108
10.2 Intervjuade eller undersökta organisationer 109
10.3 Fotografiuppgifter 110

Bilagor

BILAGA 1 Skrivelse från 11 branschaktörer

BILAGA 2 I huvudet på en producent (Fikra)

BILAGA 3 Våra övriga bedömningar och rekommendationer

1 Sammanfattning

1.1 Regeringen vill ha fler filminspelningar i Sverige

Vi, Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet, har utrett vad staten kan göra för att fler filminspelningar ska ske i Sverige, på uppdrag av regeringen. Fler filminspelningar skulle kunna utveckla Sveriges regioner både ekonomiskt och kulturellt, och stärka konkurrenskraften hos svenska företag och branscher som är inblandade i film- och teveproduktioner. Regeringen har särskilt velat att vi utreder om Sverige bör införa ett så kallat produktionsincitament, och hur det i så fall skulle kunna se ut.

1.2 Film- och teveproduktioner får skattereduktioner i många länder

Produktionsincitament är en subvention för den audiovisuella sektorn. Det innebär att film- och teveproduktioner kan få skattereduktioner eller ekonomisk kompensation för sina kostnader inom ett specifikt land eller en del av ett land (en region eller en delstat). I dag erbjuder 27 stater i Europa produktionsincitament i någon form, liksom många delstater i USA med flera platser i världen. År 2018 väntas Sverige, Danmark, Luxemburg och Liechtenstein vara de enda länder i EU- och EES-området som inte har någon form av produktionsincitament.

1.3 Sverige missgynnas i internationell konkurrens

Vi drar slutsatsen att det finns en snedvriden konkurrens för den svenska film- och tevebranschen och för Sverige som inspelningsland. Andra länder erbjuder nämligen billigare lösningar än vad den svenska film- och tevebranschen kan göra, tack vare produktionsincitament. Sverige missgynnas därför i konkurrensen om inspelningsplatser för internationella filmer. Detta urholkar kompetens och kapacitet i Sverige.

Film- och tevebranschens samlade tillväxt är svag, och vi ser dessutom tecken på en hårdnande konkurrens med risk för utslagning. Antalet filmproduktioner i Sverige har ökat mindre än i både resten av EU och resten av världen. Denna utveckling ser ut att kunna fortsätta.

Situationen ger en rad negativa konsekvenser och uteblivna effekter för hela sektorn kulturella och kreativa näringar, för regional tillväxt och utveckling och för Sverigebilden i utlandet. Några exempel på uteblivna effekter:

- Transaktioner som sker mellan film- och tevebranschen och i princip alla övriga delbranscher inom kulturella och kreativa näringar, till betydande värden. Dessa samarbeten driver ofta innovationer, inte minst för digital produktion.

- Regional tillväxt och stärkt attraktionskraft. På lång sikt genererar filminspelningar till exempel export: Internationella filmturister bidrar till konsumtionen i regionerna, och både regionernas och hela Sveriges internationella attraktionskraft och synlighet stärks. Många internationella filmturister kan exempelvis tänkas vilja resa till flera platser i Sverige för att följa i Ingmar Bergmans fotspår under 2018, när det är 100 år sedan hans födelse.

1.4 Vi föreslår en produktionsrabatt

Vi ger 1 samlat förslag för att förändra situationen, med delarna:

- **Inför ett statligt produktionsincitament i form av en produktionsrabatt till företag på minst 25 procent.**
- **Säkerställ att den statliga produktionsrabatten ger positiva samhällsekonomiska effekter.**



2 Hur får vi fler filminspelningar i Sverige? – regeringsuppdraget och vår tolkning av det

I det här kapitlet berättar vi, Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet, vad vi fått i uppdrag av regeringen och hur vi tolkat uppdraget.

2.1 Regeringens uppdrag

Regeringen gav följande uppdrag till Tillväxtverket i regleringsbrevet för 2017:

Produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar

Utreda lämpligheten i och förutsättningarna för att Sverige ska kunna införa någon form av produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar. Uppdraget ska ske i samverkan med Stiftelsen Svenska Filminstitutet och redovisas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) senast den 22 december 2017. (Regeringsbeslut, Näringsdepartementet, 2016)

Regeringen formulerade alltså vad vi skulle uppnå i en enda mening. Därmed lämnade regeringen till Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet att närmare precisera utgångspunkter för arbetet.

2.2 Regeringens skäl till uppdraget: förbättra filmbranschens konkurrensvillkor

Vi tog fasta på hur regeringen beskrev skälen till uppdraget i ett pressmeddelande 22 december 2016:

- *Filmbranschen behöver bättre konkurrensvillkor och förutsättningar. Flera europeiska länder har de senaste åren infört olika former av incitament och finansiering av filminspelningar i syfte att attrahera utländska filmbolag så att fler arbetstillfällen skapas, men också så att kompetens, infrastruktur och kapacitet för den inhemska filmproduktionen upprätthålls och utvecklas.*
- *Det vore mycket positivt för svensk filmindustri om fler internationella filmbolag producerade film i Sverige. Det skapar arbetstillfällen och förutsättningar för svensk filmproduktion att utveckla och behålla kompetens och kapacitet.*
- *Genom att ge uppdraget till Tillväxtverket vill regeringen betona att frågan i första hand ska analyseras utifrån ett näringspolitiskt perspektiv. Filmbranschen utgör en central del av de kreativa näringarna i Sverige. Samtidigt är den också avgörande för kulturpolitiken på filmens område. Filmpolitiken bör därför omfatta såväl näringspolitiska som kulturpolitiska insatser.* (Närings- och kulturdepartementen, 2016)

Vi läste också de texter från regeringen och riksdagen som behandlar frågan om ny statlig filmpolitik.



2.3 Vad tycker centrala aktörer i filmbranschen?

Projektgruppen frågade och fick svar från sex organisationer med centrala roller i den svenska filmbranschen, vad de tyckte att vår rapport borde belysa. Organisationerna var Film- och TV-producenterna, Filmpool Nord, Film i Skåne, Film i Väst, Filmregion Stockholm-Mälardalen och SF Studios.

2.4 Vad säger tidigare forskning?

Slutligen gick vi igenom ett antal tidigare studier om produktionsincitament och liknande, både svenska och internationella. Den stora majoriteten av de tidigare studierna har en mycket positiv inställning till produktionsincitament generellt, och i synnerhet till att införa sådana i Sverige. Flertalet av studierna är också beställda och finansierade av branschaktörer. Vi bedömde att det därför kan hända att någon av studierna har en alltför positiv vinkling i relation till faktiska förhållanden. Branschaktörerna har visserligen vanligen låtit fristående analysföretag genomföra studierna. Men vi valde ändå, som representanter för staten och ytterst skattebetalarna, att så långt som möjligt ta fram nya fakta i stället för att okritiskt bygga vidare på tidigare studier.

2.5 Våra utgångspunkter i uppdraget

Utifrån bakgrundsmaterialet ovan formulerade vi sex utgångspunkter:

2.5.1 Vi ska spegla regeringens filmproposition

Våra resultat ska spegla skrivningarna i regeringens filmproposition och dess förarbeten samt riksdagens beslut. (Regeringskansliet, 2017) Regeringen pekar ut två områden som de vill förändra genom eventuella senare åtgärder:

- **Kompetensförsörjning och marknadstillgång för svenska filmanknutna företag:** Både svenska och internationella produktionsbolag som ska välja inspelningsplats ska oftare välja Sverige. Detta bedöms gynna konkurrenskraften för svenska professionella företag kopplade till filminspelningar, i flera led, på kort och på lång sikt. En inspelningsplats väljs aldrig enbart av ekonomiska skäl. Tillgång till lokal professionell kompetens har också stor betydelse.

- **Regional utveckling i Sverige genom ökad attraktivitet internationellt via film:** Filmbranschen skapar både arbetstillfällen och investeringar regionalt. Det regionala marknadsföringsvärdet av filmproduktion i Sverige och svenska miljöer är stort. Exempelvis har BBC:s *Wallander*-produktion i Skåne, de internationella Stieg Larsson-filmatiseringarna och de tyska *Inga Lindström*-filmerna haft en stor marknadsföringseffekt med tydliga turistströmmar som följd. En inspelningsplats väljs aldrig enbart av ekonomiska skäl. Tillgång till unika miljöer har också stor betydelse. Regionala produktionscentrum och filmkommissionärer som redan finns i dag har därför stor betydelse, och regeringen vill se ytterligare utveckling.

2.5.2 Film- och teveproduktioner behöver tidigt konkurrera internationellt

Film- och teveproduktion bygger på ett kreativt utbyte mellan individer och bolag, som backas upp av regioner och länder. Det är avgörande för framgång att kunna agera och konkurrera internationellt tidigt i produktionen. Produktionsbolagen börjar arbeta med export och internationalisering redan i förproduktionsfasen, när de efterfrågar och avtalar om finansiering och partnersamarbeten. För att svenska kreatörer och bolag ska kunna utveckla sig själva och sitt skapande behöver svenska bolag och svenska inspelningsplatser därför kunna visa sig attraktiva på den internationella arenan. Det kan öka tillväxten, exporten och de internationella investeringarna i Sverige.

2.5.3 Både utländska och inhemska filmproduktioner behövs

Vår rapport ska belysa hur

- antalet utländska produktioner som sker helt eller delvis i Sverige kan öka
- inhemska produktioner kan få bättre förutsättningar att vilja stanna i landet.

Den svenska filmen och svenska produktionsbolag ska därmed omfattas av eventuella incitament och stimulanser. Produktionen av svensk film på hemmaplan är nämligen central för att stärka Sveriges konkurrenskraft och nödvändiga spetskompetenser, och för att kreatörerna ska kunna utvecklas.

2.5.4 ”Filminspelning” är ett vitt begrepp

Vi gör en vid tolkning av begreppet ”filminspelning”, och inkluderar

- för- och efterproduktion kopplad till själva inspelningen
- all produktion som uppfyller kraven på att vara en kulturprodukt
- alla genrer – genren ska inte påverka eventuella incitament och stimulanser
- inspelningar som i första hand ska visas på teve – teve i betydelsen ett brett och internationellt visnings- och produktionslandskap.

Vi inkluderar däremot inte teve i betydelsen svensk public service, till exempel SVT.

Vi har utgått från denna tolkning för att definiera vilka företag och SNI-koder som ska ingå i de studier och analyser vi gör i rapporten.

2.5.5 Våra förslag bör inte påverka dagens statliga filmstöd

Våra förslag om incitament och stimulanser bör inte påverka dagens statliga stöd från Kulturdepartementet till Svenska Filminstitutet inom den nya helstatliga filmpolitiken. Förslagen kan däremot formas för att haka i och växla upp andra offentliga medel. Förslagen bör också vara ekonomiskt balanserade ur ett samhällsekonomiskt perspektiv.

2.5.6 Vår rapport ska vara självständig

Det finns redan en rad rapporter och studier om produktionsincitament och liknande, både svenska och internationella. Vår rapport ska vara självständig i relation till dessa rapporter och studier. Vi ska också jämföra våra resultat med de generella resultaten i tidigare rapporter och studier.



3 Så arbetade vi med regeringsuppdraget

Vi har genomfört regeringsuppdraget som ett projektarbete. Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet satte ihop en intern projektgrupp med relevanta kompetenser våren 2017.

3.1 Vi valde rapportformen

Vi valde tidigt att redovisa uppdraget i en skriven rapport. Vi valde också tidigt en rapportstruktur med delarna bakgrund, nuläge, analys, förslag samt konsekvensanalys av förslagen. På så vis liknar den här rapportens struktur den struktur som brukar finnas i en genomsnittlig publikation i serien Statens offentliga utredningar (SOU). Vi vill dock understryka att det du nu läser är en myndighetsrapport inom ett regeringsuppdrag, inte en SOU.

En rapport inom ett regeringsuppdrag är en offentlig handling, men brukar till skillnad från en SOU lämnas i endast ett exemplar från den aktuella myndigheten till regeringen. Vi har valt att lämna vår rapport till regeringen och samtidigt publicera den på Tillväxtverkets webbplats. Det beror på att intresset för frågan tycks vara stort bland regionala aktörer och många organisationer inom kulturella och kreativa näringar, inklusive filmbranschen.

3.2 Vi formulerade utgångspunkter

Projektgruppen började med att läsa på om den nya statliga filmpolitiken och fråga branschaktörer vad de tyckte att rapporten borde belysa.

Sedan formulerade vi utgångspunkter för rapportarbetet. Vi presenterade utgångspunkterna i en informell dialog med Regeringskansliet. Då fick vi också information om regeringens och riksdagens arbete med den nya statliga filmpolitiken 2016, och gick igenom deras skrivningar och beslut som relaterar till rapportarbetet. Denna information bekräftade rimligheten i våra utgångspunkter.

3.3 Vi gick igenom tidigare forskning

Vi läste och resonerade kring flera tidigare studier i ämnet. Majoriteten av de tidigare studierna drar slutsatsen att produktionsincitament ger positiva effekter för företag och samhällsekonomin. Med det här regeringsuppdraget utreder dock svenska staten frågan för första gången, och vår rapport behöver vara självständig i relation till tidigare studier. Vi valde därför att först göra vår egen analys utifrån de fakta vi själva samlat in, och sedan jämföra resultaten med de tidigare studiernas resultat.

3.4 Vi tog hjälp av analysföretag

Projektgruppen konstaterade under våren 2017 att vi behövde göra ett stort arbete på kort tid. Vi valde därför att dela upp projektfasen för att samla in och analysera fakta i mindre delområden, som kunde utföras parallellt under sommarhalvåret. Vi kunde själva samla in vissa fakta, men den största delen utfördes av externa analysföretag som vi beställde tjänster av. Vi var noga med att beställa dessa tjänster från andra analysföretag än de som tidigare gjort studier om produktionsincitament. Vi valde analysföretagen Sweco, Fikra och Boston Consulting Group (BCG). Deras rapporter har varit en del av underlaget till denna huvudrapport och de kan beställas via Tillväxtverket.

3.5 Vi intervjuade branschaktörer

Vi i projektgruppen och de externa analysföretagen har träffat eller intervjuat 51 organisationer och företag i den svenska filmbranschen samt ett 40-tal internationella producenter och filmkommissionärer. Av tidsskäl valde vi bort att träffa eller undersöka lokala organisationer, till exempel filmfonder i kommuner. I kapitel **10 Källförteckning** kan du se vilka organisationer och företag vi haft kontakt med.

3.6 Vi analyserade fakta och tog fram förslag

I oktober 2017 arbetade projektgruppen med att dra slutsatser och analysera de fakta som vi fått in under sommarhalvåret. I november gick vi över till att formulera förslag utifrån slutsatserna.

Vi gjorde också en konsekvensanalys av förslagen.

Vi bjöd in alla svenska aktörer som vi haft kontakt med i rapportarbetet till ett stort referensgruppsmöte: produktionsbolag på flera platser i landet, regionala produktionscentrum från norr till söder, nationella branschorganisationer med flera. Där presenterade vi våra huvudsakliga preliminära förslag och diskuterade deras konsekvenser i mindre grupper. Därmed fick vi in reflektioner från de grupper som förslagen berör mest. Vi ville säkerställa att rapporten så långt som möjligt svarar mot företagens och regionernas verkliga behov, och att de berörda kan acceptera våra förslag på åtgärder som effektiva och realistiska.

I december sammanställde projektgruppen den slutliga rapporten.

Vår gemensamma projektgrupp har bestått av:

Tillväxtverket

Klas Rabe, enheten Hållbart näringsliv

Karin Östberg, enheten Affärsutveckling

Niclas André, enheten Öresund-Kattegat-Skagerrak

Svenska Filminstitutet

Kristina Börjeson, avdelningschef för Filmstöd

Jonas Vilhelmsson, biträdande jurist

Från och med oktober 2017 knöt vi också en kompetens för att kvalitetssäkra projektgruppens konsekvensanalys till arbetet:

Annika LeBlanc, föredragande för Regelrådet, enheten Bättre regler (Tillväxtverket)

4 Bakgrund: Centrala begrepp och aktörer

I det här kapitlet förklarar vi centrala begrepp för uppdraget och beskriver aktörerna bakom svensk film- och teveproduktion.

4.1 Vad är en filminspelning?

En filminspelning består av flera delar. Den inkluderar både för- och efterproduktion, utöver den inspelning som sker på plats i inspelningsmiljön.

I den här rapporten definierar vi därför filminspelning som

- all produktion av rörlig bild som är nödvändig för det färdiga resultatet som visas
- all inspelning av drama, thriller, dokumentär, komedi eller motsvarande kulturell genre – oavsett vilket visningsfönster som det färdiga resultatet är planerat för.

En filminspelning kan alltså vara planerad att visas på teve i första hand, lika väl som på bio eller i andra visningsfönster.

4.2 Vilka står för kompetensen bakom svensk film- och teveproduktion?

Regeringen har meddelat att den svenska ”filmbranschen behöver bättre konkurrensvillkor” och förutsättningar. Samtidigt har regeringen betonat att det kan ge ”arbetstillfällen och bättre förutsättningar för svensk filmproduktion att utveckla och behålla kompetens och kapacitet” om fler internationella filmbolag spelar in i Sverige – det skulle öka efterfrågan (Närings- och kulturdepartementen, 2016). Denna kompetens och kapacitet finns i företag i film- och tevebranschen, lika väl som i företag som definitionsmässigt befinner sig utanför. Företagen utanför film- och tevebranschen hör främst till övriga delbranscher inom de kulturella och kreativa näringarna.

Här beskriver vi därför kort dels den svenska film- och tevebranschen, dels de kulturella och kreativa näringarna i stort.

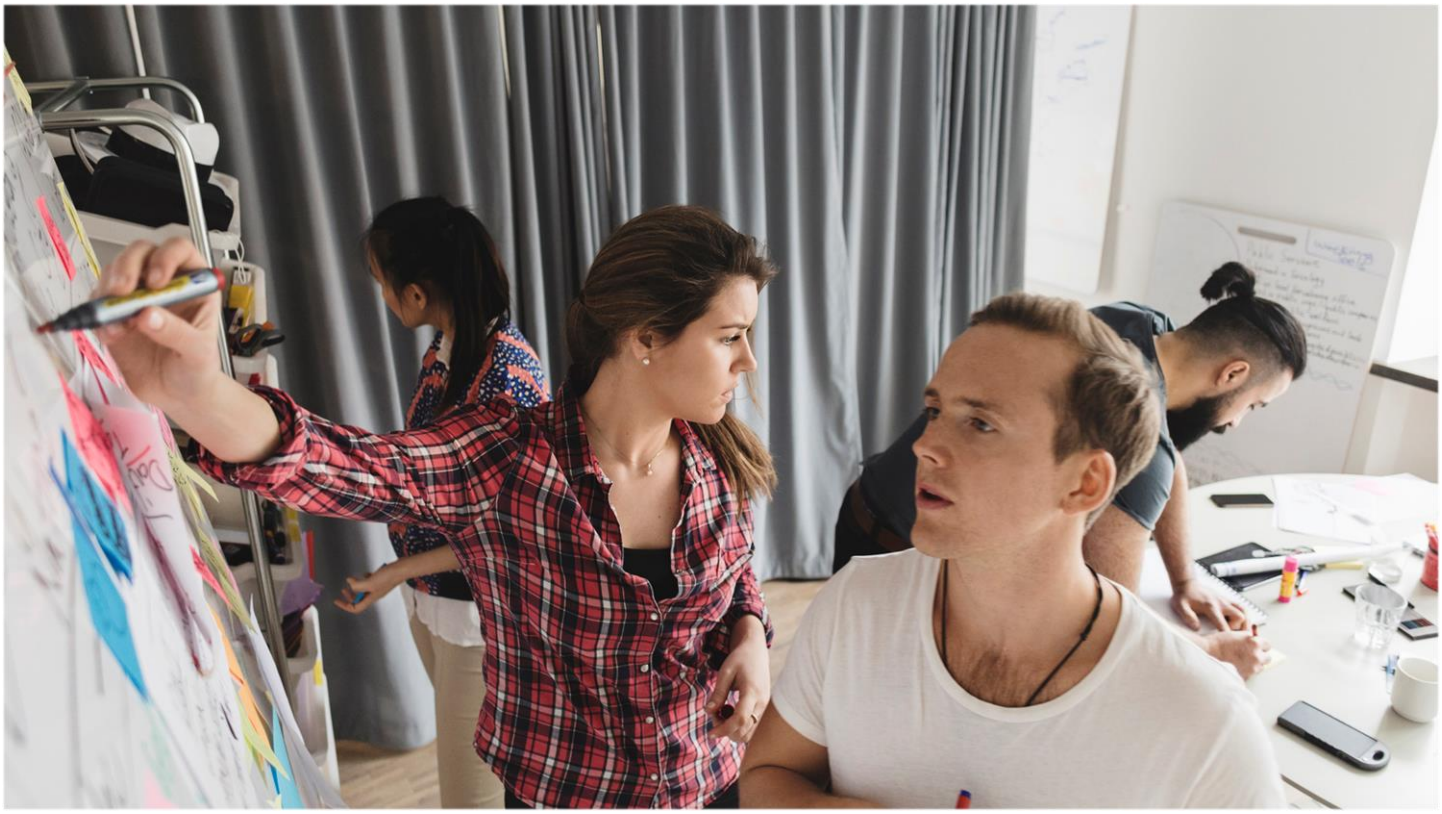
4.2.1 Film- och tevebranschens internationella produktionskedja

Varje film- och teve-produktion är sitt eget projektarbete, men följer i stort sett samma produktionskedja, i hela världen. Näringsområdet är också mycket internationaliserat: Marknaden är till allra största delen internationell, och varje produktion involverar normalt aktörer från mer än ett land.

Produktionskedjan kan beskrivas så här:

1. idé och förproduktion
2. produktionsarbete, inklusive inspelning
3. distribution och konsumtion, samt fortsatt handel med rättigheter mellan företag.

Den drivande och samlande aktören är vanligen ett produktionsbolag. Produktionsbolaget kanaliserar film- eller teveprojektets utgifter och intäkter genom att avtala, köpa in och betala för alla de olika varor och tjänster som behövs för att skapa ett färdigt resultat som kan visas. Produktionsbolaget har samtidigt det yttersta ansvaret för det kreativa och artistiska resultatet i den färdiga produkten.



Produktionsbolaget involverar en mängd företag, organisationer och investerare i arbetet med att skapa en färdig produkt – företag både i och utanför film- och tevebranschen. Arbetet inkluderar själva inspelningen med filmkamera, men också för- och efterproduktion.

När produkten är färdig tar andra företag över från produktionsbolaget för att distribuera produkten. Vanligtvis har distributören redan investerat i projektet, och har därmed visningsrätten för filmen i de fönster som avtalats. De flesta filmer har sin första visning på en biograf, men filmen kan också visas första gången via till exempel en vod-tjänst (”video på begäran”) eller på dvd. Filmen visas sedan i en avtalad turordning i olika fönster: biograf, vod, dvd, tevekanal med mera. Oftast är det ett så kallat salesbolag som handlar med de internationella rättigheterna, det vill säga ger filmen möjlighet att distribueras i andra länder. Salesbolaget avtalar med producenten om vilka territorier de ska hantera.

4.2.2 Aktörer i den svenska film- och tevebranschen

Utifrån film- och tevebranschens internationella värdekedja och produktionskedja menar vi att den svenska film- och tevebranschen består av

- företag i film- och tevebranschen, till exempel produktionsbolag, efterproduktionsbolag och distributionsbolag
- bransch- och yrkesorganisationer, till exempel Film- och TV-producenterna, Teaterförbundet, Sveriges filmregissörer, Dramatikerförbundet och Oberoende filmares förbund
- de fyra regionala produktionscentrumen Film i Väst, Filmpool Nord, Film i Skåne och Filmregion Stockholm-Mälardalen (kan ses både som regionala aktörer med regionala uppdrag och som samarbetspartner i film- och tevebranschen)
- andra regionala organisationer, till exempel föreningen Filmregionerna
- svensk public service (framförallt Sveriges Television påverkar mängden filminspelningar i Sverige, både som beställare och som finansiär).

Vi berör inte public service vidare i rapporten, eftersom regeringen och riksdagen redan hanterar det området på andra vis (se avsnitt 2.5.4).

4.2.3 Företag i de kulturella och kreativa näringarna

Kulturella och kreativa näringar består av företag med kulturskapande eller kreativa processer som affärsidé eller råvara. I näringsgruppen finns också företag som bygger vidare på andras skapande, till exempel genom distribution och handel eller genom utveckling av digitala tjänster med kulturellt innehåll. (Tillväxtverket, 2017)

I november 2017 publicerade Tillväxtverket och fyra andra myndigheter en nationell statistisk definition av kulturella och kreativa näringar, på uppdrag av regeringen. Den nationella definitionen och den tillhörande offentliga statistiken för kulturella och kreativa näringar finns på Tillväxtverkets webbplats, under namnet Kreametern. Statistiken går att bryta ner efter regioner och branscher. I statistiken för kulturella och kreativa näringar ingår branschgrupperna

- arkitektur
- audiovisuellt (inklusive dataspel, film och teve, radio)
- bild och form
- kulturarv
- litteratur och press
- litterärt och konstnärligt skapande
- mode
- reklam
- scenkonst (inklusive musik).



4.3 Vad är konkurrenskraft och attraktionskraft?

4.3.1 Konkurrenskraft: förmåga att konkurrera på marknaden

Konkurrenskraft är ett företags, en branschs, en organisations eller ett geografiskt områdes förmåga att konkurrera på marknaden. Begreppet är dock inte entydigt definierat, utan betydelsen varierar i olika sammanhang beroende på vad som ska jämföras.

Ett enskilt företags konkurrenskraft kan man till exempel mäta ur ett regionalt, nationellt eller internationellt perspektiv. I den här rapporten utgår vi främst från det internationella perspektivet, eftersom vi undersöker en internationell marknad och hur svenska företag klarar sig internationellt.

Vi diskuterar också **konkurrenskraften hos Sverige som land** i rapporten. Då sätter vi det svenska konkurrensförhållandet i relation till omvärlden. Det är utan tvekan viktigt för ett land att ekonomin är konkurrenskraftig mot andra länders ekonomier, eftersom det ökar tillväxten och välståndet.

Tillväxtverket har tidigare förklarat att konkurrenskraft består av tre delar:

- **Kunskap:** En organisation har en konkurrensfördel om den har mer kunskap än andra aktörer, till exempel specialkunskap.
- **Effektivitet:** En organisation har en konkurrensfördel om den kan producera mer till lägre kostnad än andra aktörer.
- **Unicitet eller innovation:** En organisation har en konkurrensfördel om den har nya och unika idéer eller lösningar som få andra aktörer inom samma verksamhetsområde har.

Därtill kommer tidsperspektivet. Det som gör en organisation konkurrenskraftig på kort sikt avgör inte nödvändigtvis den långsiktiga konkurrenskraften:

- På **kort sikt** avgörs konkurrenskraften främst av priser, kostnader och produktivitet.
- På **lång sikt** avgörs konkurrenskraften av om organisationen kan öka sin produktivitet och anpassa sig till förändringar i omvärlden.

Vi använder Tillväxtverkets tidigare förklaring av konkurrenskraft även i den här rapporten. (Tillväxtverket, 2014)

4.3.2 Attraktionskraft: förmåga att dra till sig människor och företag

Regeringens *En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015–2020* är vägledande för arbetet med den regionala tillväxtpolitiken i hela Sverige. Strategin uttrycker att hållbar tillväxt och utveckling är beroende av miljöerna där människor bor och verkar. Viktigt för att en miljö ska vara attraktiv för människor och företag är bland annat tillgång till utbildning, arbetsmarknad, service, it, kultur och boende. Regeringens strategi slår fast att attraktiva livs- och boendemiljöer skapas regionalt, och att staten har ett ansvar för detta arbete. Vidare skriver regeringen att kulturella och kreativa näringar kan få större betydelse för Sveriges ekonomi, eftersom till exempel filmbolag bidrar till Sveriges internationella attraktionskraft.

Vi utgår från regeringens beskrivningar av attraktionskraft i den här rapporten. (Regeringskansliet, 2015)

4.4 Vad är produktionsincitament?

Produktionsincitament är en subvention för den audiovisuella sektorn. Det innebär att film- och teveproduktioner kan få skattereduktioner eller ekonomisk kompensation för sina kostnader inom ett specifikt land eller en del av ett land (en region eller en delstat).

Syftet brukar vara att

- stimulera den egna audiovisuella produktionen och höja kompetensen
- stärka den egna positionen gentemot omvärlden
- öka tillväxten inom olika verksamheter.

För att få produktionsincitament måste film- eller teveproduktionen vanligtvis uppfylla särskilda kriterier, till exempel att

- budgeten är tillräckligt stor
- filmen spelas in i en viss region
- en viss del av finansieringen är internationell
- delar av filmteamet är lokalt
- filmen främjar egen kultur, natur och historia. (Sweco, 2017)

4.4.1 Allt fler länder inför produktionsincitament

Produktionsincitament i någon form finns på flera platser i världen, till exempel i flera delstater i USA och 27 stater i Europa. År 2007 hade 12 stater i Europa infört produktionsincitament, och inom kort väntas antalet vara uppe i 30, enligt European Audiovisual Observatory. År 2018 väntas Sverige, Danmark, Luxemburg och Liechtenstein vara de enda länder i EU- och EES-området som inte har någon form av produktionsincitament. (Fikra (A), 2017)

4.4.2 Tre typer av skattetekniska konstruktioner

I Europa används i dag tre huvudsakliga typer av produktionsincitament:

- skattereduktion för produktionsbolag i form av **skattekredit** (*tax credit*)
- skattereduktion för investerare i form av **skatteavdrag** (*tax shelter*)
- offentligt finansierad rabatt på filmproduktion, alltså en **produktionsrabatt** som finansieras direkt via statens budget – inte en skattereduktion för företag, så företagen behöver inte göra någon särskild skatteredovisning. (European Audiovisual Observatory, 2014)

Produktionsrabatt är vanligast i de 27 länder i Europa som erbjuder produktionsincitament i dag: 17 länder erbjuder produktionsrabatter. (BCG, 2017)

Här nedan går vi igenom de olika typerna av produktionsincitament.

4.4.2.1 Skattekredit

Skattekredit ges till produktionsbolag som en procentuell andel av stödberättigade kostnader för filmproduktion, enligt ett bestämt regelverk. Men i stället för att stödet är en kostnadspost i den statliga eller regionala budgeten, så dras det från den skatt som produktionsbolaget ska betala. Om skatten är mindre än stödbeloppet, får produktionsbolaget ut resten av stödet kontant.

4.4.2.2 Skatteavdrag

Skatteavdrag är en subvention som ska stimulera investeringar i filmproduktion. Det innebär att den som investerar i en filmproduktion får dra av beloppet från skatten. Investeraren kan till exempel betala lägre skatt på investeringarna i en produktion, eller inte behöva betala skatt på framtida vinster av en produktion.

4.4.2.3 Produktionsrabatt

Produktionsrabatt är en statligt eller regionalt finansierad rabatt på den totala produktionskostnaden för att ta fram en färdig film- eller teveproduktion. Det är alltså en offentlig subvention för att framställa produkten film, som baseras på kostnaderna för filmproduktionen. Denna typ av subvention är en kostnad i den statliga eller regionala budgeten och betalas normalt ut i efterskott, när produktionsbolaget har redovisat sina stödberättigade och godkända kostnader – typiskt sett först ett antal månader efter att företaget har betalat in moms, arbetsgivaravgift och andra skatter till det offentliga.

4.4.2.4 Övriga metoder

Stater och regioner kan också använda andra metoder för att gynna filmproduktion. Även sådana metoder kan beskrivas som incitament, även om ordet främst brukar beteckna det vi beskriver ovan. Exempel på andra metoder är att

- investera med hjälp av regionala filmfonder
- främja ökad kompetens inom de kulturella och kreativa näringarna genom
    - fler filmutbildningar
    - offentligt stöttade filmstudior
    - mer flexibla arbets- och sovtider under filminspelningar. (Sweco, 2017)

4.4.3 Så används produktionsincitament – tre exempel från länder som liknar Sverige

4.4.3.1 Irland: skatteavdrag

Irland använder produktionsstödet Section 481 sedan 1997. Det har reformerats några gånger, senast 2013, och är i dag det mest generösa stödet i Europa. Till skillnad från i andra länder har det irländska stödet ingen övre budgetram. Alla produktioner som uppfyller kraven får stödet, både långfilmer och tv-produktioner. Kraven är till exempel att

- produktionsbolaget är bolagsfört och registrerat på Irland
- produktionen uppfyller minst 2 av 8 krav i ett test av hur produkten speglar irländsk kultur – till exempel att handlingen utspelar sig på Irland och att huvudkaraktären är irländsk.

Varje produktion får minst 32 procent av alla omkostnader betalda, 80 procent av den totala produktionskostnaden eller max 70 miljoner euro. Irland är också det enda land som kan betala ut förskott på stödet, upp till 90 procent innan produktionen startar.

Mellan 2007 och 2013 växte filmsektorn på Irland med 17 procent. Flera studier och utvärderingar menar att stödet är en förutsättning för utvecklingen av den irländska film- och tevebranschen.

4.4.3.2 Nederländerna: produktionsrabatt 30 procent

År 2014 lanserades Nederländska filmfonden – en fond med ett subventionstak, ett antal kriterier som sökande ska uppfylla och ett poängsystem som ansökningarna rankas efter. Subventionstaket gäller för varje kalenderår och varje runda av ansökningar, i dag fyra rundor per år. För varje ansökningsomgång kan styrelsen besluta att sätta olika maxbelopp för olika nationella och internationella produktioner och samproduktioner. De ansökningar som uppfyller behörighetskraven för finansiellt stöd rankas utifrån ett poängsystem med specifika kriterier, till exempel att

- produktionen spelas in i Nederländerna
- personer ur filmteamet har kopplingar till Nederländerna.

Olika krav kan ställas på olika typer av film.

4.4.3.3 Norge: produktionsrabatt 25 procent

Norge införde filmstöd 2016, med målen att

- öka antalet internationella film- och teveproduktioner i Norge
- främja norsk kultur, historia och natur
- öka kunskapen och erfarenheterna i den norska filmbranschen
- stimulera tillväxt
- skapa en hållbar filmbransch
- öka antalet internationella samarbeten.

Stödet administreras av Norska filminstitutet och erbjuds filmer som helt eller delvis produceras i Norge. Kraven för att få stöd är bland annat att

- minst 30 procent av produktionen finansieras internationellt
- produktionen tecknar ett internationellt distributionsavtal
- produktionen uppfyller minimikravet i kvalifikationstestet
- produktionen spenderar minst 2 miljoner norska kronor i Norge
- huvudproducenten har producerat minst en film eller teveserie med en bred distribution de senaste fem åren.

Stödet liknar det isländska stödsystemet från 1999. Det första året hade Norska filminstitutet en budget på 45 miljoner norska kronor. De fick fyra ansökningar och beviljade stöd till två filmproduktioner. (Sweco, 2017)

4.5 Hur har andra statliga subventioner påverkat ekonomin?

Ett statligt produktionsincitament är en subvention som stimulerar ekonomin och antalet filminspelningar genom att göra dem billigare. Hur har tidigare svenska statliga subventioner påverkat ekonomin? Här ger vi några exempel.

4.5.1 Sänkt restaurangmoms – sysselsättningen ökade

Den 1 januari 2012 sänktes restaurangmomsen från 25 till 12 procent. Restaurangpriserna höjdes då långsammare än de annars hade gjort, åtminstone tillfälligt, och sysselsättningen i restaurangbranschen ökade med cirka 6 procent, eller 6 000 anställda, jämfört med om momsen hade varit oförändrad. Den ökade sysselsättningen berodde framförallt på att arbetslösheten minskade, snarare än på att arbetskraften växte. Enligt Konjunkturinstitutet går det dock inte att beräkna den långsiktiga effekten på sysselsättningen empiriskt, men sannolikt är effekten liten. (Sweco, 2017)

4.5.2 RUT- och ROT-avdragen – svartjobb blev registrerade köp

RUT- och ROT-avdragen infördes för att stimulera efterfrågan på hushållsnära tjänster och byggtjänster, och därmed öka sysselsättningen. Konjunkturinstitutet bedömer att sysselsättningen för hushållsnära tjänster har ökat långsiktigt med cirka 15 000 personer på grund av RUT-avdraget. En stor del av ökningen beror sannolikt på att så kallade svartjobb har omvandlats till registrerade köp. Samma sak gäller för ROT-avdraget.[1] (Sweco, 2017)

4.5.3 Transportbidraget – omsättningen ökade men inte säkert vinsten

Transportbidraget är ett exempel på hur staten ingripit för att skapa mer jämlika konkurrensvillkor på en marknad. Transportbidraget är därför särskilt relevant att jämföra med produktionsincitament. Transportbidrag är ett regionalt tillväxtpolitiskt företagsstöd för tillverkningsindustrin i de fyra nordligaste svenska länen. Bidraget har två syften:

- kompensera för näringslivets kostnadsnackdelar i dessa län, som bland annat beror på avstånden till stora marknader
- stimulera till ökad förädlingsgrad.

År 2016 kompenserade transportbidraget för cirka 27 procent av företagens bidragsberättigade fraktkostnader, till en total statlig utbetalningskostnad på 385,2 miljoner kronor. (Tillväxtverket, 2016)

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser utvärderade transportbidraget 2012. De visade å ena sidan att transportbidraget tycktes ha ökat de mottagande arbetsställenas omsättning och förädlingsvärden. Å andra sidan var det inte tydligt att arbetsställenas vinster hade ökat tack vare bidraget. (Tillväxtanalys, 2012)

[1] RUT-avdraget (rengöring, underhåll och tvätt) infördes vid halvårsskiftet 2007 och ROT-avdraget (renovering, ombyggnad och tillbyggnad) infördes från och med 2009.

4.6 Ekonomisk teori bakom produktionsincitament

4.6.1 Vad ligger bakom den ökade sysselsättningen?

I det här sammanhanget måste vi ta hänsyn till varför sysselsättningen ökar när staten inför en subvention. Är det för att den totala arbetslösheten i ekonomin minskar eller för att det totala arbetskraftsutbudet i ekonomin ökar, jämfört med om personer byter anställning? Det påverkar vilka effekter subventionen får på samhällsekonomin.

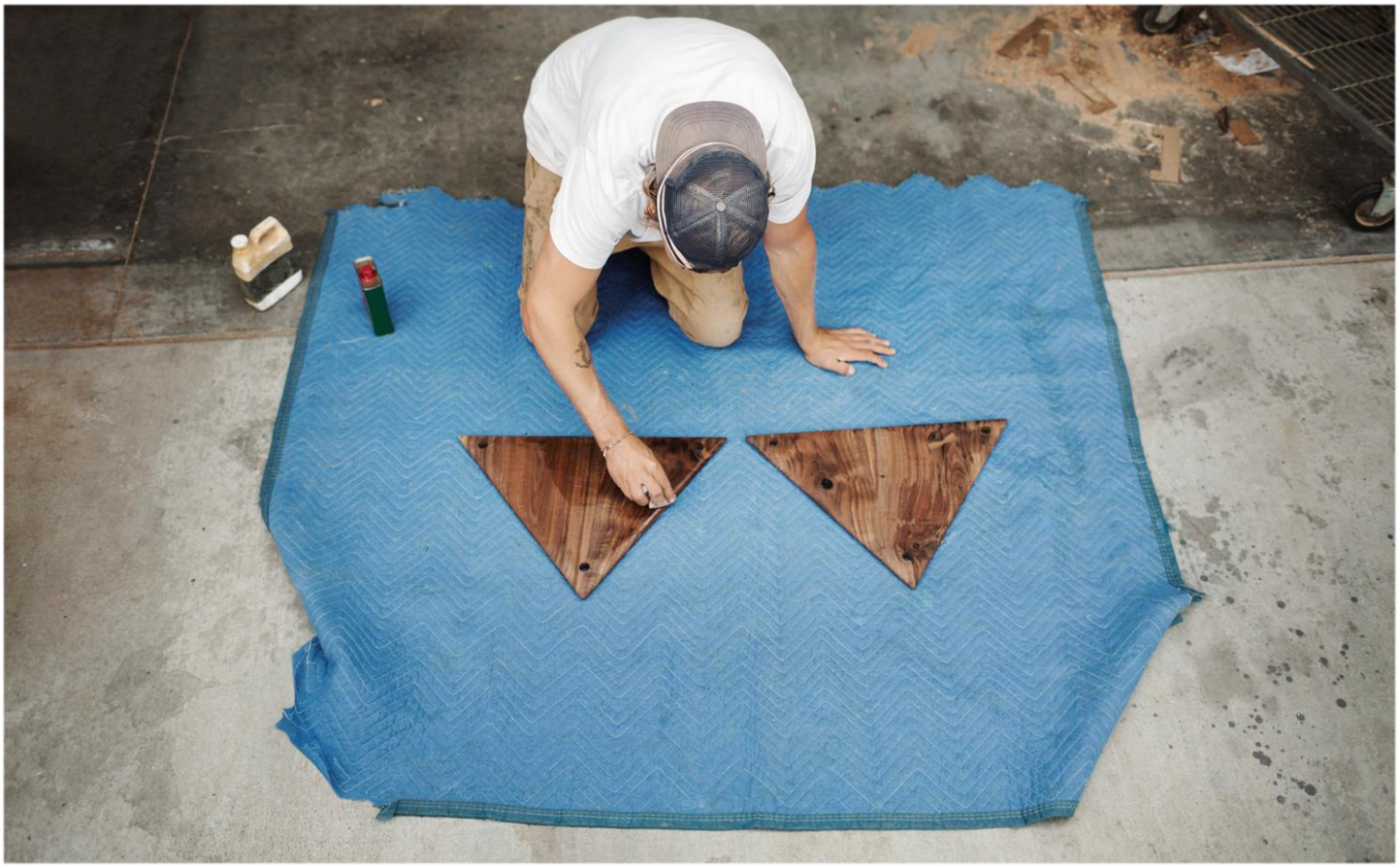
Ett produktionsincitament för film kan väntas ge direkta, indirekta och inducerade effekter på de offentliga finanserna.

- **Direkta effekter:** Produktionen köper varor och tjänster från lokala näringsidkare, till exempel transporter, logi, catering och byggnads- och säkerhetsarbete.
- **Indirekta effekter:** De direkta effekterna får lokala näringsidkare att konsumera mer.
- **Inducerade effekter:** De indirekta effekterna ökar efterfrågan i regionens ekonomi. (Sweco, 2017)

4.6.2 Hur beräknar man produktionsincitamentets ekonomiska effekter?

Skatteintäkterna från en stimulerad filmproduktion behöver överstiga kostnaden för de utbetalade subventionerna, om ett produktionsincitament ska påverka de offentliga finanserna positivt. Ett antal studier har beräknat effekten på de offentliga finanserna så här:

De räknar fram ett värde på en *multiplikator* som appliceras på det stöd som betalas ut genom produktionsincitamentet. Om multiplikatorns värde överstiger 1 betyder det att varje krona som betalas ut ger ett överskott till de offentliga finanserna. Multiplikatorns storlek avgörs av vilka indirekta och inducerade effekter man inkluderar i kalkylen, och av vilka antaganden man gör i övrigt.



Multiplikatoreffekten för olika typer av produktionsincitament i ett antal europeiska länder har varierat mellan 1,2 och 1,5 i olika studier, med avvikelser både uppåt och nedåt.

I en utvärdering av det irländska produktionsincitamentet från 2007 inkluderades indirekta skatteintäkter som inkomster från filmturism och sparade bidrag på grund av minskad arbetslöshet. Man kom fram till att för varje euro som stödet kostade i förlorade skatteinkomster, fick Irland tillbaka 1,09 euro i skatteintäkter. I en annan utvärdering av det irländska produktionsincitamentet från 2012 inkluderades inte indirekta skatteintäkter. Då kom man i stället fram till att för varje euro som stödet kostade, fick Irland endast tillbaka 0,54 euro i skatteintäkter. Skillnaden i multiplikatoreffekt blir alltså stor beroende på vilka faktorer som inkluderas i beräkningsmodellen. En alltför konservativ beräkningsmodell kan ifrågasättas för att den inte inkluderar alla relevanta faktorer och därför ger en för försiktig beräkning av stödets effekter. En alltför generös beräkningsmodell kan ifrågasättas för att den inkluderar indirekta effekter som inte går att verifiera, vilket ger en alltför optimistisk beräkning.

Här finns samma problem som vi tog upp i början av rapporten: Flera av rapporterna om de ekonomiska effekterna av produktionsincitament är beställda av aktörer inom film- och tevebranschen. Utifrån det material som vi haft tillgång till kan vi inte dra några definitiva slutsatser om ett produktionsincitaments faktiska effekter på de offentliga finanserna. (Sweco, 2017)

5 Nuläge: Hur har tillväxten utvecklats i branscherna bakom svensk film- och teveproduktion?

I det här kapitlet beskriver vi tillväxtutvecklingen i den svenska film- och tevebranschen, och jämför den med övriga kulturella och kreativa näringar och med hela Sveriges ekonomi. Avslutningsvis jämför vi också med några europeiska länder som använder produktionsincitament.

5.1 Film- och tevebranschen jämfört med kulturella och kreativa näringar i stort

Här går vi igenom tillväxtutvecklingen i den svenska film- och tevebranschen och i Sveriges kulturella och kreativa näringar i stort, år 2010–2015. Vi använder framförallt uppgifter ur Kreametern på Tillväxtverkets webbplats. (Tillväxtverket, 2017)

Statistiken för branschkategorin ”Film & TV” i Kreametern bygger på data från alla företag som hör till kodgrupper i systemet Svensk näringsgrensindelning (SNI) enligt figur 5.1.1.

FIGUR 5.1.1 SNI-koder som ingår i branschkategorin Film & TV, och våra formuleringar i rapporten

SNI-kod	Aktivitetsrubrik	Så skriver vi i rapporten
59 110	Produktion av film, video och TV-program	produktionsbolag
59 120	Efterproduktion av film, video och TV-program	efterproduktionsbolag
59 130	Film-, video- och TV-programdistribution	distributionsbolag
59 140	Filmvisning	filmvisningsbolag
60 200	Planering av TV-program och sändningsverksamhet	tevebolag
77 220	Uthyrning av videokassetter och dvd-skivor	distributionsbolag

Källa: (Tillväxtverket m fl, 2017)

Branschkategorin ”Film & TV” i Kreametern är i sin tur en av fyra branschkategorier i den större branschgruppen ”Audiovisuellt”. Övriga tre branschkategorier i gruppen är ”Audiovisuella lagringsmedier”, ”Dataspel” och ”Radio”.

Nedan redovisar vi tillväxtutvecklingen först för enbart ”Film & TV”. Sedan jämför vi ”Film & TV” med dels ”Audiovisuellt” i stort, dels ”Kulturella och kreativa näringar” (där ”Audovisuellt” ingår) i stort.

5.1.1 Antal företag

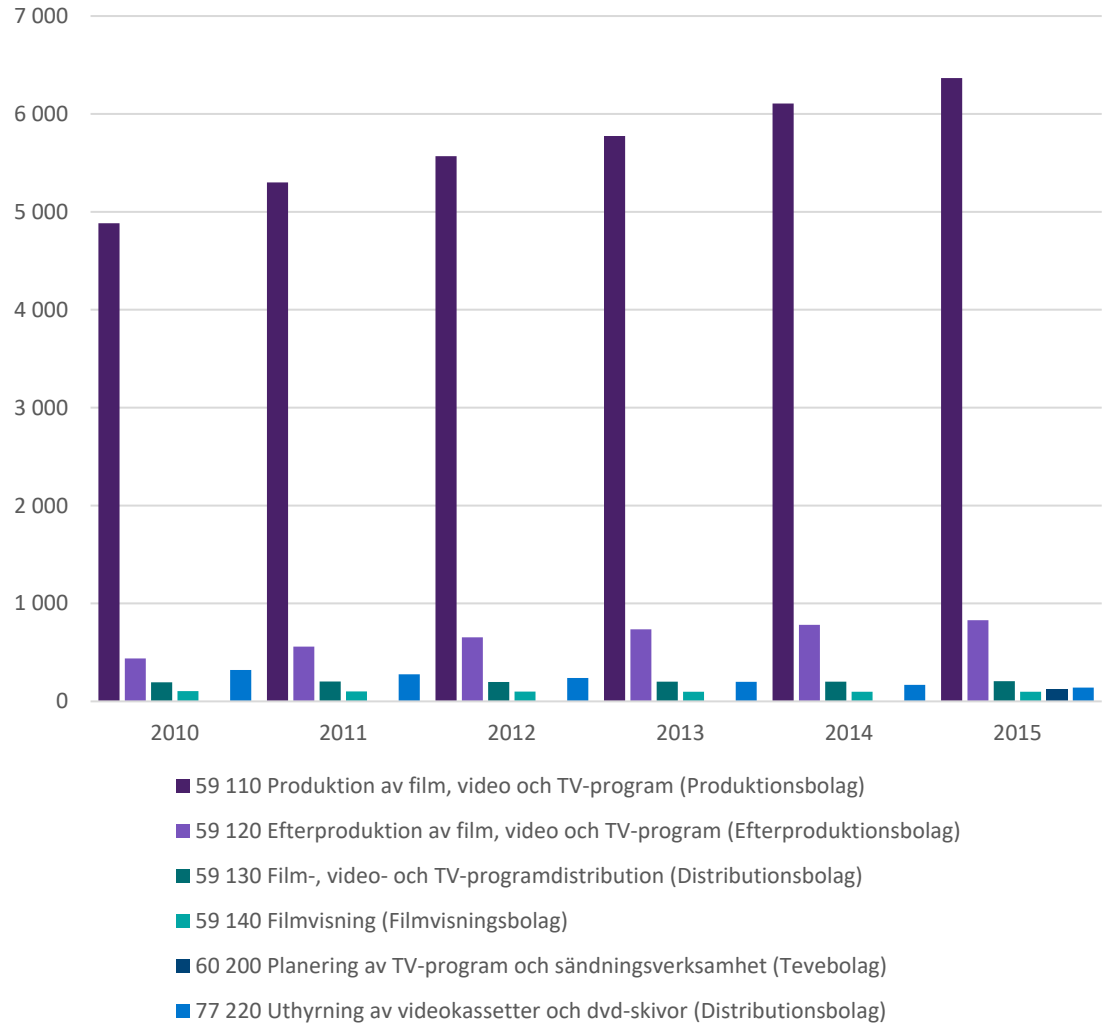
Företagen inom ”Film & TV” är en relativt liten andel av alla företag inom ”Kulturella och kreativa näringar” (se figur 5.1.3). År 2015 var andelen 7 procent.

År 2010 fanns 6 188 företag inom ”Film & TV” i Sverige. Därefter ökade antalet kraftigt, till 7 887 företag 2015. Antalet företag växte alltså med 27 procent.

När företagen blir fler hårdnar konkurrensen, om inte marknaden växer. Det kan leda till att verksamheter slås ut.

Även inom ”Kulturella och kreativa näringar” i stort ökade antalet företag, från 115 194 företag 2010 till 127 961 företag 2015.

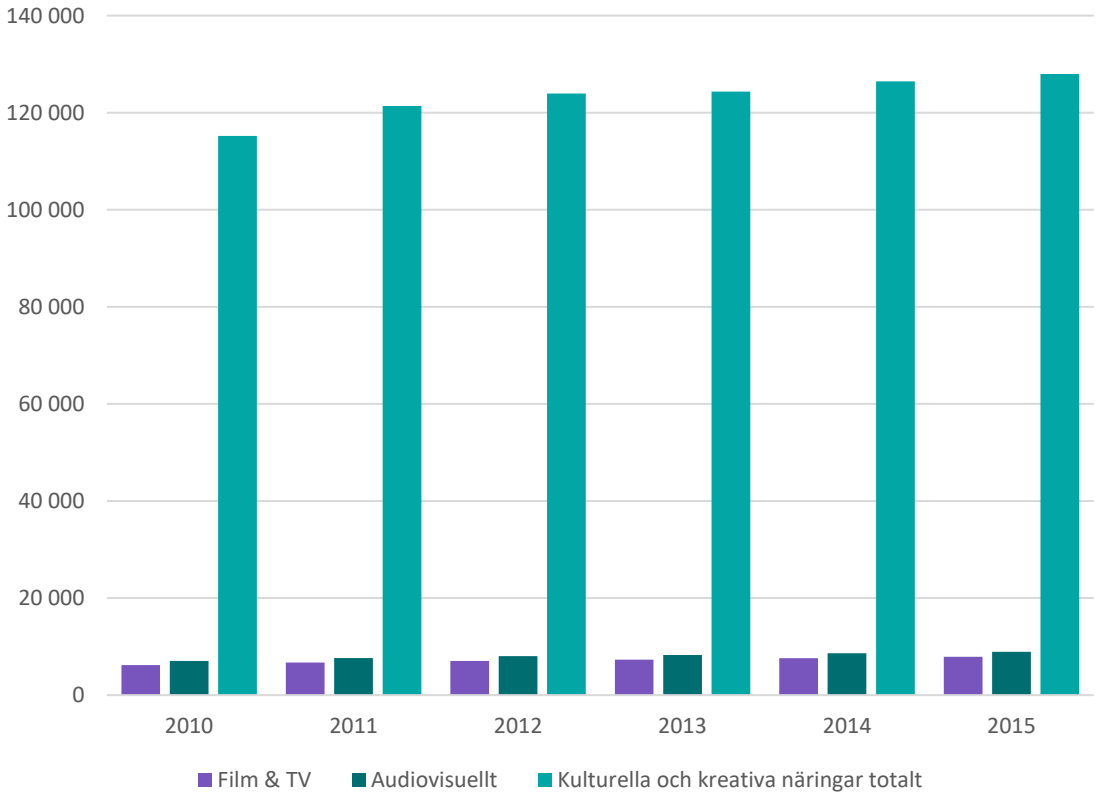
FIGUR 5.1.2 Antal företag inom branschkategorin Film & TV fördelat på SNI-koder, 2010-2015



Kommentar: 60 200 Planering av TV-program och sändningsverksamhet visar ingen stapel för 2010-2014 på grund av att statistikutdraget har blivit sekretesskyddat enligt det regelverk SCB måste följa.

Källa: SCB

FIGUR 5.1.3 Antal företag inom branschkategorin Film & TV, branschgruppen Audiovisuellt och kulturella och kreativa näringar totalt, 2010-2015



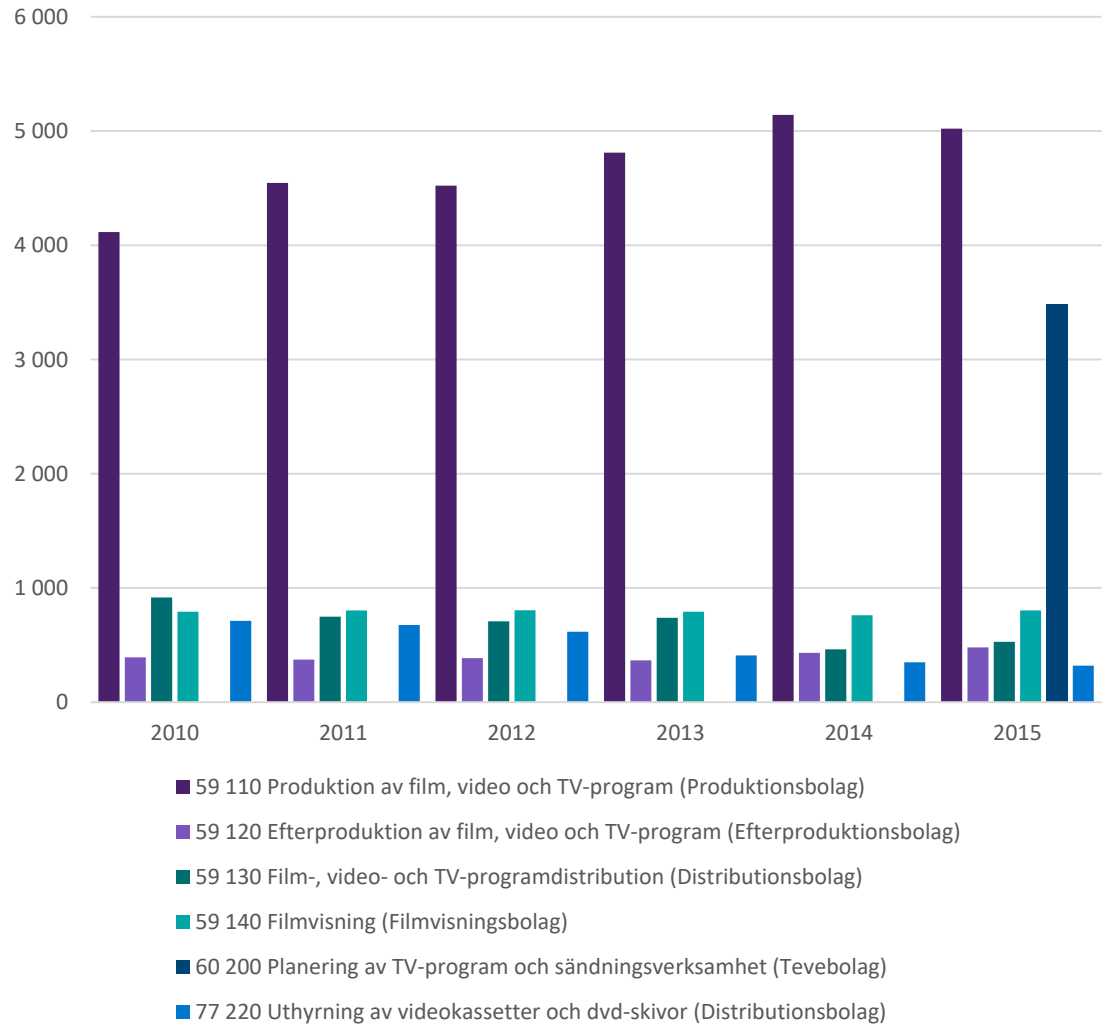
Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

5.1.2 Antal anställda

Samtidigt som antalet företag inom ”Film & TV” och inom ”Kulturella och kreativa näringar” i stort ökade mellan 2010 och 2015, var antalet anställda i stort sett konstant. Enpersonsföretag utan anställda och småföretag med ett fåtal anställda var vanliga – en tendens som stärktes under de senaste åren. Tydligast var tendensen för företagen inom ”Planering av TV-program och sändningsverksamhet”. Detta kan tyda på en hårdnande konkurrens eller en vikande marknad.

Vidare minskade antalet anställda kraftigt i distributionsbolagen – branscher som mött tuff konkurrens från digitala tjänster och piratkopiering de senaste åren. Starkast tillväxt fanns hos efterproduktionsbolagen, följt av produktionsbolagen.

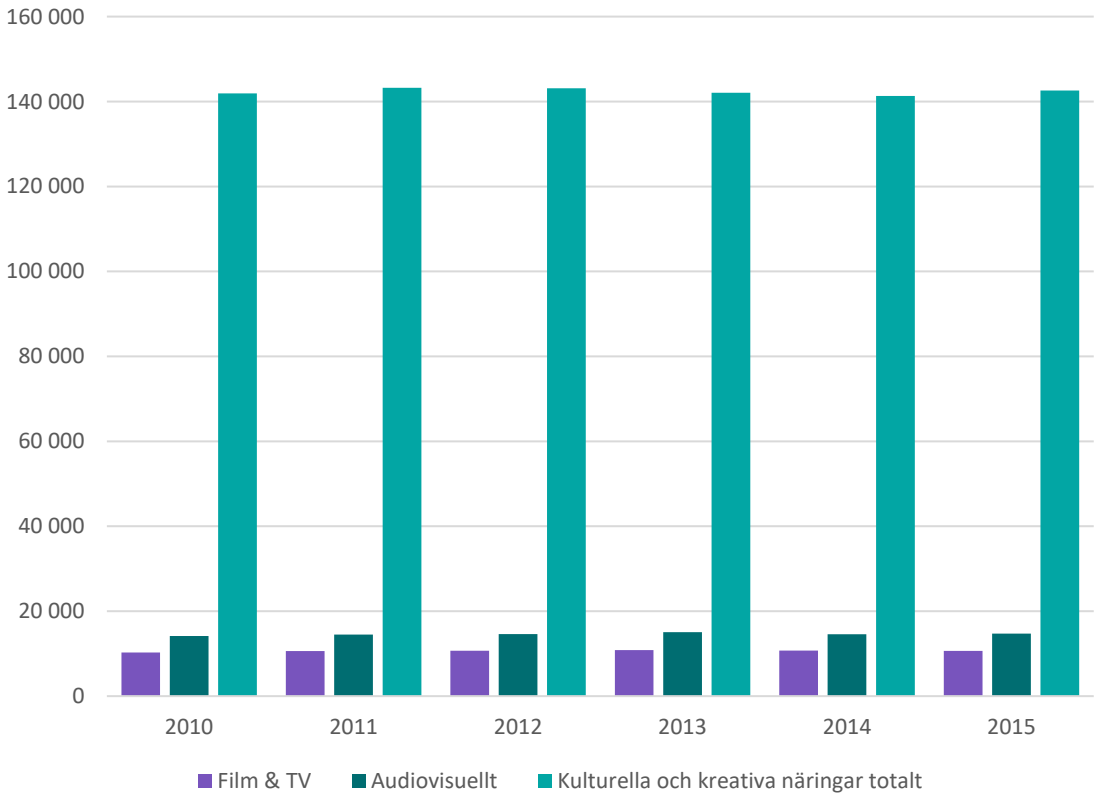
FIGUR 5.1.4 Antal anställda inom branschkategorin Film & TV fördelat på SNI-koder, 2010-2015



Kommentar: 60 200 Planering av TV-program och sändningsverksamhet visar ingen stapel för 2010-2014 på grund av att statistikutdraget har blivit sekretesskyddat enligt det regelverk SCB måste följa.

Källa: SCB

FIGUR 5.1.5 Antal anställda inom branschkategorin Film & TV, branschgruppen Audiovisuellt och kulturella och kreativa näringar totalt, 2010-2015



Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

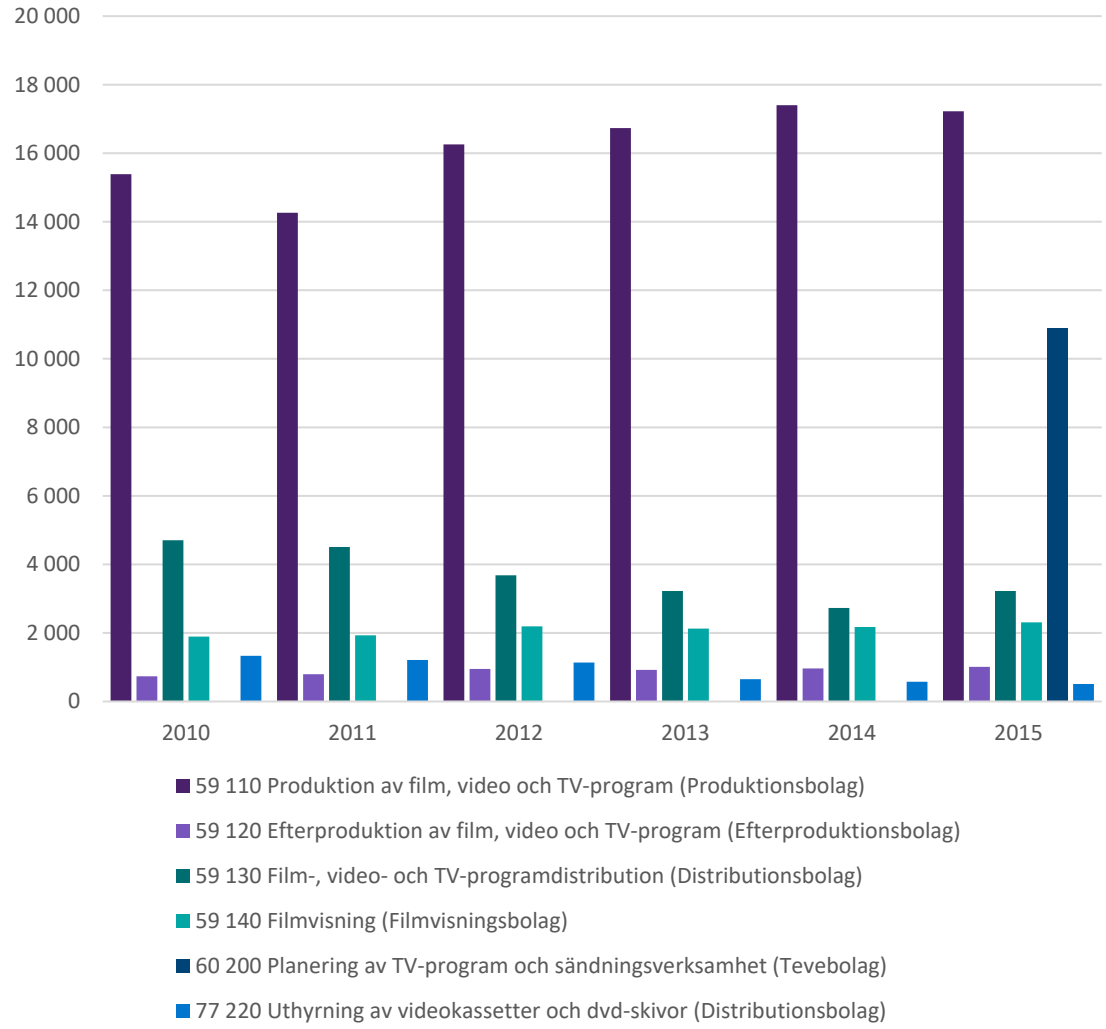
5.1.3 Omsättning

Vi ser i figur 5.1.7 att marknadens totala storlek ökade för alla tre grupper mellan 2010 och 2015, eftersom omsättningen ökade.

”Film & TV” omsatte drygt 35 miljarder kronor 2015, och hade en årlig tillväxttakt på knappt 2 procent. Produktionsbolagen och tevebolagen stod för den största delen av omsättningen 2015, branscher som även växte omsättningsmässigt.

Samtidigt är det tydligt att film- och tevebranschen håller på att förändras, så att marknaderna för distribution och video- och dvd-uthyrning krymper.

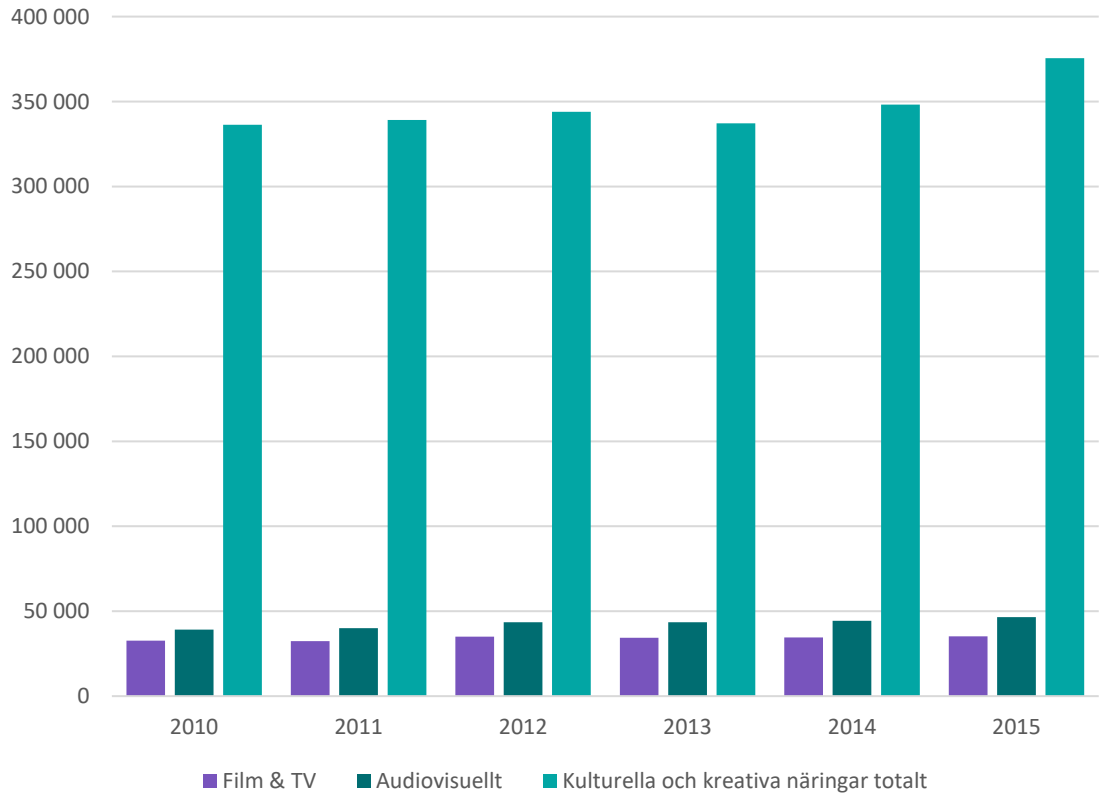
FIGUR 5.1.6 Omsättning i miljoner kronor i branschkategorin Film & TV fördelat på SNI-koder, 2010-2015



Kommentar: 60 200 Planering av TV-program och sändningsverksamhet visar ingen stapel för 2010-2014 på grund av att statistikutdraget har blivit sekretesskyddat enligt det regelverk SCB måste följa.

Källa: SCB

FIGUR 5.1.7 Omsättning i miljoner kronor i branschkategorin Film & TV, branschgruppen Audiovisuellt och kulturella och kreativa näringar totalt, 2010-2015



Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

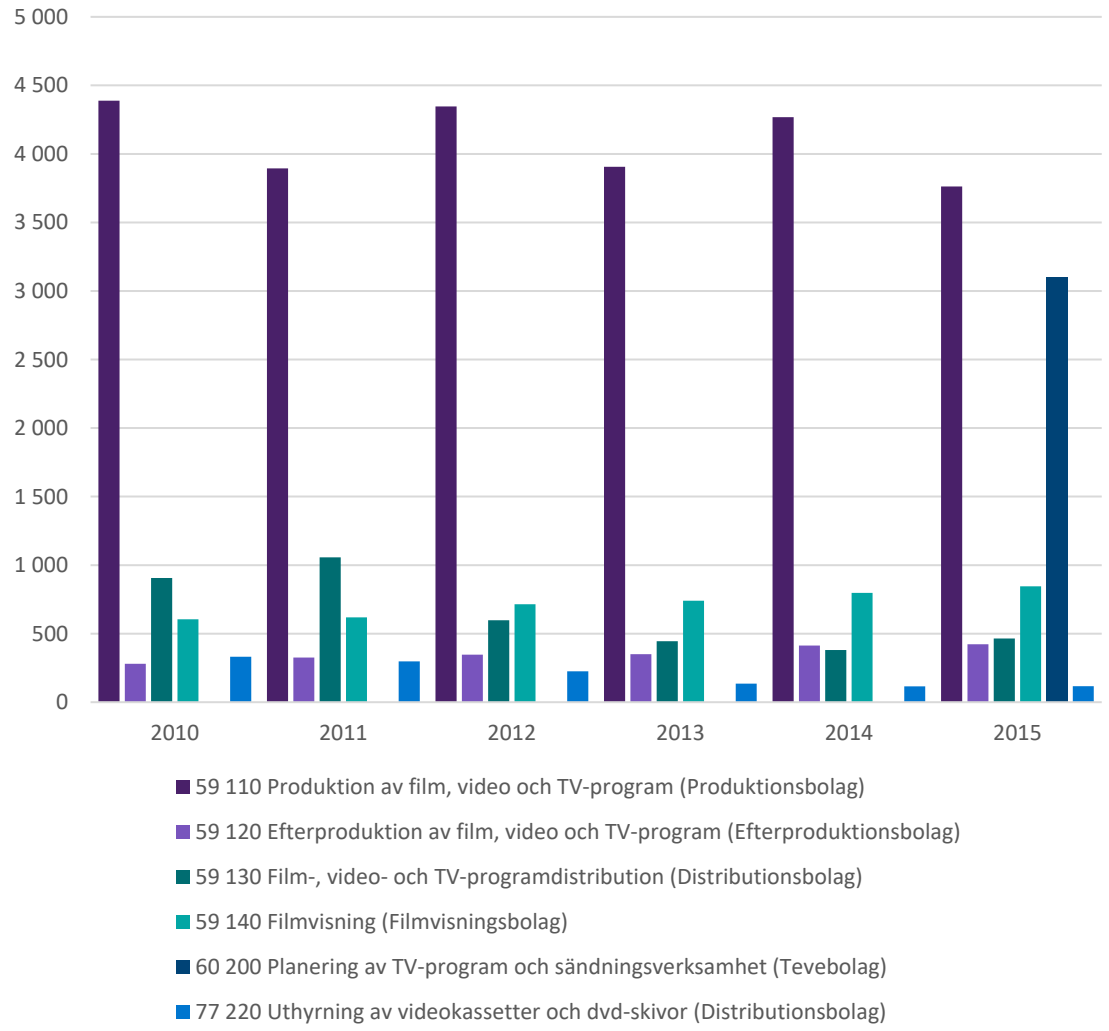
5.1.4 Förädlingsvärde – bidrag till bruttonationalprodukten

Branschkategorin ”Film & TV”:s bidrag till bruttonationalprodukten (BNP), det vill säga förädlingsvärdet, har varit relativt konstant över tid. Vi ser en svag utveckling. Detta tyder på låg tillväxt i film- och tevebranschens produktivitet, vilket kan bero på en hårdnande konkurrens eller en vikande marknad.

År 2015 stod produktionsbolagen och tevebolagen tillsammans för 79 procent av branschernas samlade förädlingsvärde.

De olika delarna inom ”Film & TV” har dock utvecklats mycket olika över tid. Efterproduktionsbolagen och biograferna hade stark tillväxt sett till förädlingsvärdet 2010–2015, vilket innebär att försäljningsvärdet på deras varor och tjänster ökade kraftigt i förhållande till de varor och tjänster som förbrukats till produktionen. Biografernas goda utveckling kan ha att göra med att de sålt fler tilläggstjänster och ökat sin kringförsäljning i samband med biobesöken.

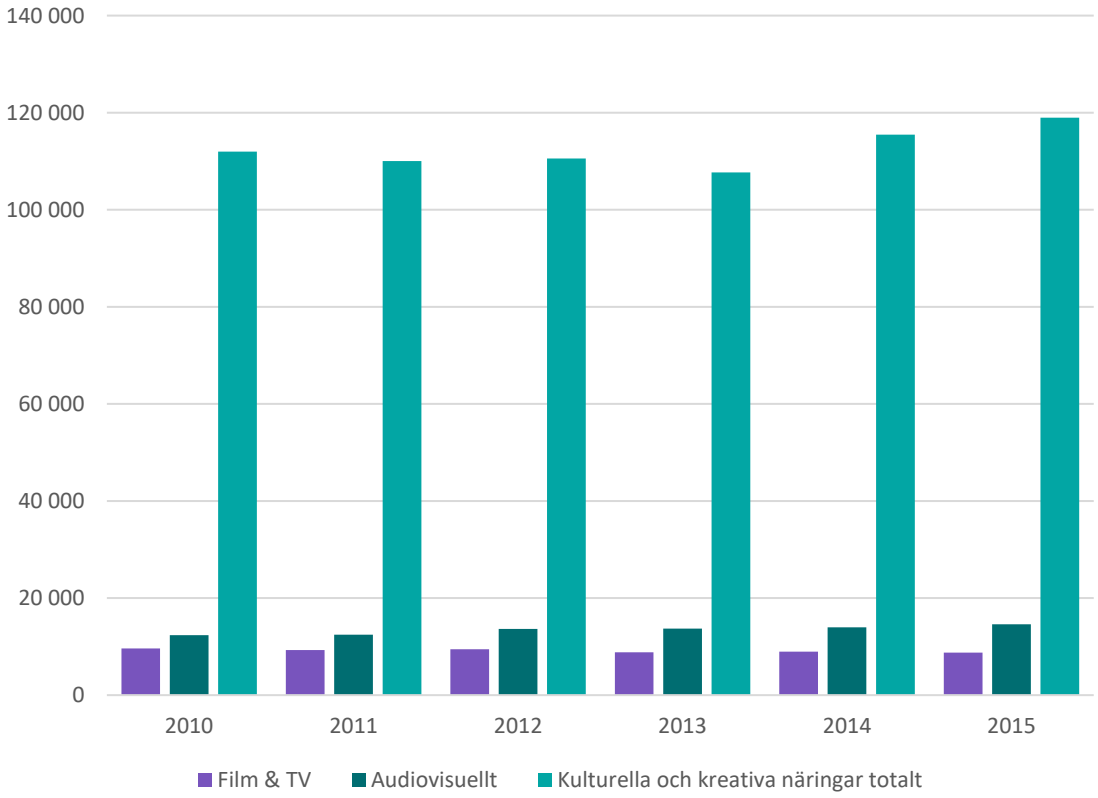
FIGUR 5.1.8 Förädlingsvärde i miljoner kronor i branschkategorin Film & TV fördelat på SNI-koder, 2010-2015



Kommentar: 60 200 Planering av TV-program och sändningsverksamhet visar ingen stapel för 2010-2014 på grund av att statistikutdraget har blivit sekretesskyddat enligt det regelverk SCB måste följa.

Källa: SCB

FIGUR 5.1.9 Förädlingsvärde i miljoner kronor i branschkategorin Film & TV, branschgruppen Audiovisuellt och kulturella och kreativa näringar totalt, 2010-2015



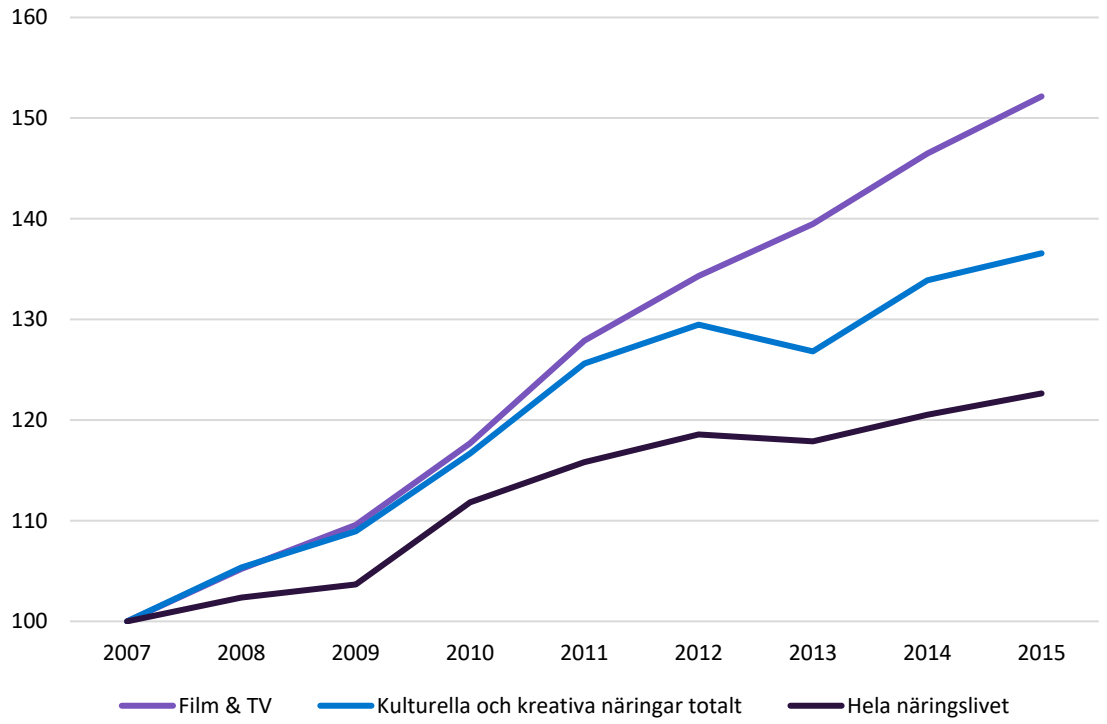
Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

5.2 Film- och tevebranschen samt kulturella och kreativa näringar jämfört med hela ekonomin

5.2.1 Antal företag

Antalet företag inom ”Film & TV” växte mycket kraftigt 2007–2015 jämfört med hela ekonomin, och jämfört med de kulturella och kreativa näringarna i stort.

FIGUR 5.2.1 Antal företag inom branschkategorin Film & TV, kulturella och kreativa näringar totalt och hela näringslivet, 2007-2015 (index 100 = år 2007)

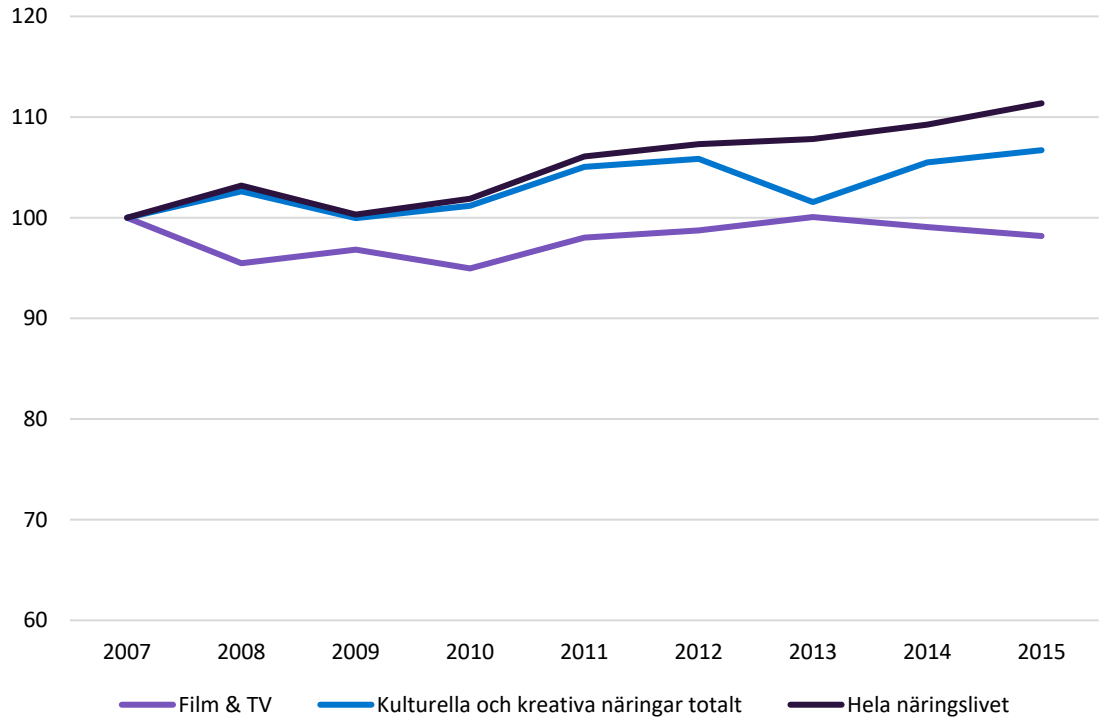


Källa: (Sweco, 2017)

5.2.2 Antal anställda

Sett till antal anställda är bilden omvänd: Företagen inom ”Film & TV” utvecklades svagt, både jämfört med de kulturella och kreativa näringarna i stort och jämfört med hela ekonomin.

FIGUR 5.2.2 Antal anställda inom branschkategorin Film & TV, kulturella och kreativa näringar totalt och hela näringslivet, 2007-2015 (index 100 = år 2007)

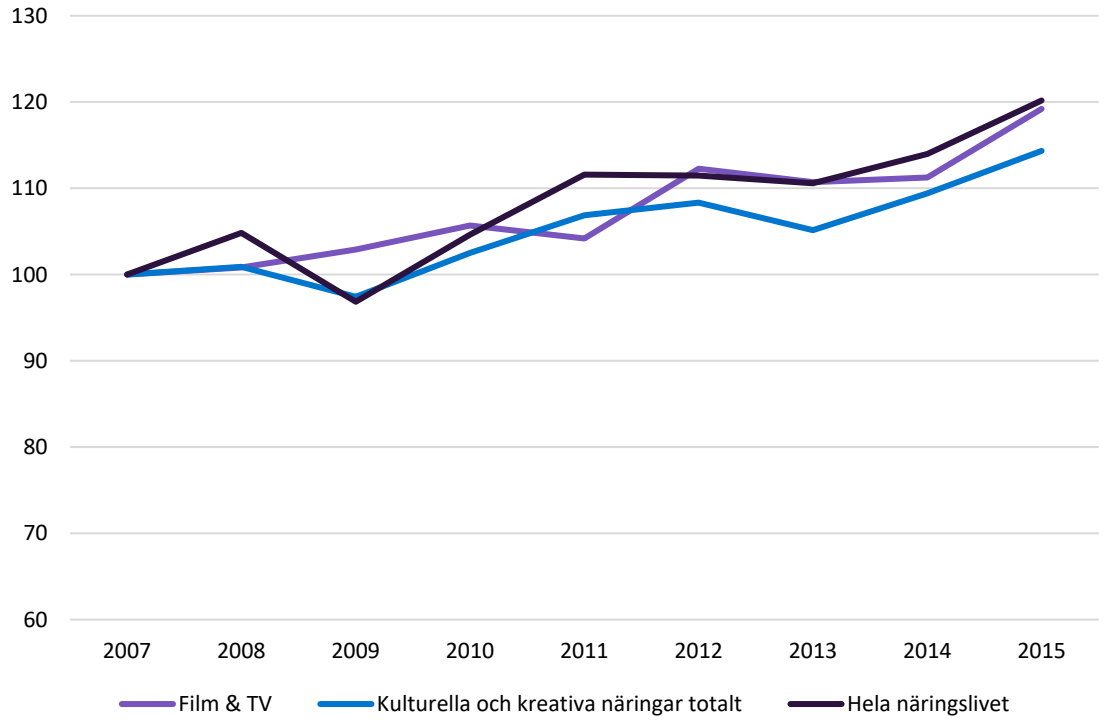


Källa: (Sweco, 2017)

5.2.3 Omsättning

Omsättningen inom ”Film & TV” följde tillväxtutvecklingen inom de kulturella och kreativa näringarna i stort och inom hela ekonomin mellan 2007 och 2015.

FIGUR 5.2.3 Omsättning i branschkategorin Film & TV, kulturella och kreativa näringar totalt och hela näringslivet, 2007-2015 (index 100 = år 2007)

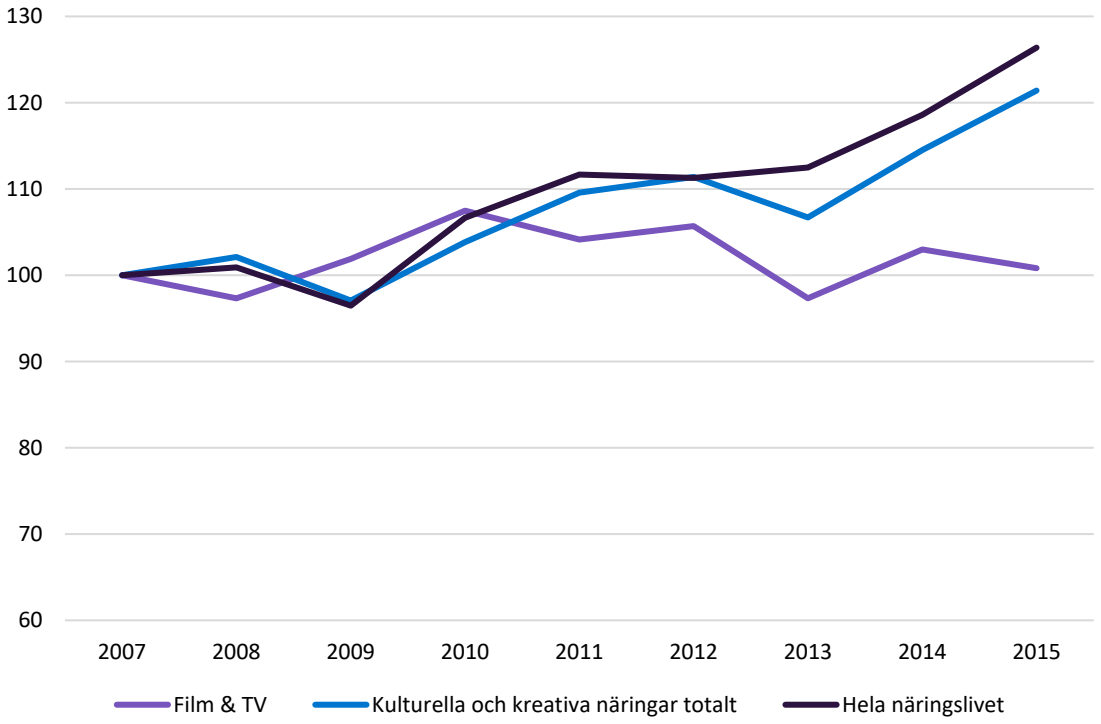


Källa: (Sweco, 2017)

5.2.4 Förädlingsvärde – bidrag till bruttonationalprodukten

Sett till bidraget till bruttonationalprodukten (BNP), det vill säga förädlingsvärdet, var tillväxten svag inom ”Film & TV” från 2010, jämfört med de kulturella och kreativa näringarna i stort och jämfört med hela ekonomin.

FIGUR 5.2.4 Förädlingsvärde i branschkategorin Film & TV, kulturella och kreativa näringar totalt och hela näringslivet, 2007-2015 (index 100 = år 2007)



Källa: (Sweco, 2017)



5.3 Djupstudie: digital efterproduktion

När vi studerar film- och tevebranschen noterar vi att tillväxten har varit exceptionellt stark inom området efterproduktion. Hur kommer det sig, och kan utvecklingen tänkas forsätta?

I området efterproduktion ingår företag som arbetar med ljud, redigering, textbearbetning, färgläggning, bildbearbetning, visuella effekter med mera.

Vid en snabb överblick tycks de flesta företag med sådana verksamheter ha brottats med låg tillväxt under många år, i likhet med film- och tevebranschen som helhet.

Efterproduktionsbolagens verksamheter tycks ha ett direkt och linjärt samband med övrig filmproduktion: Färre filminspelningar i Sverige minskar efterfrågan även på efterproduktion. Den stora tillväxtökningen tycks uteslutande vara kopplad till företag med verksamhet inom **digital efterproduktion**.

Vi har därför valt att särskilt djupstudera digital efterproduktion. Då kan vi inte använda någon grupp i SNI-systemet, som konstruerades före digitaliseringen. I stället har vi subjektivt valt ut 20 företag, som alla har verksamhet inom digital efterproduktion och i flera fall även inom digital produktion.[2]

[2] De 20 undersökta bolagen med verksamhet inom digital efterproduktion är: CAN Film AB, The Chimney Pot Sverige AB, CloudBerry Post AB, Europa Sound Production AB, FABLEfx AB, Filmgate AB, FilmLance International AB, Good film and post, Goodbye Kansas Holding AB, Haymaker AB, Important Looking Pirates AB, Lillasyster Produktion AB, Ljudbang AB, Nordic United, Ponytail Sound AB, Red Pipe Studios AB, Shoot & Post AB, Swiss International AB, Syndicate AB, och The Line AB. Dessa bolag återfinns i SNI-koderna 59 110, 59 120, 59 200, 63 110 och 73 111.

Vi valde företag som

- är spridda över hela Sverige
- är både mindre och större
- arbetar med flera olika moment inom efterproduktion.

Vi gick igenom företagens bokslut 2007–2016. Där hämtade vi uppgifter om antal anställda och nettoomsättning.

Vi jämför också resultaten från boksluten med utvecklingen i andra delar av näringslivet.

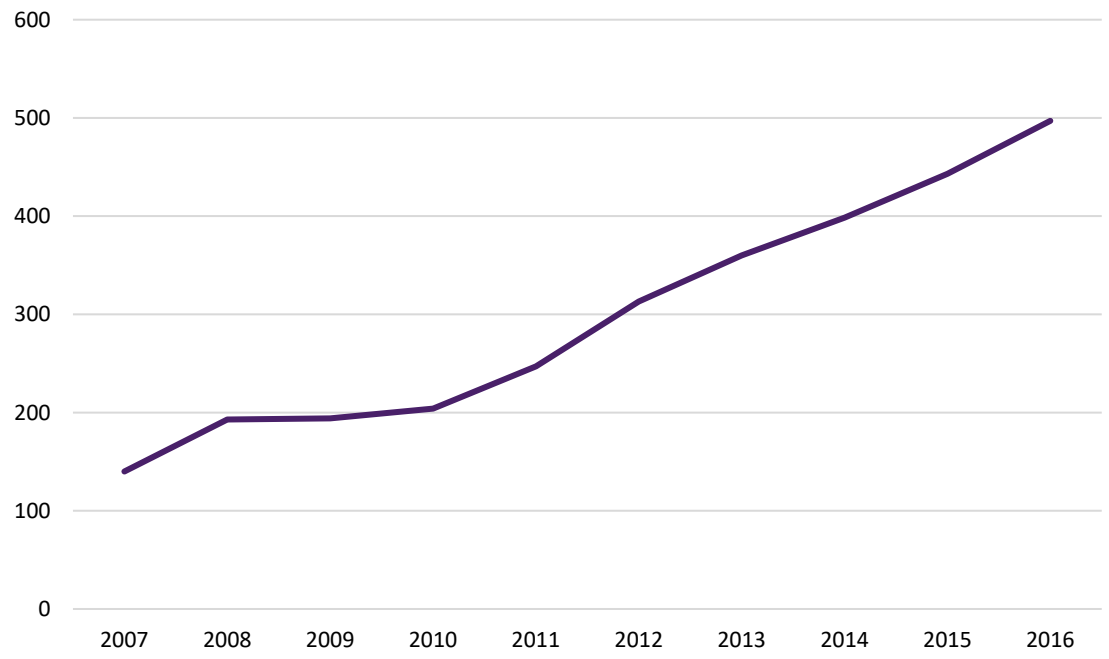
Resultaten i detta avsnitt kan dock inte rakt av jämföras med resultaten i avsnitt **5.1 Film- och tevebranschen jämfört med kulturella och kreativa näringar i stort**, eftersom vi har använt olika källor och tidsperioder.

5.3.1 Antal anställda i de 20 utvalda företagen

År 2016 hade de 20 utvalda företagen totalt cirka 500 helårsanställda – i genomsnitt 25 anställda per företag. Ett fåtal företag stod för en hög andel av de anställda. Det största företaget, Chimney Pot AB, hade drygt 300 anställda och stod därmed för 60 procent av alla anställda.

Mellan 2007 och 2016 mer än tredubblades det totala antalet anställda i de 20 företagen (se figur 5.3.1). Även om vi bortser från Chimney Pot växte antalet anställda. Medianföretaget hade dock 7 helårsanställda både 2007 och 2016, vilket visar att tillväxten främst drevs av ett mindre antal framgångsrika företag. I 3 av de 20 företagen hade antalet anställda minskat under perioden. (Sweco, 2017)

FIGUR 5.3.1 Antal anställda inom företagsgruppen digital efterproduktion, 2007-2015



Källa: (Sweco, 2017)

5.3.2 Omsättning i de 20 utvalda företagen

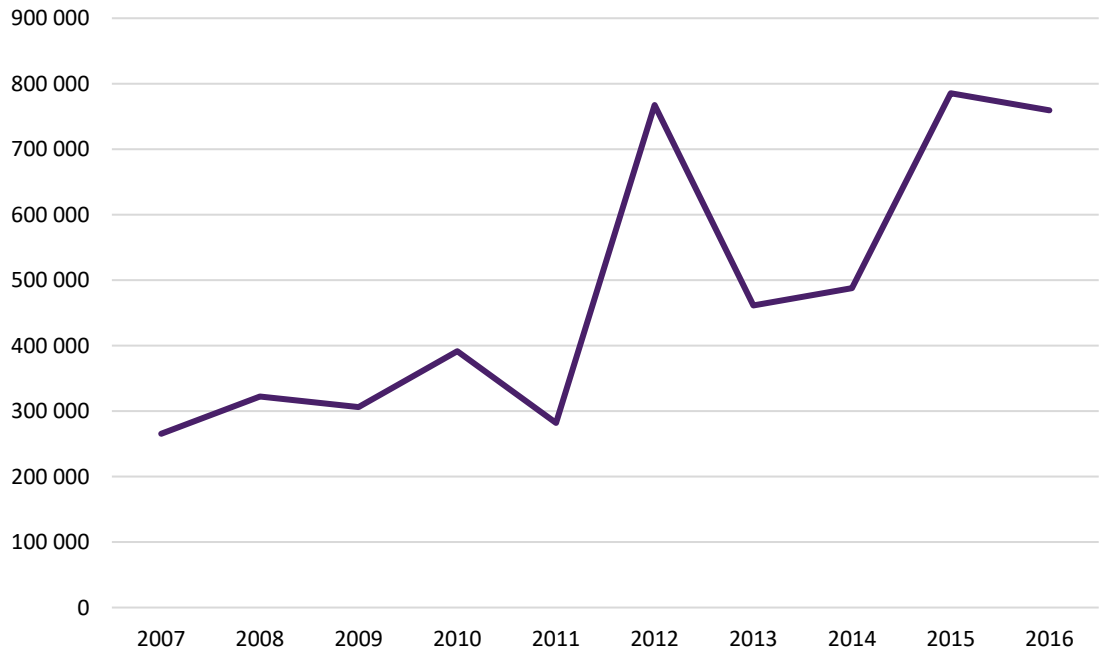
Även sett till omsättning var tillväxtutvecklingen stark. Den totala omsättningen för de 20 företagen växte från 265 miljoner kronor 2007 till 759 miljoner kronor 2016 – en tillväxt på 186 procent. Chimney Pot stod för över 40 procent av företagens totala omsättning både 2007 och 2016.

Omsättningen per företag ökade från i genomsnitt 27 miljoner kronor 2007 till 38 miljoner kronor 2016, en tillväxt på drygt 40 procent.

Den mycket kraftiga omsättningsökningen tycks framförallt vara kopplad till marknaden för visuella effekter (VFX). VFX-företag har haft hög tillväxt, medan efterproduktionsbolag överlag har brottats med låg tillväxt i många år, i likhet med film- och tevebranschen som helhet. Färre filminspelningar i Sverige minskar efterfrågan även på efterproduktion. VFX-företagen kan däremot verka även på en marknad som är fristående från filminspelningar i Sverige. (Sweco, 2017)

Utanför Sverige visar en rapport att efterproduktionen i USA vuxit med i snitt 1 procent per år, medan VFX-företagen vuxit med i snitt cirka 11 procent per år. (Fikra (B), 2017)

FIGUR 5.3.2 Omsättning i tusental kronor i företagsgruppen digital efterproduktion, 2007-2015



Källa: (Sweco, 2017)

5.3.3 Antal anställda och omsättning i de 20 utvalda företagen jämfört med andra delar av näringslivet

För att jämföra de 20 digitala företagen inom digital efterproduktion med andra delar av näringslivet, har vi valt ut de data- och digitalintensiva företagsgrupper i SNI-systemet som vi bedömer mest liknar företagen inom digital efterproduktion:

- ”Utgivning av programvara/dataspel” (SNI-kod 58.2): Företag som tillhandahåller licenstjänster och på olika sätt distribuerar och ger ut programvara och dataspel, samt utvecklar generella programvaror i samband med utgivning.

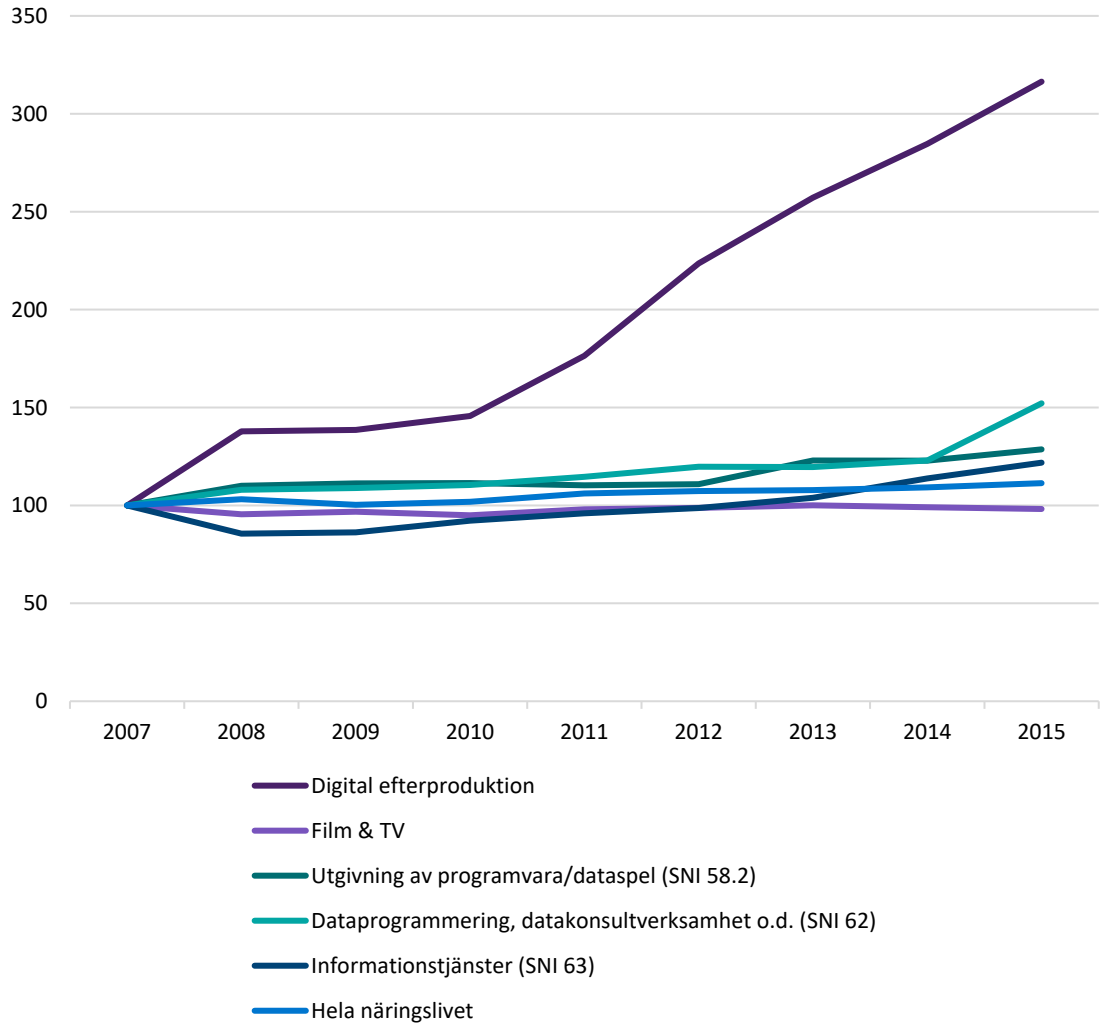
- ”Dataprogrammering, datakonsultverksamhet o.d.” (SNI-kod 62): Företag som utvecklar programvara, applikationer, databaser med mera samt erbjuder konsult- och drifttjänster inom området.
- ”Informationstjänster” (SNI-kod 63): Företag inom databehandling, webbhotell och hosting, webbstreamingtjänster och liknande. (Sweco, 2017)

I jämförelsen inkluderar vi också branschkategorin ”Film och TV” totalt (samma urval som för ”Film & TV” i avsnitt **5.1 Film- och tevebranschen jämfört med kulturella och kreativa näringar i stort**).

5.3.3.1 Antal anställda

Antalet anställda i de 20 företagen inom digital efterproduktion ökade exceptionellt mellan 2007 och 2015. Även de tre databranscherna vi bedömt som relaterade hade en stark utveckling jämfört med samtliga näringsgrenar i ekonomin. I branschen ”Dataprogrammering, datakonsultverksamhet o.d.” ökade till exempel antalet anställda med över 50 procent under perioden. Detta överskuggas dock av utvecklingen inom digital efterproduktion. En viktig förklaring är vårt snäva urval av företag. (Sweco, 2017)

FIGUR 5.3.3 Branschjämförelser i antal anställda, 2007-2015 (index 100 = år 2007)

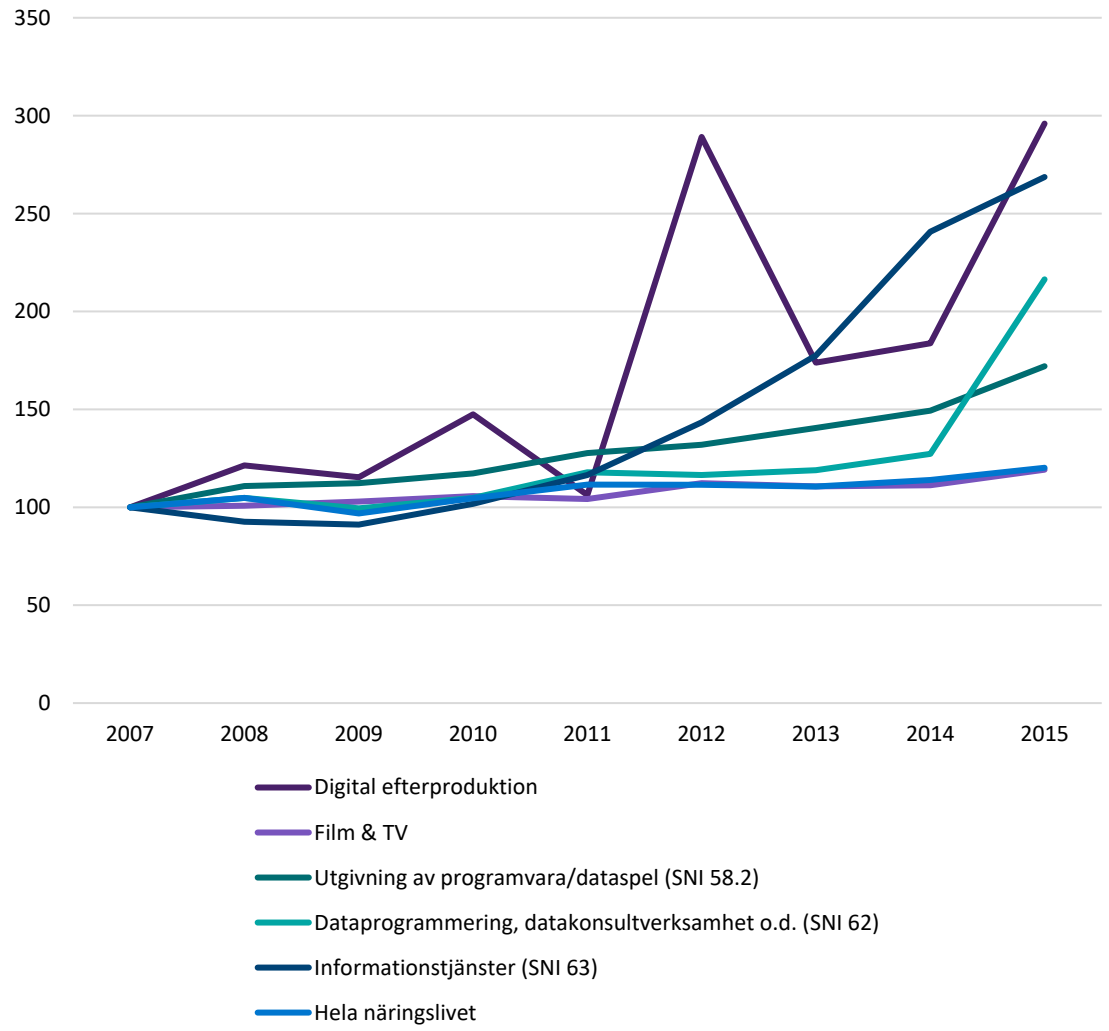


Källa: (Sweco, 2017)

5.3.3.2 Omsättning

Företagen inom digital efterproduktion tredubblade som sagt sin omsättning mellan 2007 och 2015. Figur 12 visar en liknande tillväxt i branschen ”Informationstjänster” vid utgången av 2015. Även branscherna ”Utgivning av programvara/dataspel” och ”Dataprogrammering, datakonsultverksamhet o.d.” växte betydligt mer än ekonomin i stort.

FIGUR 5.3.4 Branschjämförelser i omsättning, 2007-2015 (index 100 = år 2007)



Källa: (Sweco, 2017)

Analysen är dock inte helt representativ för företagen inom digital efterproduktion. Ett antal företag i branschen har rimligen haft en svagare utveckling än de 20 företag vi utgått från. (Sweco, 2017)



5.4 Utblick: Film- och tevebranschen i europeiska länder med produktionsincitament

European Audiovisual Observatory (EAO) är en del av Europeiska rådet och sammanställer offentlig information om de audiovisuella näringarna i Europa. År 2017 rapporterade EAO att världsmarknaden för antalet genomförda filmproduktioner hade en genomsnittlig årlig tillväxttakt på 2,7 procent de senaste 5 åren (2012–2016) –något högre än den svenska tillväxttakten på 2,2 procent.

Sett till hela EU har antalet genomförda filmproduktioner ökat varje år sedan 2012, med en årlig tillväxttakt på 2,6 procent, till 1 740 produktioner 2017.

Antalet filmproduktioner i Sverige har alltså ökat något långsammare än i EU och hela världen.

År 2014 publicerade EAO studien *Impact Analysis of Fiscal Incentive Schemes Supporting Film & Audiovisual Production in Europe*. Studien visade att

- produktionsutläggen ökade i de undersökta länderna med produktionsincitament, med i genomsnitt 9 procent per år
- tillväxten var mycket högre, 15–20 procent, i de länder som nyligen hade infört produktionsincitament, medan utvecklingen tenderade att vara svagare i länder som redan haft produktionsincitament länge och som redan producerade mycket film
- film- och teveproduktionen generellt ökar till full kapacitet omedelbart när ett land inför produktionsincitament. (Sweco, 2017)

5.4.1 Italien – drivande för tillväxten i EU

Italien har varit ett av de drivande länderna bakom tillväxten av antalet filmproduktioner i EU, med en genomsnittlig årlig tillväxttakt på 7,8 procent, rapporterar EAO. År 2016 producerades 224 filmer i landet – både de helt inhemska produktionerna och de internationella samproduktionerna ökade. Italien införde produktionsincitament 2009, och det har växt successivt. En ny lag från 2017 ökar möjligheten att få stöd ytterligare. (Sweco, 2017)

5.4.2 Spanien – kraftig ökning av inhemsk filmproduktion

Även i Spanien har antalet filmproduktioner ökat kraftigt, med en genomsnittlig årlig tillväxttakt på 8,7 procent de senaste 5 åren (EAO 2017). Framförallt har antalet inhemska produktioner ökat kraftigt. Ett antal stora teveproduktioner har även förlagts till Spanien de senaste åren, och skattereduktioner uppges ha spelat en avgörande roll. (Sweco, 2017)

5.4.3 Storbritannien – färre filmer men kraftig branschtillväxt

I Storbritannien trädde den nuvarande modellen för produktionsincitament (”Film Tax Credit”) i kraft 2007, och budgeten har successivt ökat.

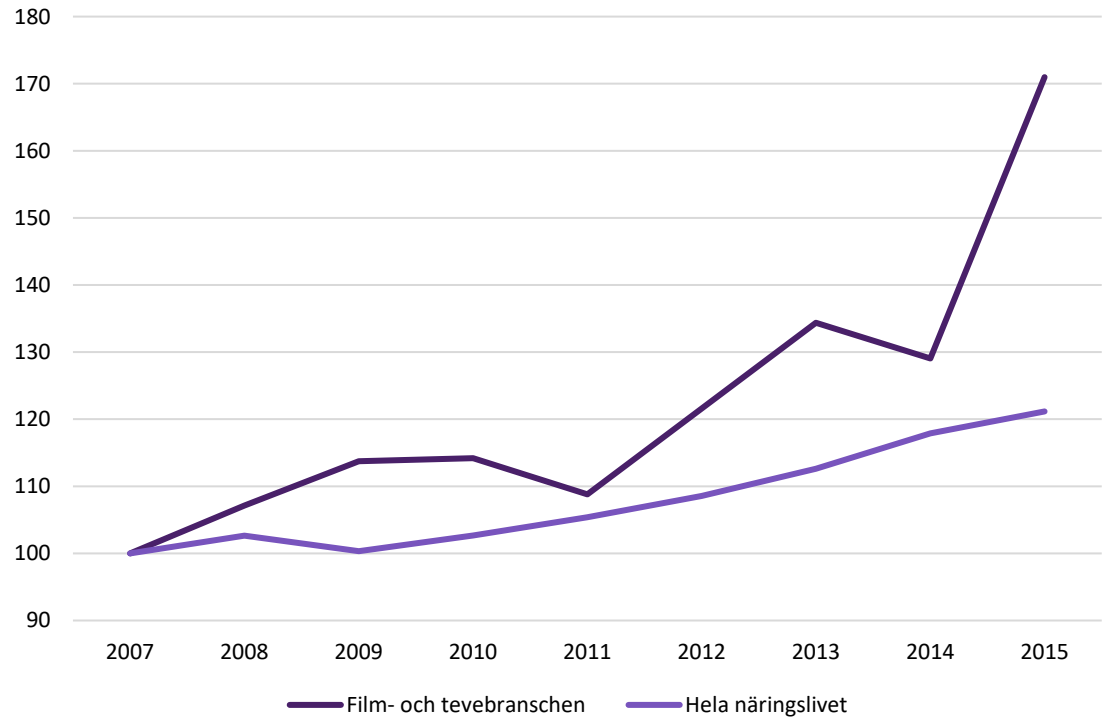
Antalet filmproduktioner har dock minskat tydligt de senaste åren, enligt EAO (2017), framförallt 2016.

I Storbritanniens officiella statistik kan vi relativt väl identifiera film- och tevebranschen, i linje med vår tidigare analys för Sverige. Vi kan se att omsättningen ökade kraftigt i Storbritanniens film- och tevebransch mellan 2011 och 2015 jämfört med Sveriges. År 2015 omsatte film- och tevebranschens tre huvudgrupper drygt 10 miljarder pund, enligt statistik från det nationella statistikkontoret (huvudgrupperna ”Film and video production”, ”Film and video distribution” och ”Film exhibition”). Branschen växte med närmare 50 procent mellan 2007 och 2015, vilket kan jämföras med den svenska tillväxten under samma period på 16 procent.

Även sett till den brittiska film- och tevebranschens bidrag till bruttonationalprodukten (BNP), det vill säga förädlingsvärdet, var tillväxten mycket god, med en ökning på över 70 procent 2007–2015. Detta kan jämföras med Storbritanniens samlade förädlingsvärde, som växte med drygt 20 procent under samma period, och med den svenska film- och tevebranschens svaga tillväxt på 1 procent.

Vi bör påpeka att 2007 var ett svagt år för den brittiska film- och tevebranschen, vilket innebär en stark procentuell utveckling från detta år. Oavsett startår är det dock tydligt att den brittiska film- och tevebranschen haft en betydligt större tillväxt än den svenska film- och tevebranschen under senare år, både sett till marknadens storlek och dess bidrag till landets BNP.

Figur 5.4.1 Förädlingsvärde i film- och tevebranschen och hela näringslivet i Storbritannien, 2007-2015 (index 100 = år 2007)



Källa: Sweco

Om vi delar in siffrorna efter delbranscher ser vi att distributionsbolagen har drivit den gynnsamma utvecklingen inom film- och tevebranschen i Storbritannien. Tillväxten har varit låg för produktionsbolag och efterproduktionsbolag – en tydlig skillnad mot Sverige där marknaden för framförallt efterproduktion har vuxit kraftigt. Samtidigt stod efterproduktionen i Storbritannien för drygt 13 procent av film- och tevebranschens omsättning, mot endast 3 procent i Sverige. Även om definitionerna av delbranscherna kan skilja sig åt mellan länderna tyder det på en betydligt större och mer mogen marknad för efterproduktion i Storbritannien än i Sverige. (Sweco, 2017)

6 Analys: Filmens konkurrensvillkor

I det här kapitlet belyser vi förutsättningarna för att genomföra filminspelningar i Sverige i dag, och vilka samhällsekonomiska effekter filminspelningarna har haft fram till nu.

Regeringen har meddelat att ett eventuellt svenskt produktionsincitament i första hand ska analyseras ur ett näringspolitiskt perspektiv. (Närings- och kulturdepartementen, 2016)

Den nationella näringspolitikens mål är främst att stärka den svenska konkurrenskraften och skapa gynnsamma förutsättningar för att driva företag. Vi analyserar därför dagens situation för filminspelningar ur detta perspektiv.

Det främsta målet för statens regionala tillväxtpolitik är vidare ”utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft” (Regeringskansliet, 2015). Regeringen har fastslagit att varje regions attraktionskraft är en viktig utgångspunkt både för stärkt konkurrenskraft och i det regionala tillväxtarbetet. Vi analyserar därför dagens situation för filminspelningars regionala påverkan ur detta perspektiv.

6.1 Den svenska film- och teve-branschens konkurrenskraft

6.1.1 Svag utveckling de senaste åren

Film- och tevebranschen går igenom stora förändringar och möter stora utmaningar, som beskrivet i tidigare kapitel. De senaste åren har utvecklingen varit svag sett till det totala antalet sysselsatta i den svenska film- och tevebranschen, och sett till branschens samlade bidrag till bruttonationalprodukten (BNP), det vill säga förädlingsvärdet, som varit relativt konstant över tid.

Marknaden har visserligen vuxit för produktionsbolagen, som utgör den största delen av film- och tevebranschen. Men förädlingsvärdet har utvecklats svagt, vilket tyder på att produktiviteten inte har ökat mycket – och att konkurrenskraften därmed varit svag. År 2015 stod produktionsbolagen för 79 procent av branschens samlade förädlingsvärde. (Sweco, 2017)

6.1.2 Största hindret: att finansiera filmproduktionerna

Produktionsbolagens verksamhet kräver ofta stora utlägg i början. Samtidigt kommer vinsterna ofta sent. Detta innebär höga risker. De små och mellanstora företagen tycks därför ha mycket svårt att hitta lämplig privat finansiering. Det kan till exempel vara svårt att få låna pengar till produktionen innan produktionen kan betalas av marknaden. Därmed begränsas företagens produktutveckling av ett för litet rörelsekapital.

Samtidigt är det avgörande för framgång i filmbranschen att kunna agera och konkurrera internationellt under förproduktionsfasen, eftersom det är då man efterfrågar och avtalar om finansiering och partnersamarbeten. Alla produktionsbolag vi kontaktat ser svårigheterna att finansiera produktionerna som sitt största hinder. Situationen blir ännu svårare av den upplevt snedvridna konkurrensen på grund av existerande produktionsincitament i resten av Europa, i kombination med höga löner och höga priser i Sverige. De största svenska konkurrensfördelarna upplevs vara tillgången till kompetenta filmarbetare, den goda kvaliteten hos svenskt drama och Sveriges unika miljöer. Dessa styrkor skulle kunna innebära goda förutsättningar att producera många svenska filmer och samtidigt locka utländska filmbolag. Men de intervjuade aktörerna upplever allt oftare att de svenska styrkorna inte väger upp de höga kostnader som produktion i Sverige innebär.



Eftersom utvecklingsstadiet i produktionen är svårfinansierat, har filmbolagen sällan nog med resurser för att utveckla manus. Många dramatiker och manusförfattare tycker att det är svårt att få tillräckligt betalt för sitt arbete. Det uppstår en ond cirkel där produktionsbeslut forceras fram, trots att manuset inte är färdigt, vilket skadar projektet i slutändan.

De intervjuade nämner också en brist på till exempel ljudtekniker och ljussättare som en konkurrensnackdel. Dessa yrkesgrupper får inte samma erfarenhet som sina internationella kollegor, till följd av det låga antalet produktioner i Sverige. Många produktionsbolag tvingas därför rekrytera utländsk arbetskraft. (BCG, 2017)

6.1.3 Nya distributionskanaler slår mot distributionsbolagen

Distributionsbolagens marknader har krympt, och sysselsättningen har minskat kraftigt. Det beror antagligen mycket på nya distributionskanaler, som vod-tjänster (”video på beställning”) och piratkopiering. (Sweco, 2017)

6.1.4 Stark tillväxt för digital efterproduktion och biografer

Bolag inom digital efterproduktion visar däremot mycket stark tillväxt sett till förädlingsvärdet: Deras varor och tjänster har ökat kraftigt värde i förhållande till de insatsvaror som används i produktionen.

Även biograferna har haft stark tillväxt. Det kan ha att göra med att de sålt fler tilläggstjänster och ökat sin kringförsäljning i samband med biobesöken. (Sweco, 2017)

6.1.5 Stora omställningar och tuff konkurrens

Sammanfattningsvis visar analysen att marknaden totalt har vuxit, vilket visar sig genom omsättningstillväxten. Samtidigt har även antalet företag på marknaden ökat, vilket gör konkurrensen hårdare. Antalet anställda och förädlingsvärdet har haft en svag utveckling. Det är också tydligt att film- och tevebranschen håller på att förändras: Efterproduktionsbolagens tillväxt ökar till exempel kraftigt, medan distributionsbolagens marknader krymper. Personer i branschen har vittnat om stora omställningar och tuff

konkurrens på produktionsmarknaden de senaste åren. På sikt kan vi därför anta att antalet aktörer minskar.

6.2 Sveriges konkurrenskraft som inspelningsland på den internationella marknaden

Antalet filmproduktioner i Sverige har ökat något mindre än i hela EU och i hela världen. Utländska produktioner väljer bort Sverige till förmån för länder med likartade inspelningsmiljöer och lägre kostnader. Samtidigt spelas svenska filmer in i billigare länder, också när de ska skildra svenska miljöer.

6.2.1 Produktionsbolag söker kreativ kvalitet billigt – globalt

Varje film- och teve-produktion har en produktionskedja som går från idé och förproduktion till produktionsarbete inklusive inspelning och vidare till distribution och konsumtion. Den drivande och samlande aktören i denna kedja är vanligen en producent som arbetar på ett produktionsbolag. Det är detta produktionsbolag som avtalar, köper in och betalar för alla de olika varor och tjänster som behövs för att få filmen gjord. Produktionsbolaget kanaliserar filmprojektets utgifter och intäkter. Producenten har samtidigt det yttersta ansvaret för filmproduktionens kreativa och artistiska resultat (jämför avsnitt **4.2.1 Film- och tevebranschens internationella produktionskedja**).

Producenten vill alltså försöka realisera filmskaparnas kreativa vision – på ett så ekonomiskt förmånligt sätt som möjligt. Producenten bedömer därför flera parametrar innan hen väljer inspelningsland.

De kreativa förutsättningarna har betydelse: kompetens, unika miljöer att filma i med mera. När en av filmerna om Narnia skulle spelas in konkurrerade Sverige till exempel med Ukraina, Irland och Nya Zeeland om vilket kargt vinterlandskap som skulle användas. Det blev Nya Zeeland. (Sweco, 2017)



De ekonomiska förutsättningarna är också viktiga för producentens val av inspelningsland. Det gäller även för svenska producenter. Här ger vi två exempel från senare år – två filmer som utspelar sig i Sverige och är baserade på böcker av svenska författare:

1. **Gentlemen (2014):** Produktionsbolaget B-Reel valde att spela in filmen och teveserien Gentlemen i Vilnius, Litauen. Skälen var framförallt ekonomiska, trots att Litauen då inte hade några produktionsincitament. Det låga löneläget, arbetstider och lägre byggkostnader var avgörande, liksom tillgången till rätt sorts miljöer.

2. **Den allvarsamma leken (2016):** Filmen Den allvarsamma leken spelades in i Budapest, Ungern. Här var möjligheten till produktionsrabatt helt avgörande för valet av land.

Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet konstaterar därmed att:

> *Alla organisationer i alla länder som vill erbjuda sina tjänster på den internationella marknaden för filmproduktion, måste kunna konkurrera internationellt i en tidig fas. Det är avgörande för framgång, mätt i internationella investeringar i det egna landet och i antal val av inspelningsplatser i det egna landet.*

Vi kan också formulera det så här:

> *Produktionsbolags export- och internationaliseringsarbete sker redan i förproduktionsfasen, när de efterfrågar och avtalar om finansiering och partnersamarbeten.*

6.2.2 Marknadspreferensanalys: Vad vill internationella producenter ha?

6.2.2.1 Vår modell för marknadspreferensanalys

Vi har ställt oss frågorna:

- Vilka faktorer väger internationella producenter in, och vad är viktigast, när de väljer inspelningsplats? Kan vi visualisera hur producenter balanserar mellan kreativ vision och ekonomi?
- Kan vi på något sätt beräkna hur Sverige placerar sig som inspelningsland på den internationella marknaden?

För att svara på frågorna har vi analyserat marknadspreferenser hos internationella producenter som är intresserade av att spela in i europeiska länder. Så här gick analysen till:

1. Vi ställde frågorna till internationella producenter och internationella filmkommissionärer, i en kombination av enkätundersökning och djupintervjuer.

2. Vi identifierade producenternas viktigaste argument för att välja inspelningsland.

3. Vi viktade de olika argumenten, och delade in dem i två grupper som svarade mot producentens kreativa respektive ekonomiska uppdrag: *Ease of production* – de praktiska argumenten för att välja ett specifikt inspelningsland – och *Economic attractiveness* – de ekonomiska argumenten.

   Ett potentiellt inspelningsland (eller en marknad) bör försöka rankas så högt som möjligt på både skalan för *Economic attractiveness* och skalan för *Ease of*

production. Om producenter bedömer att det är för dyrt att spela in i ett visst land, så kanske det inte spelar någon roll hur tillgängligt och enkelt det är att spela in i landet. Samtidigt blir ett land aldrig maximalt konkurrenskraftigt om det finns stora hinder för att få filmen gjord, även om inspelningen är billig.

4. Vi analyserade ett antal europeiska länder, inklusive Sverige, enligt modellen vi utvecklat. Varje land fick ett antal poäng på de 100-gradiga skalorna för *Ease of production* respektive *Economic attractiveness*. (Fikra (A), 2017)



6.2.2.2 Resultat av marknadspreferensanalysen

Marknadspreferensanalysen visar hur internationella producenter ser på varje land som inspelningsplats jämfört med de andra länderna. På så sätt får vi en uppfattning om Sveriges konkurrenskraft som inspelningsland.

<u>Ease of production: jämn konkurrenskraft</u>

För *Ease of production* jämförde vi 13 länder, som vi bedömde kunde betraktas som konkurrenter till Sverige. Resultat:

- Storbritannien rankas högst.
- Sverige ligger på plats 5.
- 9 av länderna ligger mycket nära varandra på den 100-gradiga skalan. Det tyder på en relativt jämn konkurrenskraft, till exempel när det gäller etablerad infrastruktur och filmarbetare som kan leverera kvalitet.

Economic attractiveness: Sverige är sämst

För *Economic attractiveness* kunde vi jämföra fler länder, 16 stycken, eftersom vi hade tillgång till mer data. Resultat:

- Frankrike rankas högst.
- Sverige rankas lägst.
- Det är mycket stor skillnad mellan Frankrike och Sverige på den 100-gradiga skalan: mer än 50 enheter. Det tyder på en kraftigt ojämn konkurrenskraft. (Fikra (A), 2017)

FIGUR 6.2.1
Producenters rangordning av länders index för Ease of Production

Country	Score
UK	86,86
Ireland	80,18
Germany	75,48
Netherlands	73,53
Sweden	72,66
Czech Republic	72,56
Norway	70,50
Poland	69,69
Finland	69,20
Hungary	68,61
Denmark	68,04
Belgium	67,65
Lithaunia	65,47
Iceland	n/a
France	n/a
Estonia	n/a

FIGUR 6.2.2
Producenters rangordning av länders index för Economic Attractiveness

Country	Score
France	78,71
UK	65,63
Germany	63,95
Hungary	62,96
Belgium	60,33
Estonia	58,56
Ireland	57,97
Lithaunia	55,77
Iceland	55,39
Netherlands	54,90
Finland	54,41
Czech Republic	54,11
Norway	52,63
Poland	44,45
Denmark	29,97
Sweden	26,20

Källa: (Fikra (A), 2017)

6.2.3 Svenska branschaktörer: Svårt att spela in i Sverige

Våra intervjuer med svenska branschaktörer visar tydligt på en allmän upplevelse av att det blivit allt svårare att

- locka utländsk produktion till Sverige
- hålla kvar svensk produktion och talang i Sverige.

Branschaktörerna menar att Sverige helt enkelt inte står sig som inspelningsland i konkurrensen med andra, främst europeiska länder, som kan erbjuda mer attraktiva villkor på grund av produktionsincitament.

Flera branschaktörer ger konkreta exempel på utländsk produktion som de upplever har förlorats till andra länder därför att Sverige inte har något produktionsincitament. Ett aktuellt exempel är den brittiska filmen *Snömannen*. Ett annat är HBO:s teveserie *Game of Thrones*, som kunde ha gett 30 inspelningsdagar på Gotland.

De som konkurrerar direkt med Sverige är främst länder med liknande miljöer eller infrastruktur, som tack vare produktionsincitament kan erbjuda ett pris som de svenska konkurrensfördelarna inte väger upp, uppfattar branschaktörerna. De nämner Irland och Belgien, östeuropeiska länder med låga priser och löner samt de geografiskt närbelägna länderna Finland och sedan 2016 även Norge, som nyligen infört produktionsincitament. (BCG, 2017)

6.2.4 Svenska branschaktörer och offentliga organisationer kan använda marknadspreferensanalysen som verktyg

Svenska branschaktörer och offentliga organisationer kan med fördel använda vår marknadspreferensanalys för att få veta mer om vad den internationella marknaden söker i Sverige, och hur svenska aktörer skulle kunna stärka sin konkurrenskraft för att attrahera fler filminspelningar (se **6.2.2 Marknadspreferensanalys: Vad vill internationella producenter ha?**). Här finns flera relevanta fakta om vilka faktorer internationella producenter värdesätter mest i olika erbjudanden. Det går också att se vad som skiljer sig i efterfrågan mellan till exempel amerikanska och europeiska producenter.

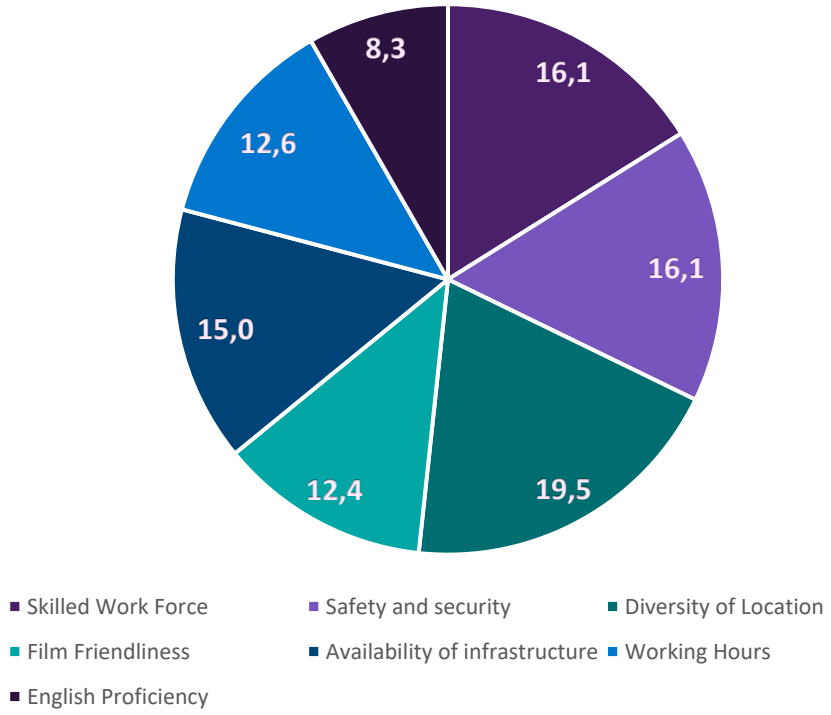
6.2.4.1 Ease of production: Vad värderar producenterna högst?

Marknadspreferensanalysen visar att internationella producenter tycks uppleva relativt små skillnader mellan länderna när det gäller *ease of production*. Det här tycker producenterna är viktigast:

1. utbud av miljöer (nära 20 procent)
2. tillgång på kompetens samt säkerhet (båda drygt 16 procent)
3. tillgång på infrastruktur (15 procent)
4. arbetstider (knappt 13 procent)
5. inspelningsvänlighet (drygt 12 procent)
6. kunskaper i engelska (drygt 8 procent).

Producenternas prioriteringar beror dock mycket på deras bakgrund och den aktuella produktionen. Amerikanska producenter värderar till exempel säkerhet högre än andra, och producenter med stora budgetar värderar tillgång på kompetens högre. (Fikra (A), 2017)

FIGUR 6.2.3 Producenters viktning av beslutskriterier i gruppen Ease of Production



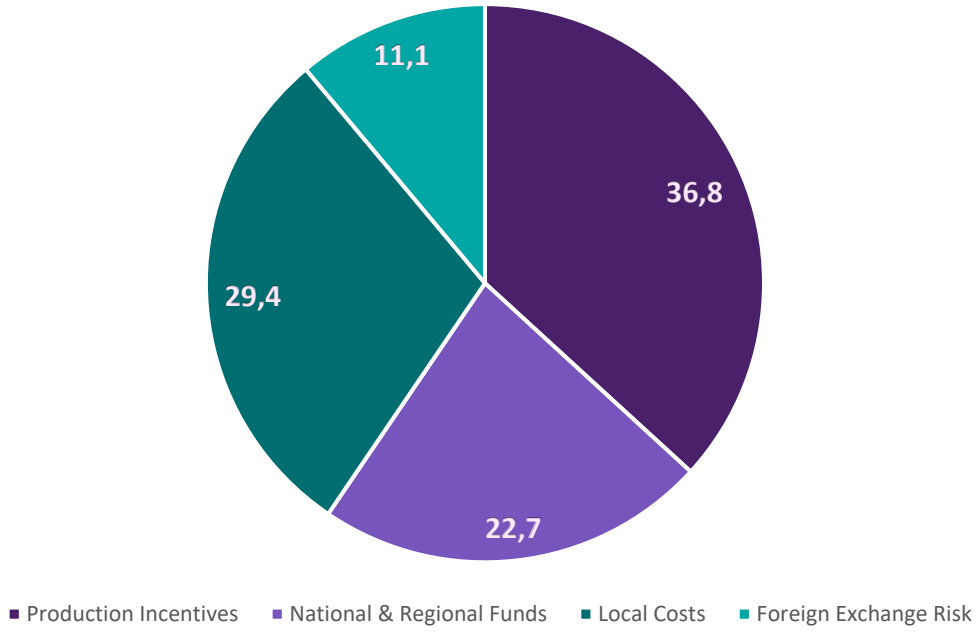
Källa: (Fikra (A), 2017)

6.2.4.2 Economic attractiveness: Vad värderar producenterna högst?

För produktionsbeslut som gäller *economic attractiveness* går en stark skiljelinje mellan länder med och utan produktionsincitament. Det här tycker producenterna är viktigast:

1. produktionsincitament (nära 37 procent)
2. lokala kostnader (drygt 29 procent)
3. nationella och regionala filmfonder (knappt 23 procent)
4. valutarisken (drygt 11 procent). (Fikra (A), 2017)

FIGUR 6.2.4 Producenters viktning av beslutskriterier i gruppen Economic Attractiveness



Källa: (Fikra (A), 2017)

6.2.4.3 Vill du veta mer om vad marknaden efterfrågar?

Vi går inte närmare in på marknadspreferensanalysen i den här rapporten. Det beror på att dess resultat inte är direkt kopplade till frågan om produktionsincitament. Men du som vill veta mer om din marknad kan läsa rapporten *I huvudet på en producent* (se bilaga 2). Den är skriven av analysföretaget Fikra, som vi har låtit göra marknadspreferensanalysen genom.

Mot slutet av vårt rapportarbete har vi också förstått att det finns en efterfrågan på ”grön film” eller ”hållbar film”. Några branschaktörer menar att möjligheten att erbjuda miljövänliga eller miljömärkta inspelningsmiljöer är på väg att bli ett allt viktigare konkurrensmedel. Tyvärr har vi inte kunnat göra någon analys som belägger eller nyanserar denna uppfattning. Men vi noterar att Film i Väst publicerade rapporten *Hållbar filmproduktion* 2017.

6.3 Filminspelningars bidrag till den övriga ekonomin

6.3.1 Ökad efterfrågan – kvantitativ analys

Vi har velat bedöma empiriskt hur filminspelningar i Sverige skapar efterfrågan i Sverige, det vill säga hur mycket en filminspelning påverkar näringslivet runt omkring näringsgruppen ”Film & TV”. I Sverige saknas dock statistik för filminspelningarnas bidrag till ekonomin. Vi måste därför utgå från olika film- och teveprojekts produktionsbudgetar, även om detta är ett trubbigt verktyg.

För att få en uppfattning om en filminspelnings effekter studerade vi budgeterade inköp för ett antal produktioner. Vi fördelade inköpen på fyra kostnadsområden som är centrala i planeringen av film- och teveproduktion:

- **Kärnkostnader för film- och teveproduktion**, till exempel kostnader för produktionspersonal, studio- och kamerateknik, rättigheter, manus, scenografi, kostym och konstnärlig personal. Dessa kostnader berör främst verksamheter som sannolikt motsvarar företag i näringsgruppen ”Film & TV”, men även verksamheter som sannolikt motsvarar företag i näringsgrupperna ”Litterärt och konstnärligt skapande”, ”Bild och form” och ”Scenkonst”.

- **Kringkostnader för film- och teveproduktion**, till exempel kostnader för musik, reklam, litteratur, mode, design och viss digital produktion. Dessa kostnader berör främst verksamheter som sannolikt motsvarar företag i näringsgruppen ”Kulturella och kreativa näringar”, men även verksamheter som sannolikt motsvarar företag i näringsgruppen ”Film & TV”.

- **Kringkostnader för resor, boende och mat**. Dessa kostnader berör främst verksamheter som sannolikt motsvarar företag i näringsgruppen ”Besöksnäring”.

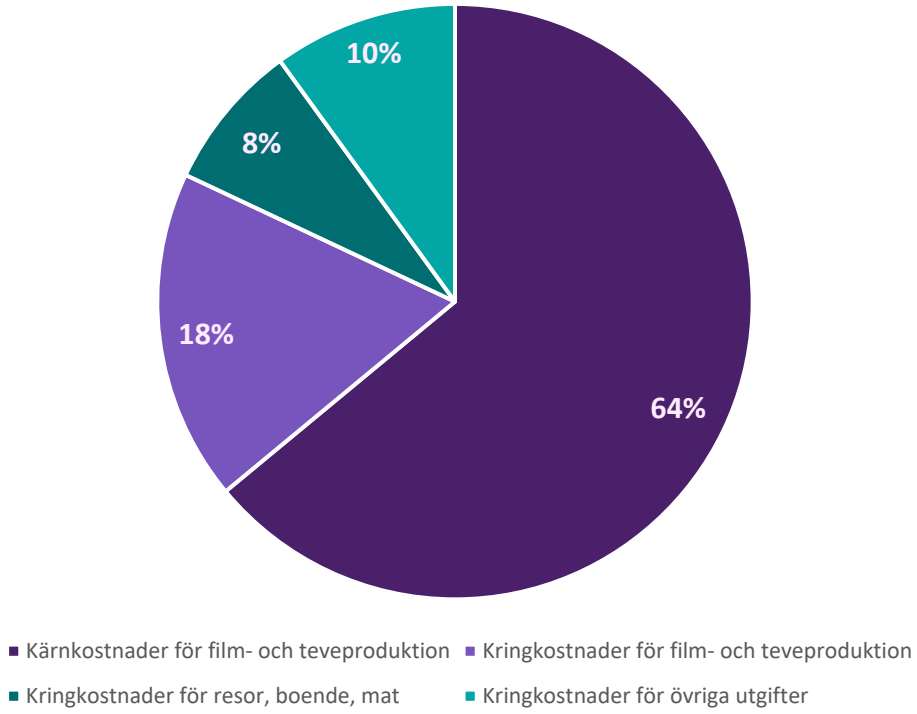
- **Kringkostnader för övriga utgifter**, till exempel kostnader för transporter och lokaler.



Vi började med att analysera budgeterade inköp för 9 svenska filmer som producerades 2015–2016, med en budget på över 25 miljoner kronor. Genomsnittsbudgeten för dessa filmproduktioner var 40 miljoner kronor, och det sammanlagda beloppet 360 miljoner kronor.

Vi redovisar analysresultatet i figur 6.3.1.

FIGUR 6.3.1 Budgeterade inköp via nio filmproduktioner fördelat på kostnadsområden



Källa: (Fikra (B), 2017)

Vi konstaterar att 64 procent av produktionsbolagens budgetar gällde kärnkostnader för att producera filmen. 18 procent gällde kringkostnader från framförallt kulturella och kreativa näringar. 8 procent gällde kostnader från turism- och besöksnäringen – kostnader för resor, boende och mat. (Fikra (B), 2017)

6.3.1.1 Filminspelningar i Sverige har mycket stor betydelse för de kulturella och kreativa näringarna

De flesta branschområden i hela det svenska näringslivet har en viss direkt eller indirekt effekt på kulturella och kreativa näringar, och vice versa. Byggbranschen använder till exempel arkitekter, och i fordonsindustrin är design en viktig del. Men de flesta sådana utbyten sker sannolikt endast med en eller kanske två av delbranscherna i de kulturella och kreativa näringarna. Film- och tevebranschen påverkar däremot i princip alla övriga delbranscher i de kulturella och kreativa näringarna, och vice versa, både direkt och indirekt.



Det går inte att säga utifrån figur 6.3.1 hur stor del av den genomsnittliga produktionsbudgeten som gick till kulturella och kreativa näringar. Flera verksamheter i gruppen kärnkostnader var sannolikt SNI-registrerade som andra typer av kulturella och kreativa näringar än ”Film & TV”. På samma sätt var sannolikt en mindre del verksamheter i gruppen kringkostnader SNI-

registrerade inom ”Film & TV”, även om huvuddelen tycks vara kulturella och kreativa näringar.

Vi bedömer att minst 20 procent av de budgeterade kostnaderna rimligen kan tänkas ha gällt verksamheter inom kulturella och kreativa näringar som inte ingår i ”Film & TV”.

Siffran 20 procent kan eventuellt ge intryck av att filmproduktion inte påverkar övriga kulturella och kreativa näringar ekonomiskt särskilt mycket. Men om vi sätter den köpkraften i relation till bruttonationalprodukten (BNP), så blir det tydligt att filmproduktion tycks påverka omsättningen i övriga kulturella och kreativa näringar kraftigt. Vi jämför alltså, enligt klassisk ekonomisk teori, de 20 procent av en filmproduktions budget som vi bedömer läggs på kulturella och kreativa näringar med de kulturella och kreativa näringarnas samlade bidrag till BNP.

BNP är ett ekonomiskt mått på det sammanlagda förädlingsvärdet av alla varor och tjänster som produceras i ett land under ett år.

De kulturella och kreativa näringarnas bidrag till BNP, exklusive offentliga verksamheter, var i genomsnitt 2,97 procent år 2010–2015, enligt Kreametern (svensk nationell statistik om kulturella och kreativa näringar) (Tillväxtverket, 2017).

För att jämförelsen ska bli helt rättvisande måste vi nu räkna bort film- och tevebranschens del av de kulturella och kreativa näringarnas bidrag till BNP. Det totala beloppet av alla de kulturella och kreativa näringarnas bidrag till BNP var 118 998 miljoner kronor 2015, exklusive offentliga verksamheter. De kulturella och kreativa näringarnas bidrag till BNP minus näringsverksamhet i film- och tevebranschen var 110 249 miljoner kronor 2015, exklusive offentliga verksamheter. Det senare beloppet motsvarar 2,64 procent av BNP 2015.

Vi kan nu räkna ut att 20 procent är nära 7 gånger så mycket som 2,64 procent. Det betyder att för varje krona som en filminspelning omsätter kan det vara så att de övriga kulturella och kreativa näringarnas andel av BNP ökar med 7 gånger, vid en oförändrad BNP och med alla andra värden lika (så kallad ceteris paribus).

Hade filmproduktioners andel köp från övriga kulturella och kreativa näringar mätt i procent varit lika stor som de kulturella och kreativa näringarnas, exklusive film- och tevebranschens bidrag till BNP, det vill säga 2,64 procent, så hade alltså de övriga kulturella och kreativa näringarnas bidrag till BNP inte förändrats alls. Och hade filmproduktioners andel köp från övriga kulturella och kreativa näringar mätt i procent varit mindre än de kulturella och kreativa näringarnas, exklusive film- och tevebranschens bidrag till BNP, det vill säga under 2,64 procent, så hade de övriga kulturella och kreativa näringarna vuxit mindre än den övriga ekonomin.

Därmed kan vi dra slutsatsen att övriga kulturella och kreativa näringar påverkas mycket negativt när nu allt färre filmer spelas in i Sverige, och det kommer att bli ännu värre.

6.3.2 Ökad efterfrågan på tjänster från andra näringar – tre fallstudier

Vi går vidare med att belysa hur en film- eller teveproduktion kan påverka näringslivet runt omkring beroende på filmgenre och medium. Vi har gjort tre fallstudier, av olika karaktär. Dessa tre produktioner ingår inte bland de nio produktioner vi analyserat i figur 6.3.1. I fallstudierna analyserade vi projektens budget, och inte deras slutliga utfall.

Även här studerade vi budgeterade inköp och fördelade dem på de fyra kostnadsområdena kärnkostnader, kringkostnader för film- och teveproduktion, kringkostnader för resor, boende och mat samt kringkostnader för övriga utgifter.

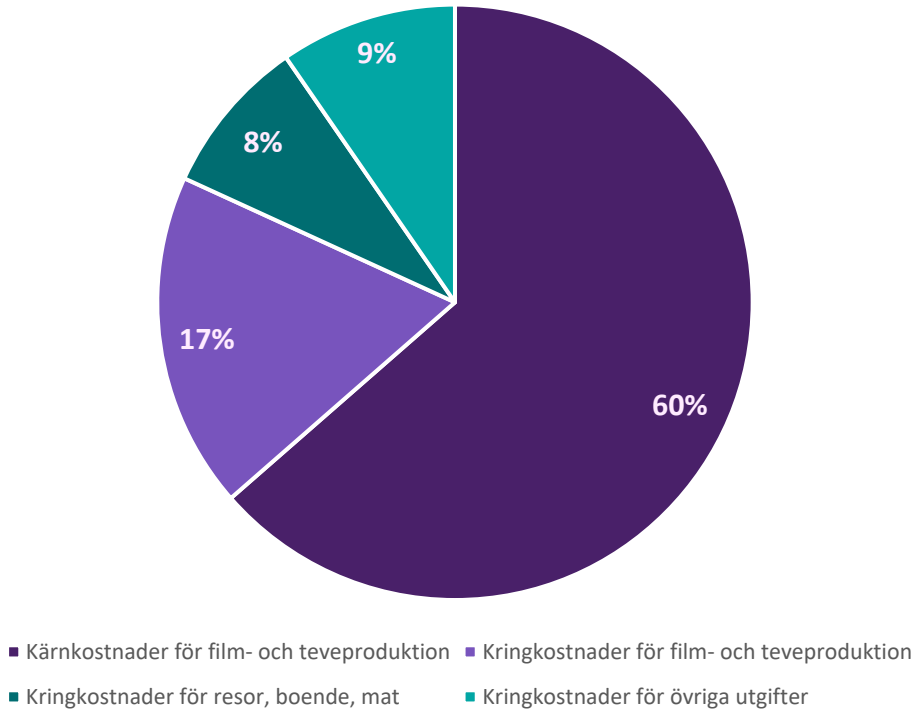
Vi konstaterar att fallstudierna ger en liknande bild som den samlade analysen av 9 filmer. Film- och teveproduktion tycks påverka omsättningen i övriga kulturella och kreativa näringar kraftigt. Den tycks också påverka omsättningen i besöksnäringen (resor, mat och boende).

6.3.2.1 Exemplet Tommy (lång spelfilm)

Tommy kan betraktas som en relativt genomsnittlig svensk film när det gäller budget och utgiftsfördelning. Det är en svensk thriller om efterspelet till ett rån.

- **Genre:** Lång spelfilm.
- **Inspelning:** Huvuddelen av filmen spelades in i Luleå och Boden, orter som får föreställa Stockholm, men man spelade också in i Stockholm och Göteborg, cirka 5 dagar vardera. Totalt 10 inspelningsveckor.
- **Budget:** 26 miljoner kronor.
- **Premiär:** våren 2014. (Fikra (B), 2017)

FIGUR 6.3.2 Budgeterade inköp via filmproduktionen Tommy fördelat på kostnadsområden



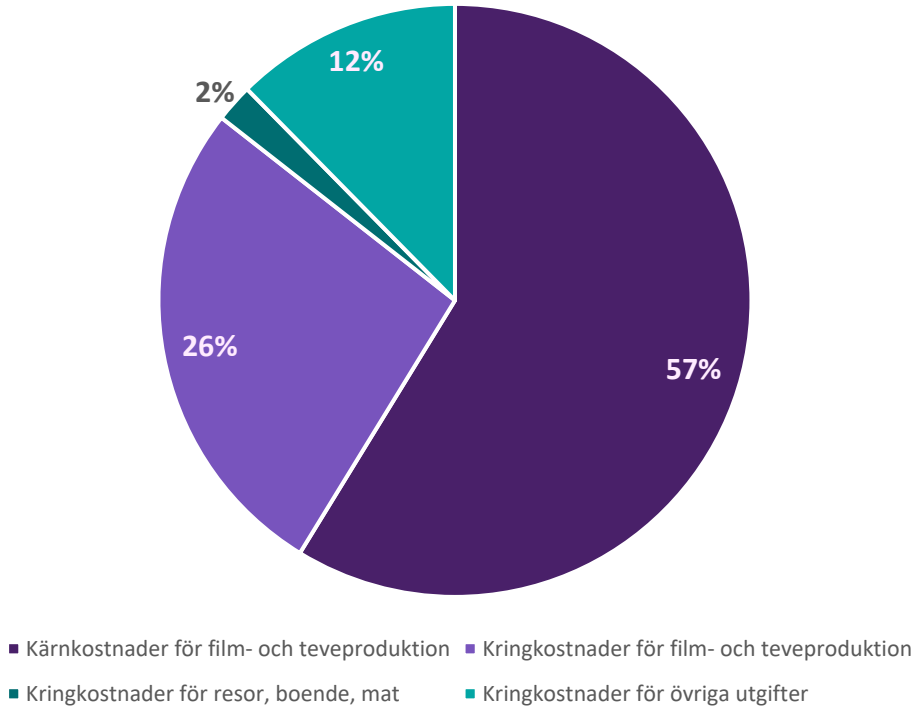
Källa: (Fikra (B), 2017)

6.3.2.2 Exemplet Swoon (lång spelfilm)

Swoon är ett historiskt drama, en berättelse om förbjuden kärlek och ett krig mellan två familjer under andra världskriget. Filmen är en ovanlig produktion för svenska förhållanden. Produktionen har relativt mycket visuella effekter och hade mycket kostymarbete. Musik är också en integrerad del av berättelsen. Filmen har i huvudsak spelats in utanför Sverige inklusive arbete med specialeffekter. Exemplet illustrerar hur filmproduktion kan påverka näringsverksamheter även utanför det egna produktionslandets gränser.

- **Genre:** Lång spelfilm.
- **Inspelning:** 4 dagar i Stockholm, 28 dagar i Budapest. Visuella effekter i Belgien. Detta är ett typiskt exempel på mobil filmproduktion.
- **Premiär:** Filmen är under produktion och väntas få premiär 2018.
- **Budget:** 50–60 miljoner kronor. (Fikra (B), 2017)

FIGUR 6.3.3 Budgeterade inköp via filmproduktionen Swoon fördelat på kostnadsområden



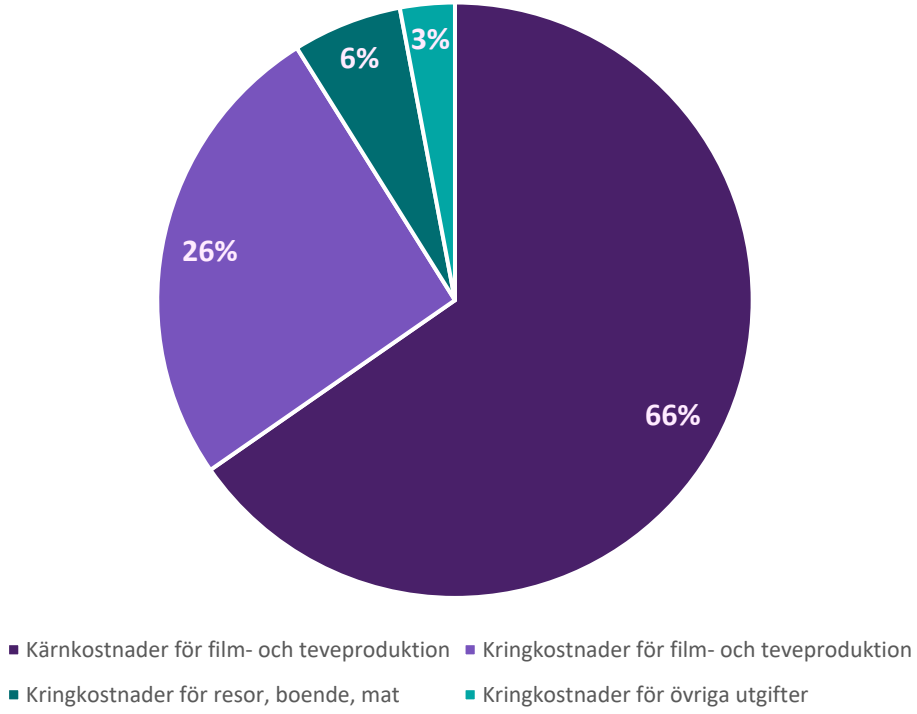
Källa: (Fikra (B), 2017)

6.3.2.3 Exemplet Innan vi dör (dramateveserie)

Innan vi dör är en svensk teveserie i 10 delar om starka familjeband, brutal maktkamp i den undre världen och personliga offer. Mycket av musiken var specialkomponerad för teveserien.

- **Genre:** Dramateveserie.
- **Inspelning:** Stockholm (inklusive efterproduktion).
- **Sändes:** 2017.
- **Budget:** 80–100 miljoner kronor. (Fikra (B), 2017)

FIGUR 6.3.4 Budgeterade inköp via teveproduktionen Innan Vi Dör fördelat på kostnadsområden



Källa: (Fikra (B), 2017)

6.3.3 Ökad konkurrenskraft för företag inom kulturella och kreativa näringar – kvalitativ analys

Vi har konstaterat att filminspelningar genererar en mycket hög efterfrågan inom övriga kulturella och kreativa näringar. Vi har också visat att det sker transaktioner mellan film- och tevebranschen och i princip alla övriga delbranscher i de kulturella och kreativa näringarna.

Vi har därför ställt oss frågan: Vad består denna efterfrågan i mer konkret – vad är det som köps och varför?

Här gör vi en särskild djupanalys av frågan. Vi undersöker de delar av de kulturella och kreativa näringarna som vi sett har allra störst koppling till film- och tevebranschen. Informationen bygger på samtal med representanter som har gedigen kunskap om sin

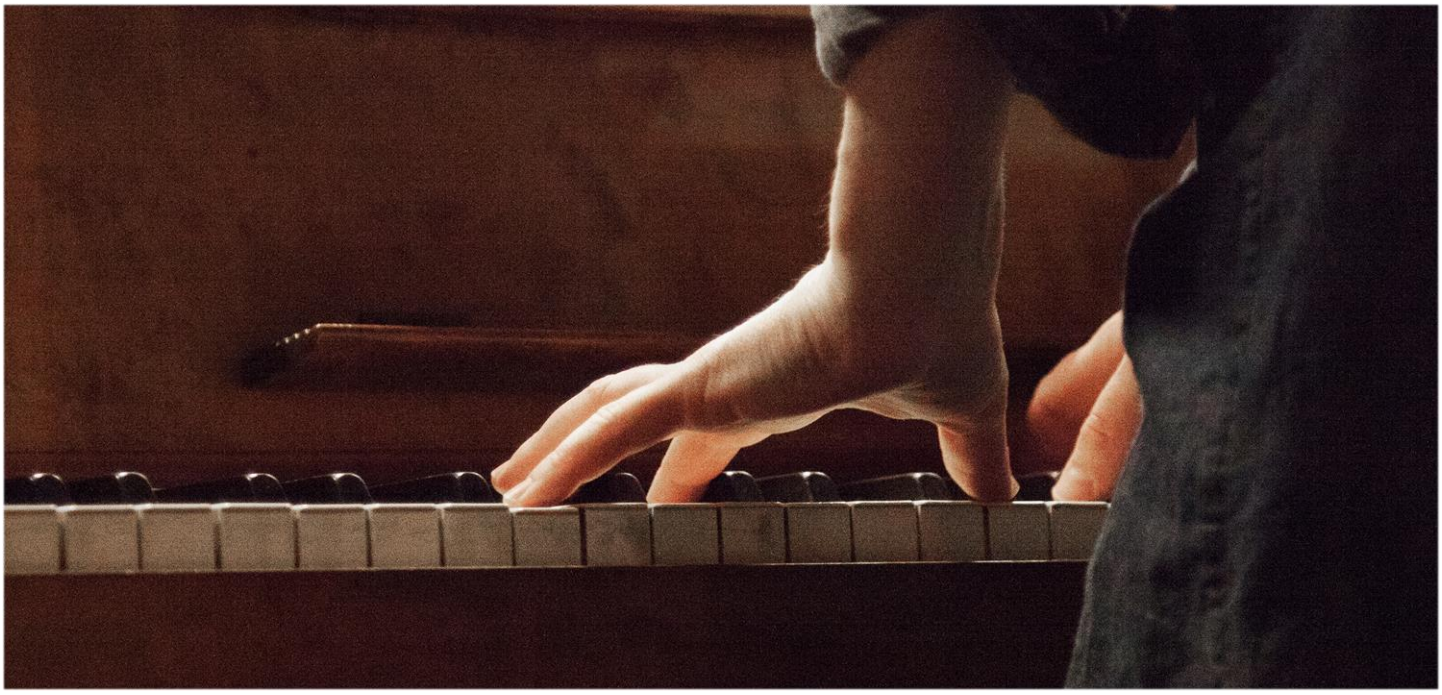
egen kulturella och kreativa delbransch, men också god inblick i dess förhållande till film- och tevebranschen.

En filminspelning är en process som sysselsätter allt från skådespelare och musiker till maskörer och studiotekniker. Filmproduktion påverkar därför naturligt övriga kulturella och kreativa näringar betydligt.

Företagen inom de kulturella och kreativa näringarna är mer innovativa än genomsnittet av företag. Tjänsteinnovationer är omkring 35 procent vanligare bland kulturella och kreativa företag, enligt en av Tillväxtverkets egna mätningar. Det beror på att de kulturella och kreativa företagen oftare samverkar med andra, särskilt när det gäller produktion, utveckling och export. Nätverk har därför stor betydelse för företagen, eftersom de underlättar samverkan och innovation, och därmed stärker företagens samlade konkurrenskraft. (Tillväxtverket, 2015)

6.3.3.1 Exemplet musikbranschen

Musik är ofta en del av filmupplevelsen. Film- och tevebranschen samarbetar därför ständigt med musikbranschen, och beroendet är ömsesidigt. När en film spelas in i Sverige



ökar inte bara möjligheten för ny svensk musik och svenska artister att medverka i produktionen, utan även musikförlagen ser större chans att deras befintliga musikkatalog blir utvald.

Det finns i princip tre typer av musik i film- och teve-produktioner:

- specialkomponerad musik utan aktiv funktion i filmens manus – musik som är särskilt viktig för genrefilm, skapar stämning och ibland har ett ledmotiv
- redan inspelad musik där filmskaparna löser en licens och betalar rättighetskostnad för att använda musiken i produktionen
- specialkomponerad musik av populärartister, till exempel en liveinspelning i filmen eller ett verk som används vid eftertexterna.

Hur musikbranschen påverkas beror mycket på vilken typ av film som spelas in. En film om en artist ökar sannolikt också intresset för artistens musik, till exempel *Monica* om Monica Zetterlund eller *Ted – för kärlekens skull* om Ted Gärdestad. Filmen kan också vara vägen in till musiken för en yngre generation som annars inte hade hittat dit.

Kompositören, artisten som framför verket eller rättighetsägaren får inkomster genom till exempel ett avtal med filmproduktionen, eller genom annan upphovsrättsersättning.

Det kan också vara ekonomiskt gynnsamt för kompositörer att arbeta med rörliga medier, till skillnad från att verka endast i musikindustrin. Kompositören kan få inkomster längre fram i tiden om en film- eller teveproduktion når ut till en stor publik. Produktionen kan säljas vidare till olika inhemska och utländska kanaler, och rättigheter och royaltier följer med så länge de inte har förhandlats bort. (Fikra (B), 2017)

6.3.3.2 Exemplet egenföretagare bland konstnärlig, administrativ och teknisk personal

Konstnärlig, administrativ och teknisk personal i scen-, film- och tevebranschen är ofta egenföretagare. Det är till exempel regissörer, skådespelare, scenografer, kostymörer, dramatiker och olika tekniska filmarbetare. Många av dem organiseras fackligt av Teaterförbundet. I dag är 85 procent av Teaterförbundets medlemmar egenföretagare. Enligt Teaterförbundet försörjer sig egenföretagarna i flera av yrkena genom att ta uppdrag i olika format, det vill säga genom att gå mellan teateruppsättningar, reklamuppdrag, film- och teveproduktioner med mera. Enligt Teaterförbundet är det också tydligt att uppdragen för de audiovisuella medierna är en viktigare inkomstkälla än den traditionella scenkonsten. (Fikra (B), 2017)



6.3.3.3 Exemplet dataspelsbranschen

Filmen och dataspelsvärlden befinner sig i en period av mediekonvergens – där filmer allt mer använder tekniker för att bli så fantasifulla som möjligt, medan dataspel behöver filmens hjälp att bli så trovärdiga som möjligt. Utbytet kommer troligen att förstärkas ytterligare när nya visuella medier introduceras, inte minst så kallad virtual reality (VR).

Dagens filmberättande är också beroende av en avancerad teknologi som går framåt i rasande takt. Det är en viktig förklaring till att gränserna mot andra kulturella och kreativa näringar förskjuts, framförallt då gränserna mot dataspelsbranschen. Och Sverige är ett världsledande land just inom dataspel.

Både film- och tevebranschen och dataspelsbranschen agerar på en global marknad där både professionell kompetens och konsumenter möts över nationsgränser. Företagen ser också ett värde i att närma sig varandra, inte bara för att förhandla om rättigheter, som när dataspel blir filmer och tvärtom. För samtidigt som kraven på sofistikerad teknik ökar



inom filmen, vill man att dataspelen och grafiken ska se så realistisk ut som möjligt. Det gör att personer med specifika kompetenser går mellan och berikar de bägge branscherna. Josef Fares arbetar till exempel både som filmregissör och spelutvecklare.

Branscherna anlitar också allt fler fotografer med kunskaper om 3D-design. Film- och dataspelsindustrin använder dessutom ofta gemensamma underleverantörer. Kompetenser i form av animatörer, manusförfattare, regissörer och skådespelare går mellan branscherna. Även teknikleverantörer har uppdragsgivare i båda branscherna, till exempel leverantörer av viss mjukvara för 3D-optimering. I båda branscherna används också till exempel studior för motion capture-teknik.

Även kapitalet går mellan branscherna. Ett exempel är det svenska spelföretaget Star Breezes inköp av rättigheterna till teveserien *The Walking Dead*. (Fikra (B), 2017)

6.3.3.4 Exemplet digital produktion och efterproduktion av visuella effekter

Det finns flera skäl till att marknaden växer snabbt för företag inom digital produktion av rörlig bild och visuella effekter (VFX). Huvudorsaken är den snabba tekniska utvecklingen och möjligheterna att göra allt mer avancerade effekter. Amerikanska studiofilmer lägger inte sällan över 35 procent av sin budget på visuella effekter, jämfört med cirka 20 procent för bara några år sedan. Exempelvis arbetade 1 250 personer, 48 procent av filmteamet, med visuella effekter i filmen *Captain America – Civil War* (2016) från Marvel Studios. Filmen hade en budget på cirka 250 miljoner amerikanska dollar.

En annan viktig anledning till att VFX-marknaden växer är att många internationella tevebolag satsar allt mer på högkvalitativa serier med mycket specialeffekter, som *Game of Thrones*, *The Walking Dead* och *Westworld*. Bakom teveseriernas framgångssaga ligger inte minst de nya konsumtionsmönster till följd av internet som streamingbolagen Netflix, HBO och Amazon lyckats utnyttja.



Ytterligare en anledning till VFX-marknadens tillväxt är att en allt starkare medelklass i Asien efterfrågar inhemsk underhållning. Sist men inte minst bör vi nämna den snabbväxande dataspelsmarknaden med mycket 3D-grafik som driver på utvecklingen, och den allt närmare konvergensen mellan film, dataspel och visuella effekter.

Detta har också ökat tillväxten för svenska VFX-leverantörer, eftersom industrin för visuella effekter och animation är internationell och efterfrågan på kompetens är stor. Samtidigt spelar produktionsincitament en mycket stor roll när producenter väljer var i världen de ska lägga sina VFX-uppdrag. Till exempel kan den kanadensiska provinsen British Columbia erbjuda en kostnadsminskning på upp till 53 procent för arbetet med visuella effekter, när de kombinerar regionala och nationella produktionsincitament. Även Storbritannien kan erbjuda generösa subventioner och lockar till sig fler och större produktioner än till och med Kalifornien. Därmed får svenska VFX-bolag mycket svårt att konkurrera på samma villkor som kollegorna i Kanada och Storbritannien.

Detta motiverade till exempel det svenska bolaget Goodbye Kansas att starta ett dotterbolag i London. Produktionsincitament för film- och teveproduktion har alltså varit viktigt för Goodbye Kansas expansionsstrategi. Knappt ett år efter att Londonkontoret öppnades levererar det brittiska dotterbolaget tjänster till ett flertal amerikanska och brittiska film- och teveproduktioner, och har vuxit till en verksamhet på närmare 30 personer. Om denna verksamhet i stället fanns i Sverige, hade det varit ett av Sveriges största VFX-bolag. (Fikra (B), 2017)

6.3.4 Ökad efterfrågan för företag inom turism- och besöksnäring

Figurerna 6.3.1-6.3.4 visar att film- och teveproduktioner gör många direkta inköp från turism- och besöksnäringen i form av resor, boende och mat. Turism- och besöksnäringen påverkas dessutom indirekt på många sätt, vilket har större betydelse på lång sikt. När vi analyserar dessa indirekta effekter och det vidare begreppet filmturism, behöver vi också belysa platsens betydelse för filmturism, och hur platser som är av intresse för filmturisters val av resmål utvecklas. Denna analys gör vi i avsnitt **6.4.3 Filminspelningar ökar turistmålens attraktionskraft**.



6.4 Hur påverkar filminspelningar regional utveckling, tillväxt och attraktionskraft?

Film- och tevebranschen skapar värden som de flesta länder i Europa har tagit fasta på, liksom de svenska regioner som vi främst studerar närmare i den här rapporten.[3] De värden som regionernas utvecklingsavdelningar och regionala produktionscentrum tar fasta på är mångfacetterade. Det är det konstnärliga och kulturella värdet i sig, men efter hand har man fokuserat allt mer på möjligheterna till ekonomisk tillväxt, regional attraktionskraft, filmturism och regional utveckling i bred bemärkelse.

6.4.1 Filminspelningar främjar regional utveckling

Tillgång till kultur är en viktig förutsättning för en regionalt attraktiv miljö där människor och företag kan verka och växa. I regionernas utvecklingsstrategier ingår därför att främja förutsättningarna för film och rörlig bild. På så sätt vill regionerna främja regional utveckling, tillväxt och kulturliv – det framgår av regionernas särskilda strategier och handlingsplaner för film och rörlig bild.

Regionerna främjar filmproduktion och utvecklar branschen genom att

- bygga regionala produktionscentrum
- ge finansiella stöd
- vara med och samproducera film
- satsa på stödstrukturer
- delta i projekt som finansieras av regionalfondsprogram (Europeiska regionala utvecklingsfonden).

I strategierna och handlingsplanerna tar regionerna tydligt fasta på att film inte bara är en viktig kulturform, utan också skapar tillväxt, företagande, arbetstillfällen, synlighet och regional utveckling. Därmed har regionerna också dubbla roller: Dels är de utvecklingsansvariga aktörer med allmänna uppdrag att främja filmproduktion och utveckla branschen. Dels investerar de i och samproducerar film och teve, i egenskap av regionala produktionscentrum.

I rollen som utvecklingsansvariga aktörer gör regionerna bland annat insatser för att främja

- infrastruktur för filmproduktion
- kompetensutveckling
- utbildning
- internationalisering
- marknadsföring
- visning och spridning
- tillgänglighet
- delaktighet och demokrati
- produktion av film för barn och unga.

Regionerna finansierar delvis sina strategier för film genom de regionalfondsprogram som förvaltas av Tillväxtverket.

[3] Regionerna är Norrbotten, Stockholm-Mälardalen, Västra Götaland och Skåne, med tillhörande produktionscentrum, Filmpool Nord, Filmregion Stockholm-Mälardalen, Film i Väst och Film i Skåne.

Några exempel:

- I Skåne har projektet *Southern Sweden Creatives* fått 8,2 miljoner kronor för att öka internationaliseringsförmågan hos företag inom kulturella och kreativa näringar. Projektet kommer att fokusera på rörlig bild och design, och 120 företag ska få stöd för att utveckla sin exportkapacitet. 80 av dessa företag får dessutom möjlighet att åka på internationella mässor för att marknadsföra sig själva samt svenska företag och kulturella och kreativa näringar som helhet.

- I mellersta Norrland har projektet *Etablering filmfond och stärkt filmnäring i Västernorrland* fått 5,4 miljoner kronor för att skapa bättre förutsättningar för film- och medieproduktion och öka konkurrenskraften. Målet är att minst 15 film- och teveprojekt genomförs, och att de deltagande företagens omsättning ökar med minst 30 procent.

- I Stockholm-Mälardalen har projektet *Smart kreativ stad – en ny modell för film, digital media och innovativa processer i hållbar stadsutveckling* fått 9,8 miljoner kronor som ska stärka affärsutveckling och konkurrenskraft för små och medelstora företag inom film och digital media.

Det intressanta är inte i första hand hur mycket ett ökat antal filminspelningar ökar den regionala efterfrågan på ett finansiellt mätbart sätt, åtminstone inte på kort sikt. Film- och tevebranschen har nämligen en begränsad omsättning jämfört med den totala ekonomin. Mer intressant är att ta fasta på några variabler som inte riktigt låter sig mätas, men som ryms i en välmående filmbransch, till exempel

- värdet av ökad regional attraktionskraft
- värdet av framgångsrika film- och teveproduktioner i termer av exponeringsvärde och filmturism
- det sociala värdet av att kulturlivet berikas.

6.4.2 Filminspelningar skapar regional efterfrågan

När en film spelas in uppstår mätbara direkta effekter på den regionala efterfrågan, men också spridningseffekter genom indirekta och inducerade effekter på den regionala ekonomin, som stimulerar efterfrågan, sysselsättning, konsumtion och företagande.



De *direkta kostnaderna* är framförallt kostnader för

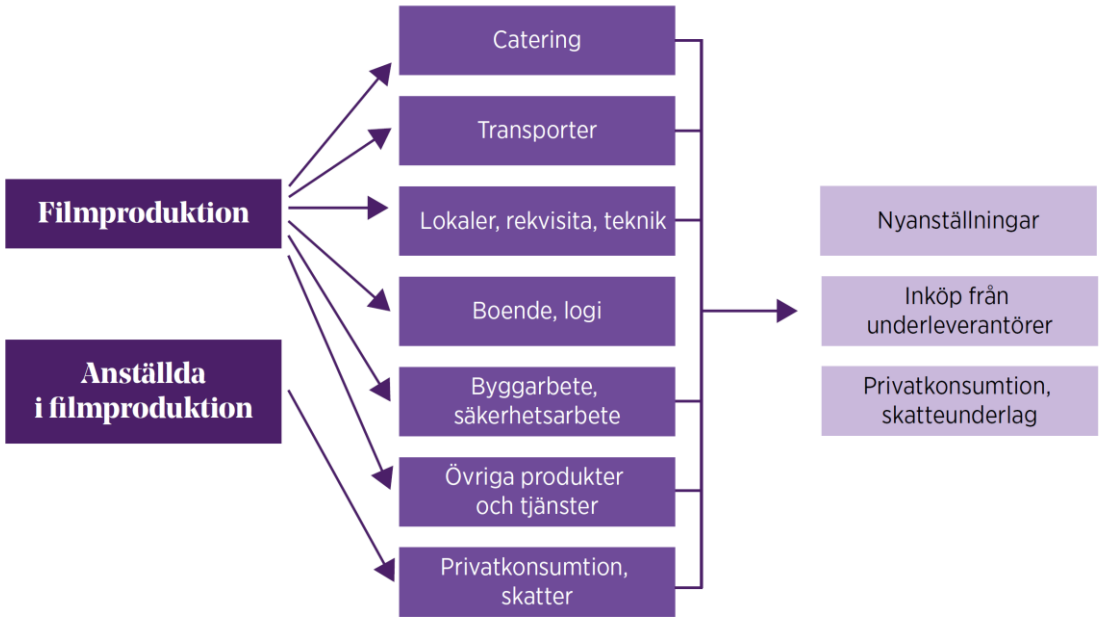
- lön till de anställda i själva filmproduktionen
- catering
- kommunikations- och transportlösningar
- hyra av utrustning, lokaler och rekvisita
- byggnads- och säkerhetsarbeten av utomstående näringsidkare.

För att möta denna efterfrågan måste de lokala näringsidkarna i sin tur ofta nyanställa och köpa varor och tjänster från underleverantörer – *indirekta kostnader*.

Vidare uppstår *inducerade effekter* – den inkomstökning som följer av den direkta och indirekta ökningen av efterfrågan, som invånarna till viss del spenderar på varor och tjänster som produceras i regionen.

I figur 6.4.1 sammanfattar Cloudberry hur efterfrågan stiger i den regionala ekonomin med teve- och filmproducenternas direkta utgifter. (Sweco, 2017)

FIGUR 6.4.1 Filmproduktions regionalekonomiska spridningseffekter



Källa: (Cloudberry (A), 2011)

6.4.2.1 Svårt att mäta effekterna exakt

De flesta studier av såväl enskilda film- och teveproduktioner som flera produktioner sammantaget visar på omfattande, positiva regionalekonomiska spridningseffekter.

Det är dock svårt att mäta de indirekta och inducerade effekterna exakt. Flera studier antar spridningseffekterna genom att uppskatta en *multiplikatoreffekt* i den regionala ekonomin. Den uppstår genom produktionsbolagens direkta utgifter i regionen. I dessa studier antas den totala regionalekonomiska nyttan av de direkta utgifterna under film- och teveproduktionen vara *produktionsutgifter * multiplikatoreffekt = regionalekonomisk nytta.*

Ett antal studier av spridningseffekterna från filminspelningar på den regionala ekonomin utgår från att multiplikatoreffekten är 1,5 – ett antagande baserat på studier om andra produktioner. Studierna är dock metodologiskt osäkra: Vi kan inte utesluta att de antingen överskattar eller underskattar spridningseffekterna. Med något undantag inkluderar ingen av studierna heller spridningseffekterna från filmturism och socialt kapital. Inte heller prövar någon studie om film- och teveproduktioners närvaro i en region upprätthåller regionens infrastruktur för medieproduktion, och därmed lockar ytterligare produktioner genom sin blotta närvaro. Omvänt räknar ingen av studierna med risken för arbetskraftsbrist inom produktionen, eller med att de lokala servicenäringarna skulle ha låg kapacitet.

6.4.2.2 Regional hävstångseffekt – regionens utgifter i relation till investeringen

Ett annat sätt att mäta regionalekonomisk nytta av regionala filmfonders samproduktion är att beräkna de utgifter som uppstår i regionen i relation till regionens investering. Då får vi ett slags mått på ”regional hävstångseffekt” på den investering som görs med regionala medel. I en analys av fyra typexempel av film som har samproducerats av Film i Väst varierar den ”regionala hävstångseffekten” från cirka 3 till 5. Vi kan illustrera detta med två exempel:

- **Exempel A, svensk långfilm:** Detta exempel är en samproduktion mellan Sverige och Danmark. Filmen är gjord med en relativt liten budget, 14 miljoner kronor. Av den totala budgeten avser cirka 7,5 miljoner kronor (54 procent) utgifter i Västra Götaland (så kallad spend). Film i Västs finansiering uppgår till 2,5 miljoner kronor, vilket är cirka 18 procent av filmens totala budget och cirka 33 procent av de totala utgifterna i Västra Götalandsregionen. Om Film i Västs finansiering var en förutsättning för att just denna film skulle produceras i regionen, har alltså en satsning på 2,5 miljoner kronor från Film i Väst lett till direkta utgifter på 7,5 miljoner kronor i regionen.

- **Exempel B, internationell långfilm:** Detta exempel är en samproduktion mellan Sverige, Tyskland, Danmark, Norge och Nederländerna. Filmen är gjord med en relativt stor budget, 52 miljoner kronor. 19,9 miljoner kronor (38 procent) av budgeten avser utgifter i Västra Götaland. Film i Västs finansiering uppgår till 4,0 miljoner kronor, vilket är cirka 8 procent av filmens totala budget och cirka 20 procent av de totala utgifterna i Västra Götalandsregionen. Om Film i Västs finansiering var en förutsättning för att just denna film skulle produceras i regionen, har alltså en satsning på 4,0 miljoner kronor från Film i Väst lett till direkta utgifter på 19,9 miljoner kronor i regionen. (inno Scandinavia och WSP, 2011)

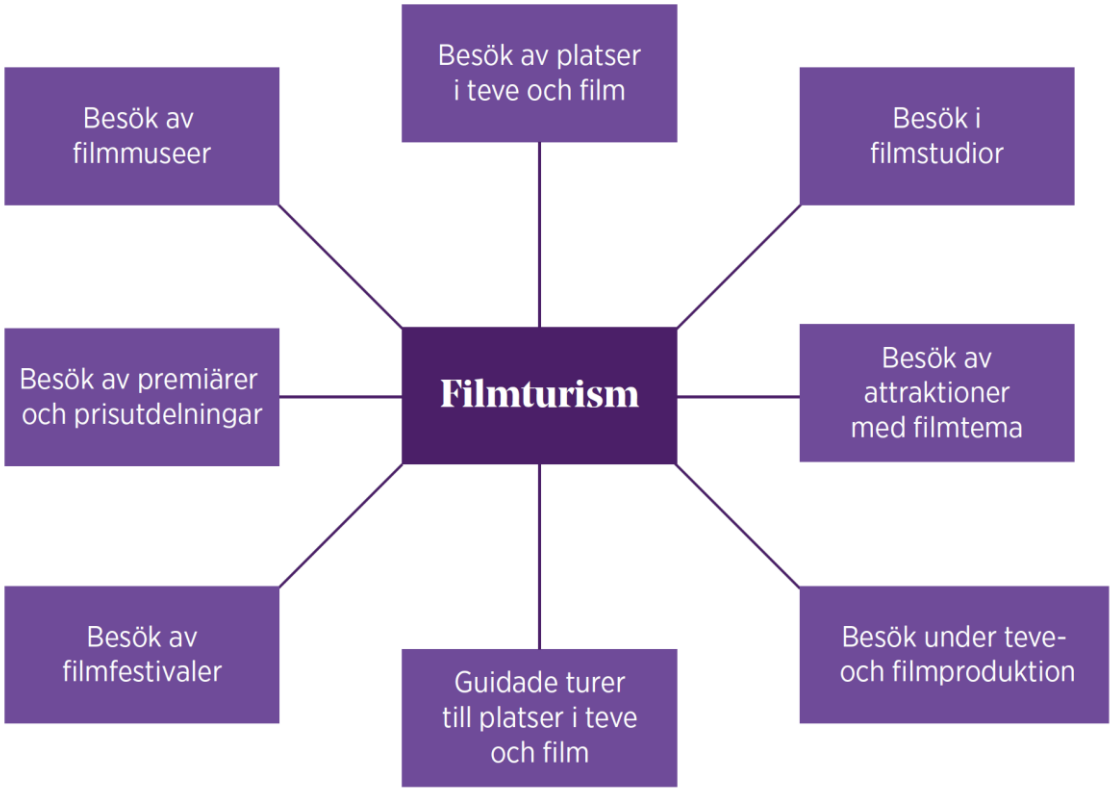
Filmregion Stockholm-Mälardalen har beräknat förlorade värden, utifrån kontakter med internationella producenter som övervägt att spela in i Sverige men sedan valt andra lösningar. Ett exempel är den kommande amerikanska filmen *The Girl in the Spider’s Web*. Den är baserad på svenska David Lagercrantz bok som bygger vidare på Stieg Larssons karaktärer Lisbeth Salander och Mikael Blomkvist. Av totalt 55 planerade inspelningsdagar har endast 5 förlagts till Sverige. Av den totala produktionsbudgeten på cirka 700 miljoner kronor, har endast 10 miljoner kronor spenderats i Sverige. Produktionsbolaget övervägde först att framförallt spela in filmen i Sverige, vilket kunde ha fått ytterligare omkring 460 miljoner kronor att spenderas i Sverige.

6.4.3 Filminspelningar ökar turistmålens attraktionskraft

De många företag och anställda som arbetar med film- och teveproduktioner gör många inköp från turism- och besöksnäringen i produktionsfasen. De köper resor, boende och mat. Samtidigt påverkar en filminspelning i produktionsfasen den regionala ekonomin på många andra sätt. Efter produktionsfasen påverkas framförallt turism- och besöksnäringen.

Filminspelningar påverkar den turistekonomiska omsättningen i en kommun, en region eller ett land. När filmturisterna är internationella besökare som konsumerar i en svensk region så uppstår export. Regionens attraktionskraft och varumärke stärks mer ju fler internationella filmturister som kommer, och ju mer intressant regionen blir som filmturistmål bland internationella målgrupper. Detta förstärker också bilden av Sverige som filmland och varumärket Sverige internationellt.

FIGUR 6.4.2 Filmturismens olika aspekter



Källa: (Goldmedia & DIW Econ, 2017)

Filmturismen berör alla tre faser i produktionsprocessen: förproduktion, produktion och efterproduktion. Filmturism inkluderar även turism vid platser med koppling till filmer, teveserier, dokumentärer och så vidare.

6.4.3.1 Exempel på platser där turismen har ökat

Ett svenskt exempel på en sådan plats är Filmbyn Småland (före detta Barnfilmsbyn) i Mariannelund i Jönköpings län. Den kan sägas representera ”Besök av attraktioner med filmtema”, ”Besök av platser i teve och film”, ”Besök i filmstudior” och ”Guidade turer till platser i teve och film” (jämför figur 6.4.2). Filmbyn Småland visar inspelningsmiljöer från klassiska barnfilmer baserade på Astrid Lindgrens berättelser. Besökarna kan se 12 inspelningsplatser, bland annat för Katthult och Bullerbyn. De kan också se klassiska studiobyggen och originalkostymer från filmer som *Emil i Lönneberga*, *Saltkråkan* och *Pippi Långstrump*.

Ju mer internationellt framgångsrik en produktion blir, desto större är chansen att platsen lockar internationella turister, och därmed ökar landets export. Många platser som har visats i teveserier eller i flera filmer har lockat fler besökare över tid. Det finns till exempel uppgifter om att *Wallander*-produktionerna, som spelades in i Ystad med omnejd, har ökat mängden tillresta turister dit med 15 procent (Fikra (B), 2017). Efter 2001, när den första filmen i *Sagan om Ringen*-trilogin hade premiär, ökade också antalet turister på Nya Zeeland, där filmerna spelades in, med 17 procent. Under 2000-talet steg antalet sedan successivt upp till 40 procent högre än under 1990-talet. På liknande sätt har turistströmmarna till Nordirland och Kroatien ökat efter att teveserien *Game of Thrones* började spelas in där. (Sweco, 2017) Här kan vi nämna att *Game of Thrones* producenter

övervägde att förlägga 30 inspelningsdagar till passande miljöer på Gotland, men till sist valde bort det på grund av kostnaden.

Vidare genererade *Millennium*-filmerna närmare 1 miljard kronor för turism- och besöksnäringen i Stockholmsområdet, uppskattar Cloudberry (Cloudberry (A), 2011). Och den tyska *Inga Lindström*-serien genererade 660 miljoner kronor i det sörmländska området runt Nyköping (Fikra (B), 2017).

Internationellt framgångsrika film- och teveproduktioner kan alltså onekligen generera turistekonomisk omsättning i en region och därmed öka företagens tillväxt och konkurrenskraft. Men även externa faktorer som valutakurs och konjunkturläge påverkar turistströmmarna.

6.4.3.2 Tre slags filmturister

Flera studier skiljer mellan tre slags filmturister:

- turister som huvudsakligen besöker en plats tack vare film- eller teveproduktioner (engelska: *core screen tourists*)
- turister som har film eller teve som en av flera anledningar till besöket
- turister som inte influeras av film eller teve men som senare får veta att platsen de besökt har visats i en film- eller teveproduktion.

År 2015 gjorde Olsberg SPI en enkätstudie av besökare vid 10 platser i England som visats i populära film- och teveproduktioner (Olsberg SPI (A), 2015). 10 procent av de svarande var *core screen tourists* – de antas göra av med mer pengar än andra turister när de besöker produktionsplatsen. Detta stämmer väl överens med resultaten från en undersökning av Human Digital, där 13 procent av de tillfrågade valde turistmål efter en film- eller teveproduktion (Fikra (B), 2017).

I en annan enkätstudie från Storbritannien angav 80 procent att film och teve påverkar deras val av platser när de är ute och reser. I ytterligare en enkätstudie från Storbritannien instämde 50 procent i samma påstående. Studierna undersökte dock inte närmare *vad* i filmen eller teveproduktionen som lockat turisterna till platsen, eller exakt hur viktig den varit för valet av resmål. Studierna hade också låg svarsfrekvens, vilket har kritiserats. (Sweco, 2017)



6.4.3.3 Regionalt utvecklingsansvariga aktörer vill kopplas in tidigt

Film- och teveproduktioner är alltså viktiga och kan användas strategiskt i arbetet med att utveckla och marknadsföra såväl ett helt land som en viss plats. För att återvända till exemplet Filmbyn Småland: Här kan det finnas möjlighet att bredda utvecklingen genom att samarbeta med aktörer kring det väletablerade internationella turistmålet Astrids Lindgrens Värld, och även Astrid Lindgrens Näs, i närliggande Vimmerby i Kalmar län.

Lokala och regionala verksamheter samt utvecklingsansvariga aktörer kan vidare ha stor nytta av ett nationellt kunskapsstöd som berättar vilka de internationella filmturisterna är och vad de söker. Då kan de planera insatser strategiskt och i god tid. Nationella aktörer kan också behöva underlätta för regionerna att planera resurser tillsammans. Det är till exempel tänkbart att många internationella besökare skulle vilja komma till Sverige för att följa i Ingmar Bergmans fotspår under 2018, när det är 100 år sedan han föddes. En sådan fråga kan involvera flera regioner och platser, till exempel Region Gotland (Fårö) och Region Uppsala (Uppsala stad).

Regionalt utvecklingsansvariga aktörer inom turism- och besöksnäringen vill gärna bli inkopplade tidigare i film- och teveproduktionen, för att kunna utnyttja filmens exponering så mycket som möjligt. De ser också gärna att särskilt viktiga symboler för regionen framträder i bild, exempelvis norrbottniska fjällandskap i teveserien *Midnattssol* eller rapsfält i Skåne vid inspelningen av *Wallander* (Fikra (B), 2017). Två skilda intressen kan dock stå mot varandra: turistmålets önskan om en positiv bild i film mot filmarnas kreativa avsikter.

En del regionalt utvecklingsansvariga aktörer ser alltså film som något som kan stärka besöksnäringens produktutveckling för internationella besökare. Det tycks samtidigt behövas ytterligare utveckling, till exempel i strategidokument. Om vi tittar på de fyra regioner som i dag har regionala produktionscentrum för film så kan vi konstatera:

- Varken Film i Skåne eller Region Skånes strategi för ljud, media och bild har riktlinjer för vilken roll filmturismen kan spela för skånsk film.
- Västra Götalandsregionens handlingsplan för natur- och kulturturism saknar mål och strategier för hur filmturismen kan förstärka effekterna av film- och teveproduktionen i regionen.
- Varken regionala styrdokument i Norrbotten eller Filmpool Nord har strategier för att locka filmturister till Norrbotten. Filmpool Nord ska däremot marknadsföra regionen som filmregion genom att synliggöra dess natur, kultur och människor.
- Filmregion Stockholm-Mälardalen har som uttryckligt mål att synliggöra Stockholmsregionen för att stärka dess konkurrenskraft. Det saknas dock strategier för filmturism. (Sweco, 2017)

6.4.4 Utveckling inom ”Film & TV”, ”Audiovisuellt” samt ”Kulturella och kreativa näringar” per region, 2010–2015

Här presenterar vi statistik för näringsutvecklingen i alla svenska regioner eller län, i de delar av näringslivet som påverkas av antalet genomförda filminspelningar.

Vi visar utvecklingen för antalet företag och antalet anställda 2010–2015. Vi visar siffror för näringsgrupperna ”Film & TV”, ”Audiovisuellt” samt ”Kulturella och kreativa näringar”. Siffrorna kan jämföras med de nationella siffrorna i avsnitt 5.1 för samma näringsområden och samma tidsperiod. Vi ser här att antalet företag i gruppen ”Film & TV” ökade i de flesta regioner, medan antalet anställda ökade svagt eller minskade. Detta speglar sannolikt den utmanande situation som branschen befinner sig i.

FIGUR 6.4.3 Antal företag i branschkategorin Film & TV uppdelat per län, 2010-2015

Län	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Blekinge län	42	45	47	46	44	46
Dalarnas län	85	95	100	98	104	114
Gotlands län	35	29	33	31	32	26
Gävleborgs län	83	84	89	97	94	104
Hallands län	94	103	100	97	107	107
Jämtlands län	46	51	49	51	58	61
Jönköpings län	71	82	92	91	102	104
Kalmar län	58	65	63	69	65	67
Kronobergs län	51	61	59	61	64	61
Norrbottens län	95	91	94	105	106	115
Skåne län	588	647	674	682	715	738
Stockholms län	3 514	3 824	4 007	4 181	4 365	4 541
Södermanlands län	63	73	78	74	74	80
Uppsala län	123	139	144	159	169	161
Värmlands län	83	92	102	97	96	91
Västerbottens län	98	106	111	123	134	138
Västernorrlands län	63	71	76	75	79	88
Västmanlands län	57	61	75	79	73	76
Västra Götalands län	738	772	828	858	878	913
Örebro län	101	107	103	99	106	117
Östergötlands län	100	110	127	122	125	139

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

FIGUR 6.4.4 Antal företag i branschgruppen Audiovisuellt uppdelat per län, 2010-2015

Län	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Blekinge län	53	63	63	63	62	66
Dalarnas län	103	115	119	117	123	135
Gotlands län	43	40	47	42	45	40
Gävleborgs län	102	101	101	109	112	116
Hallands län	109	120	120	117	125	123
Jämtlands län	55	61	60	62	67	69
Jönköpings län	82	92	103	104	118	120
Kalmar län	72	81	77	83	78	79
Kronobergs län	64	74	71	76	81	78
Norrbottens län	105	101	105	116	118	126
Skåne län	700	768	797	798	843	867
Stockholms län	3 818	4 155	4 379	4 569	4 772	4 951
Södermanlands län	76	87	91	87	92	96
Uppsala län	150	173	185	200	208	200
Värmlands län	103	110	121	116	116	111
Västerbottens län	117	128	128	140	153	159
Västernorrlands län	84	91	97	94	96	101
Västmanlands län	76	79	92	92	87	93
Västra Götalands län	879	930	986	1 025	1 052	1 085
Örebro län	116	120	119	114	124	137
Östergötlands län	138	141	160	155	165	177

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

FIGUR 6.4.5 Antal företag i kulturella och kreativa näringar totalt uppdelat per län, 2010-2015

Län	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Blekinge län	982	1 036	1 078	1 111	1 111	1 143
Dalarnas län	2 211	2 302	2 366	2 332	2 380	2 403
Gotlands län	714	770	812	803	816	836
Gävleborgs län	1 849	1 928	1 939	1 956	1 949	1 942
Hallands län	2 736	2 917	2 985	3 011	3 060	3 096
Jämtlands län	1 136	1 177	1 207	1 219	1 239	1 259
Jönköpings län	2 238	2 357	2 444	2 407	2 493	2 516
Kalmar län	1 711	1 784	1 787	1 739	1 749	1 760
Kronobergs län	1 451	1 547	1 595	1 573	1 636	1 637
Norrbottens län	1 743	1 843	1 903	1 957	2 019	1 993
Skåne län	15 108	15 925	16 209	16 139	16 490	16 653
Stockholms län	47 153	49 727	50 846	51 024	51 676	52 310
Södermanlands län	2 159	2 215	2 284	2 243	2 274	2 343
Uppsala län	3 486	3 695	3 745	3 804	3 881	3 922
Värmlands län	1 863	1 981	2 039	2 049	2 073	2 099
Västerbottens län	2 024	2 135	2 153	2 224	2 264	2 247
Västernorrlands län	1 708	1 777	1 799	1 791	1 849	1 839
Västmanlands län	1 705	1 784	1 855	1 861	1 872	1 873
Västra Götalands län	17 938	18 927	19 225	19 440	19 930	20 357
Örebro län	2 304	2 429	2 458	2 444	2 468	2 488
Östergötlands län	2 975	3 128	3 228	3 208	3 232	3 245

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

FIGUR 6.4.6 Antal anställda i branschkategorin Film & TV uppdelat per län, 2010-2015

Län	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Blekinge län	17	27	27	28	21	32
Dalarnas län	127	118	124	119	113	117
Gotlands län	18	15	18	15	12	8
Gävleborgs län	97	90	91	91	69	69
Hallands län	89	92	92	75	72	73
Jämtlands län	25	17	21	22	27	35
Jönköpings län	86	85	84	92	76	82
Kalmar län	21	27	30	30	27	29
Kronobergs län	139	152	135	126	133	126
Norrbottens län	320	313	357	346	329	304
Skåne län	701	794	754	746	708	703
Stockholms län	6 670	6 979	6 937	7 223	7 365	7 216
Södermanlands län	35	44	51	48	59	78
Uppsala län	104	109	115	108	88	95
Värmlands län	124	119	112	105	90	94
Västerbottens län	219	220	245	239	216	229
Västernorrlands län	92	87	89	93	84	86
Västmanlands län	69	74	79	83	73	72
Västra Götalands län	1 030	1 002	1 040	981	925	964
Örebro län	142	124	129	116	118	112
Östergötlands län	162	137	159	150	135	122

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

FIGUR 6.4.7 Antal anställda i branschgruppen Audiovisuellt uppdelat per län, 2010-2015

Län	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Blekinge län	47	58	63	69	63	74
Dalarnas län	166	155	162	157	151	152
Gotlands län	46	44	47	43	44	50
Gävleborgs län	143	142	140	145	129	122
Hallands län	120	124	131	111	108	119
Jämtlands län	58	48	50	52	58	70
Jönköpings län	120	122	118	136	110	117
Kalmar län	54	56	60	59	60	66
Kronobergs län	198	213	192	187	190	193
Norrbottens län	397	390	435	424	414	378
Skåne län	1 028	1 177	1 217	1 217	1 233	1 290
Stockholms län	8 928	9 086	9 054	9 593	9 357	9 294
Södermanlands län	79	93	96	93	105	126
Uppsala län	285	315	326	294	247	296
Värmlands län	157	162	154	143	128	131
Västerbottens län	271	289	298	288	267	285
Västernorrlands län	152	151	127	134	127	123
Västmanlands län	100	107	117	120	108	108
Västra Götalands län	1 352	1 367	1 430	1 406	1 325	1 381
Örebro län	186	170	174	158	161	151
Östergötlands län	251	212	224	215	196	191

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

FIGUR 6.4.8 Antal anställda i kulturella och kreativa näringar totalt uppdelat per län, 2010-2015

Län	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Blekinge län	1 361	1 245	1 246	1 227	1 212	1 163
Dalarnas län	2 487	2 484	2 394	2 141	2 311	2 272
Gotlands län	548	534	533	536	544	532
Gävleborgs län	2 279	2 402	2 287	2 361	2 155	2 011
Hallands län	4 876	4 251	4 231	3 940	3 864	3 872
Jämtlands län	1 154	1 179	1 131	1 037	1 019	1 015
Jönköpings län	3 415	3 342	3 208	2 978	2 879	2 954
Kalmar län	2 326	2 329	2 293	2 212	2 184	2 158
Kronobergs län	3 598	3 766	3 912	3 736	3 569	3 494
Norrbottens län	1 977	2 037	2 037	2 054	2 029	1 958
Skåne län	16 514	16 929	16 685	16 352	16 205	16 296
Stockholms län	56 219	57 035	57 966	59 122	59 733	61 023
Södermanlands län	2 612	2 569	2 442	2 280	2 318	2 562
Uppsala län	3 088	3 188	3 185	2 957	3 073	3 117
Värmlands län	2 257	2 269	2 236	2 201	2 127	2 088
Västerbottens län	2 231	2 287	2 300	2 267	2 197	2 157
Västernorrlands län	2 048	1 936	1 844	1 804	1 772	1 724
Västmanlands län	2 359	2 463	2 301	2 327	2 207	2 217
Västra Götalands län	23 829	24 256	24 145	23 884	23 350	23 548
Örebro län	2 972	3 025	3 018	2 899	2 800	2 773
Östergötlands län	3 747	3 683	3 623	3 639	3 600	3 474

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

7 Våra resultat jämfört med några tidigare studier

I det här kapitlet jämför vi resultaten från vårt rapportarbete med slutsatser från några tidigare studier,[5] och kommenterar studiernas kvalitet.

Flera av de tidigare studierna har utförts av eller på uppdrag av branschaktörer som har ett intresse av att få in mer pengar i branschen. Därmed kan man ifrågasätta studiernas objektivitet. Vi förhåller oss därför kritiskt till studiernas slutsatser, och vill här ta reda på om de går att belägga eller visa som felaktiga.

Vi kan dock konstatera att vårt eget rapportarbete i stort når samma slutsatser som de tidigare studierna. Det finns visserligen tendentiösa delar i studierna, men de påverkar inte vår helhetsbedömning eller våra slutsatser nämnvärt.

7.1 Den svenska film- och tevebranschens konkurrenskraft

7.1.1 Oro för kompetensbrist

Leder produktionsincitamenten i de europeiska länderna till att utländsk och inhemsk produktion konkurrerar, när landet inte klarar av det ökade antalet filminspelningar? I några länder har en del varit oroliga för detta, och i vissa fall har det varit ett verkligt problem, visar tidigare studier (Olsberg SPI (B), 2015). Även branschaktörer i Sverige är oroliga för att fler filminspelningar kan leda till en brist på kompetens i vissa branscher, visar våra intervjuer. Framförallt nämner filmarbetare att till exempel platschefer och kvalificerade linjeproducenter saknas. Också inom visuella effekter har aktörerna problem med sinande kompetens, och behöver ofta vända sig till utlandet för att hitta kvalificerad personal.

Fler kvalificerade filmprojekt skulle dock kunna höja kompetensen i Sverige. Om projekten är tillräckligt intressanta hoppas man att talanger och experter som varit utomlands nu ser en större anledning att återvända hem. Olsberg och Barnes (European Audiovisual Observatory, 2014) lyfter fram att när två grannländer har produktionsincitament tenderar filmteam att röra sig mellan länderna, eftersom länderna behöver mer kompetens och större team än vad de själva kan erbjuda. Därmed får båda länderna en större och mer konkurrenskraftig marknad. Exempel på detta är Ungern och Tjeckien, Storbritannien och Irland samt Frankrike och Belgien.

---

[5] Vi har valt ut följande studier:
Movie-induced tourism, Baker, Riley & Van Doren (1998); *Millenniumrapporten. Ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenska Milleniumfilmerna*, Cloudberry (2011); *Vad Inga Lindström-filmerna gör för Stockholm, Sörmland och Nyköping. Regionalekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholm, Sörmland och Nyköping i de tyska inga Lindström-filmerna*, Cloudberry (2011); *Brottsplats Kiruna. Fallstudier av ekonomiska effekter och värden från två kriminalserier inspelade i Kiruna, Norrbotten*, Cloudberry (2011); *Pussrapporten – Regionalekonomiska effekter från produktionen av filmen Puss*, Cloudberry (2011); *Film- und Fernsehproduktion in Berlin-Brandenburg*, EY (2014); *Västra Götaland som filmregion*, Inno Scandinavia (2011); *Allt räknas - Om rabatter och erbjudanden till filmproduktion i Europa,* Nielsén (2009); *Review of the economic impact of the Netherlands film production incentive*, Netherland Film Fund (2016); *Regulations for Netherlands Film Production Incentive Scheme,* Netherland Film Fund (2017); *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe.* European Audiovisual Observatory, Olsberg och Barnes (2014); *Quantifying Film and Television Tourism in England,* Olsberg SPI (2015); *Film and the Creative Economy: How Film and Television Drama Productions Grow the Creative Industries,* Olsberg (2017); *Utredning av intensivordninger for film- og TV-produksjon,* Oslo Economics (2014); *State Film Subsidies: Not Much Bang for too Many Bucks. Center on Budget and Policy Priorities,* Tannenwald (2010); *A production incentive for Sweden*, Olsberg SPI (2015)

I länder som Nederländerna och Irland har vidare antalet filmproduktioner ökat efter att man infört produktionsincitament, visar tidigare studier (Netherland Film Fund, 2016) (European Audiovisual Observatory, 2014). Enligt Norska filminstitutets årsrapport har även det norska produktionsincitamentet hittills gett de effekter man önskat, med ett ökat antal utländska produktioner under det första året.

Vid en internationell jämförelse av antal filmproduktioner visar Sverige något svagare tillväxt än världen och EU i övrigt. Högst tillväxt har EU-länderna med generösa produktionsincitament. Vår undersökning visar också att film- och tevebranschen utgörs av ett stort och ökande antal bolag med få anställda. Antalet anställda och bidraget till bruttonationalprodukten (BNP) utvecklas dock svagt. Produktiviteten i branschen är låg, och många produktionsbolag har pressad ekonomi. Under de kommande åren är det därför troligt att små aktörer slås ut. (Sweco, 2017)

7.1.2 Svenska produktionsbolag vill ha produktionsrabatt

Hur skulle ett eventuellt produktionsincitament se ut? Produktionsbolagen i våra intervjuer uttrycker samstämmigt att produktionsrabatter är att föredra. Produktionsrabatter ses som ett enkelt system som inte involverar skattesystemet. Rabattsatsen bör motsvara den i Europa, runt 25–30 procent. Ett årligt tak för produktionsrabatten anses också vara rimligt, men produktionsbolagen poängterar att taket inte får vara för lågt, eftersom det totala subventionsbeloppet då riskerar att förbrukas tidigt på året. Ett tak per produktion anses lovande, eftersom fler projekt då kan få stöd. Om det finns ett maxbelopp per produktion riskerar vi dock att de riktigt stora internationella produktionerna väljer bort Sverige som inspelningsland.

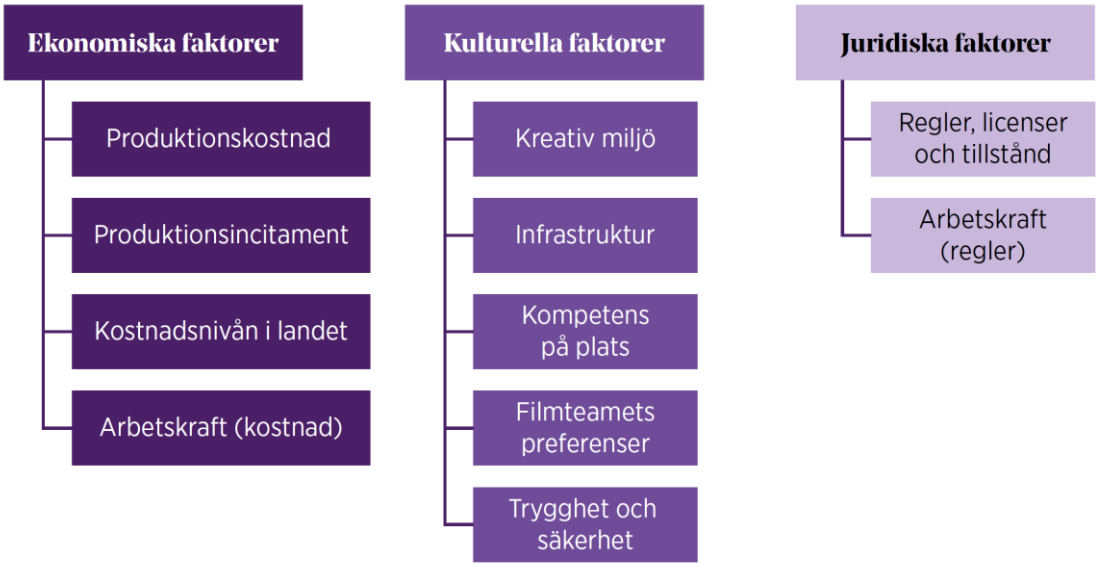
Även de regionala produktionscentrum vi samtalat med vill ha en produktionsrabatt på minst 25 procent, i likhet med övriga Europa, för att få fler filmproduktioner till Sverige och för att stärka branschen. Produktionsrabatten ska vara förutsägbar, lättförståelig, transparent och effektiv. Det bör dessutom krävas att en svensk aktör finns knuten till projektet.



7.2 Sveriges konkurrenskraft som inspelningsland på den internationella marknaden

Tidigare studier lyfter fram de faktorer som visas i figur 7.2.1 som avgörande för beslutet om inspelningsland (European Audiovisual Observatory, 2014; Olsberg SPI (B), 2015; Nielsén, 2009):

FIGUR 7.2.1 Faktorer för val av inspelningsland



Källa: (Sweco, 2017)

7.2.1 Svårt att få filminspelningar till Sverige utan produktionsincitament

I stort stämmer de tidigare studiernas slutsatser överens med våra egna. Både tidigare studier och vår undersökning visar att det huvudsakligen är ekonomin som styr valet av inspelningsplats. Det finns visserligen andra faktorer som påverkar, och flera gånger har Sverige ett mycket bra konkurrensläge, men utan produktionsincitament förlorar Sverige både utländsk och inhemsk produktion till utlandet på grund av höga produktionskostnader.

När det kommer till den kreativa miljön, däribland unika inspelningsplatser, finns också en konkurrenssituation, även om flera källor hävdar att alla typer av platser snart går att återskapa visuellt.

Vår undersökning visar att Sverige är mycket konkurrenskraftigt när det gäller *ease of production*, men att detta vägs ner av att Sverige är mycket svagt när det gäller *economic attractiveness* (se avsnitt **6.2.2 Marknadspreferensanalys: Vad vill internationella producenter ha?**). Skillnaderna mellan länderna i *ease of production* är också relativt små. Vi kan därför anta att en produktions budget och ekonomi får ännu större roll i beslutet om inspelningsplats. För *economic attractiveness* går en stark skiljelinje mellan länder som har och länder som inte har produktionsincitament. Detta bekräftar vad såväl producenter som filmkommissionärer påpekar i våra intervjuer: att produktionsincitament mer eller mindre är ett krav för att komma i fråga som inspelningsplats, särskilt för västeuropeiska

länder med höga lokala kostnader. Liknande resonemang förs av Tannenwald (Tannenwald, 2010). Olsberg och Barnes (European Audiovisual Observatory, 2014) menar dock att den kreativa miljön alltid är viktigast för en produktion.

7.3 Filminspelningars bidrag till turistekonomisk omsättning

Både svenska och utländska studier visar att framgångsrik filmturism kan pågå i decennier efter att en film producerats. Framgångsrik filmturism förutsätter dock att platsen och teve- eller filmproduktionen uppfyller flera kriterier. Platsen måste till exempel gå att känna igen från produktionen och erbjuda viss service. Turister ser också i regel filminspelningsplatser som ”pluskantsutbud” – lyckad filmturism förutsätter att det finns flera sevärdheter runt turistmålet. Positiva exempel på filmturism är *Harry Potter*, *Wallander*, *Millennium*-trilogin och Göteborgs filmfestival.

De centrala antagandena om filmturism bygger på enkätstudier, och det saknas studier om svenska fall med precisa beräkningar. Studierna på området har låg svarsfrekvens, vilket Tannenwald (Tannenwald, 2010) kritiskt påpekar om liknande enkätstudier från USA. Baker med flera (Baker, Riley & Van Doren, 1998) studerar 12 platser i USA, som blivit kända hos bredare tittargrupper genom film- och teveproduktion. Studien visar att turismen ökat statistiskt signifikant på platserna, i regel i flera år efter produktionens premiär. Filmturism är dock ingen säker inkomstkälla – framgång kräver mycket av både filmen och platsen. Temaparken Medeltidens värld är ett exempel där man inte uppfyllt förväntningarna på turism efter en film (*Arn – Tempelriddaren*). (Sweco, 2017)

7.4 Hur påverkar filminspelningar regional utveckling, tillväxt och attraktionskraft?

Subventioner i andra branscher kan sägas öka efterfrågan och därmed den ekonomiska aktiviteten, vilket i sin tur ökar sysselsättningen. Exempel är sänkningen av restaurangmomsen, RUT-avdraget och ROT-avdraget. Vad som ofta glöms bort är dock alternativkostnaden, det vill säga det som staten hade kunnat använda pengarna till i stället för att göra produkter och tjänster billigare för vissa företag och konsumenter. Erfarenheter från sänkningen av restaurangmomsen visar också att näringsidkarna tenderar att höja sina priser och därmed motverka subventionens effekt för konsumenten. Det är osäkert om ett produktionsincitament kan ge en motsvarande effekt, även om det mesta tyder på att det är osannolikt. Samtidigt har de subventioner vi nämnt minskat arbetslösheten i de berörda sektorerna marginellt. Detta är den främsta samhällsekonomiska vinsten, tillsammans med en minskning av svartarbetet.

7.4.1 Sysselsättningen lär öka blygsamt

Det är svårt att bedöma om ett produktionsincitament skulle öka sysselsättningen för utbildade inom filmbranschen varaktigt. Det beror på om de film- och teveproduktioner som lockas till Sverige, och de som väljer att stanna kvar, anställer personer som bor i Sverige. Sysselsättningen bör dock endast öka blygsamt om de produktioner som lockas till Sverige på grund av ett produktionsincitament anställer boende i Sverige. Det kan vi bedöma redan nu, eftersom sänkningen av restaurangmomsen inte ökade antalet anställda inom restaurangbranschen så mycket – och antalet anställda inom branschkategorin ”Film & TV” utgör endast 10 procent av de anställda inom restaurangbranschen. (Sweco, 2017) Bedömningen bör således gälla även om ökad film- och teveproduktion ökar efterfrågan och sysselsättning i kringliggande branscher.

7.4.2 Flera studier antar regionalekonomisk nytta

Filminspelningars utgifter ger flera typer av regionala effekter (se avsnitt 6.4). Tidigare studier är i princip eniga om att effekterna är positiva. Vissa menar dock att det beror på hur man räknar på effekterna av ett produktionsincitament.

Det irländska skatteverket menar att det irländska produktionsincitamentet kostar mer än det genererar. Flera studier antar dock att den slutgiltiga regionalekonomiska nyttan är cirka 1,5 gånger produktionsbolagets direkta produktionsutgifter (Cloudberry (A), 2011; Cloudberry (B), 2011; Cloudberry (C), 2011; inno Scandinavia och WSP, 2011; EY, 2014; European Audiovisual Observatory, 2014). I studien *Film- und Fernsehproduktion in Berlin-Brandenburg* (EY, 2014) räknar EY i stället med multiplikatoreffekten 1,7 för produktionskostnaderna för alla film- och teveproduktioner i Berlin-Brandenburg, exklusive filmturism.

De tidigare studierna är dock delvis spekulativa med tveksamma antaganden. De är okritiska till eventuella motsättningar mellan regionalekonomisk nytta och samhällsekonomisk nytta. Därtill definieras regioner vidlyftigt. Ingen av studierna prövar heller om film- och teveproduktioners närvaro i en region upprätthåller dess infrastruktur för medieproduktion, och därmed lockar ytterligare produktioner genom sin blotta närvaro. Omvänt räknar ingen av studierna med arbetskraftsbrist inom produktionen eller med att de lokala servicenäringarna skulle ha låg kapacitet. Av de 30-tal yrken som ingår i film- och teveproduktion har många låg kontinuitet, och högkvalificerad personal jobbar ofta utomlands. Samtidigt har mediehögskolor svårt att rekrytera till flera relevanta utbildningar, då många yngre väljer bort branschen på grund av osäkra arbetsvillkor. Rapporter från Olsberg SPI (European Audiovisual Observatory, 2014) och Oslo Economics (Oslo Economics, 2014) varnar för kostnadsinflation, vilket möjligen skulle avskräcka mindre kapitalstarka produktioner, alternativt skapa konkurrens mellan regioner i Sverige om produktionstillfällen.

7.4.3 Regional exponering är positivt

Regionalt exponeringsvärde förekommer i tre tidigare studier (Cloudberry (B), 2011; Cloudberry (A), 2011; Cloudberry (C), 2011). De beräknar en films exponeringsvärde genom att analysera antalet platsexponeringar i film- eller teveproduktionen i förhållande till antalet tittare och vad motsvarande kontaktkostnad varit hos en reklambyrå. Studierna kommer fram till en multiplikatoreffekt på 4, då kontextplacering anses 4 gånger mer värdefull än produktplacering. Metoden kan dock inte ses som tillförlitlig, dels för att den är föråldrad, dels för att den bygger på ogrundade antaganden om kontextplaceringens multiplikatoreffekt. Vi kan därför inte direkt använda slutsatserna av produktionsincitamentens regionala exponeringsvärde – utom till att bekräfta att exponering i film är positivt.

8 Vårt förslag och våra bedömningar

I det här kapitlet ger vi vårt förslag till regeringen.

Vi föreslår att staten inför ett produktionsincitament i form av en produktionsrabatt. Vi drar slutsatsen att en produktionsrabatt är det som främst skulle förändra den negativa utvecklingen av antalet filminspelningar i Sverige, och öka Sveriges konkurrenskraft. Vi bedömer att åtgärden är mycket angelägen och brådskande.

En produktionsrabatt är en statligt finansierad rabatt på filmproduktionsbudgeten. I ett system med produktionsrabatter får produktionsbolag en procentuell rabatt på produktionernas utgifter, till exempel löner och inköp av varor och tjänster. Pengarna betalas vanligtvis ut direkt från den statliga budgeten, när produktionens totala kostnader fastställts och finansieras. Företagen som får rabatten behöver alltså inte administrera den via skattesystemet.

Det ingår också i förslaget riktlinjer för hur produktionsrabatten ska utformas och administreras.

Vårt förslag utgår från de fakta och slutsatser vi redovisar i kapitel **5 Nuläge** och kapitel **6 Analys**.

Vidare överväger vi olika sätt att genomföra förslaget. Vi beskriver varför vissa sätt är bättre och andra sämre.

8.1 Vårt förslag

Inför ett statligt produktionsincitament i form av en produktionsrabatt till företag på minst 25 procent

- Produktionsrabatten bör avse alla kostnader hos ett och samma företag som är direkt relevanta för en och samma film- eller teveproduktion, och som är nödvändiga för det färdiga resultatet. Här ingår löner till personer med skatteplikt i Sverige samt inköp av varor och tjänster som konsumeras i Sverige.

- Produktionsrabatten behöver ha tydliga villkor för att rabatten omfattar
    - bokförda kostnader längs hela produktionskedjan för en film- eller teveproduktion: från förproduktion till och med efterproduktion
    - både svensk och inkommande produktion
    - all inspelning av drama, thriller, dokumentär, komedi eller motsvarande kulturell genre, men inte reklamfilm
    - både film- och teveproduktion, det vill säga systemet ska inte villkora vilket visningsfönster som det färdiga resultatet planeras för.

- Svenska och internationella produktionsbolag ska uppleva att produktionsrabattens villkor är lätta att förstå, effektiva, förutsägbara och transparenta.

Säkerställ att den statliga produktionsrabatten ger positiva samhällsekonomiska effekter

Produktionsrabatten bör ha följande villkor:

- För att få tillgång till rabatten behöver svenska och internationella produktionsbolag ha en minimibudget för respektive film- eller teveproduktion på
    - 3 250 000 kronor för dokumentärer
    - 25 miljoner kronor för övriga genrer.

- För att få tillgång till rabatten behöver internationella produktionsbolag visa samarbetsavtal om att produktionen genomförs med ett svenskt produktionsbolag.

- För att få tillgång till rabatten behöver svenska och internationella produktionsbolag visa samarbetsavtal om att delar av produktionen genomförs med svenska efterproduktionsbolag.

- Staten bör initialt avsätta totalt 300 miljoner kronor per år till produktionsrabatten.

- Den myndighet som regeringen utser som handläggningsansvarig bör även ansvara för att följa upp och validera produktionsrabattens effekter, på omedelbar och längre sikt.

8.2 Bedömningar ur företagens och regionernas perspektiv

8.2.1 Bedömning: Ett statligt produktionsincitament i Sverige vore lämpligt för näringslivet och regionerna

8.2.1.1 Internationell konkurrens missgynnar företag i den svenska film- och tevebranschen och Sverige som inspelningsland

Fakta pekar tydligt på att det finns en snedvriden konkurrens för den svenska film- och tevebranschen och för Sverige som inspelningsland. Det beror framförallt på att andra länder erbjuder billigare lösningar än vad svensk film- och tevebransch kan göra, genom produktionsincitament.

Svenska aktörer och Sverige missgynnas därför i den konkurrensen om var internationella filminspelningar ska äga rum. Ekonomin i varje filmproduktion är det som mest styr var en film eller teveserie spelas in. Annat påverkar visserligen också, men det relativa kostnadsläget är avgörande. Sverige riskerar därför på sikt att förlora ännu fler filminspelningar.

För att förändra detta behöver vi se till att svenska företag och Sverige kan konkurrera på lika villkor som andra. Om marknaden blir rättvis, det vill säga konkurrensneutral, så kommer svenska företag och Sverige att kunna börja konkurrera med sina kvalitativa förmågor och unika tillgångar. Sverige skulle behöva komma in i de olika produktionsplaneringsguider som listar olika länders rabattsystem. I dag nämns Sverige inte alls på sådana listor, vilket är mycket negativt i en bransch där det är avgörande för framgång att kunna agera och konkurrera internationellt under förproduktionsfasen, när man efterfrågar och avtalar om finansiering och partnersamarbeten.

Ett svenskt produktionsincitament kan ge både svenska och internationella bolag möjlighet att spela in fler filmer och teveserier i Sverige. Svenska filmarbetare skulle få mer kunskaper och därmed starkare konkurrenskraft av fler film- och teveproduktioner och mer utbyte med internationella aktörer, påpekar branschaktörer vi intervjuat. Ett produktionsincitament förväntas också underlätta samproduktioner, eftersom Sverige då konkurrerar på lika villkor.

I grannländer med produktionsincitament tenderar filmteam att röra sig mellan länderna, när länderna behöver mer kompetens och större team än vad de själva kan erbjuda (Sweco, 2017). Därmed får båda länderna en större och mer konkurrenskraftig marknad.

Med produktionsincitament, spår branschaktörerna, ökar också efterfrågan på efterproduktionsbolag. Då blir produktionerna effektivare, eftersom efterproduktionen kan ske i närheten av produktionen i stället för utomlands. (BCG, 2017) Vi bedömer att efterproduktionsbolag generellt skulle gynnas av fler filminspelningar i Sverige.

8.2.1.2 Svenska film- och teveproduktioner är svåra att finansiera – det hämmar tillväxten

Branschaktörerna menar att den svenska film- och tevebranschen har mycket svårt att finansiera produktioner i Sverige.

Produktionsbolagens verksamhet kräver ofta höga utlägg i början. Samtidigt kommer ofta vinsterna sent. Detta innebär höga risker. De små och mellanstora företagen tycks därför ha mycket svårt att hitta lämplig privat finansiering. Ett produktionsincitament borde rimligen underlätta och stimulera finansieringen av film- och teveproduktion, utöver att utjämna konkurrensvillkoren. Produktionen kan dessutom bli mer attraktiv för andra

investerare om en större andel kapital är garanterat på förhand – då minskar den samlade ekonomiska risken (BCG, 2017). Därmed skulle ett produktionsincitament troligen få fler svenska produktionsbolag att spela in i Sverige i stället för utomlands.

Sammantaget kan alltså den totala produktionen av rörlig bild i Sverige komma att öka tack vare ett produktionsincitament. Med större budgetar kan produktionernas kvalitet höjas, vilket stärker svensk konkurrenskraft på den internationella scenen.

Majoriteten av de vi intervjuat betonar att parallella lösningar för finansiering är fördelaktigt, men önskar inte en kombination av flera finansiella eller skattemässiga incitament då det uppfattas som krångligt. Branschaktörerna betonar samstämmigt att den statliga kulturpolitikens stödtyper behöver finnas kvar, även om den statliga näringspolitiken inför ett produktionsincitament. Eftersom filmen är både kulturuttryck och näringsverksamhet behövs skilda men samverkande stödsystem, som kan haka i varandra och ge en sammanlagd starkare effekt än vad stöden kan göra var för sig. Branschaktörerna vill också kunna kombinera de offentliga stöden med kapital från regionala fonder och privata investerare. (BCG, 2017)

8.2.1.3 Fler filminspelningar i Sverige skulle stärka många företag inom övriga kulturella och kreativa näringar

Vi bedömer att fler filminspelningar i Sverige skulle öka omsättningen och stärka kompetensen märkbart i alla kulturella och kreativa näringar. Film- och teveproduktioner i Sverige genererar redan en relativt hög efterfrågan inom de övriga kulturella och kreativa näringarna. Fler filminspelningar skulle alltså rimligen öka efterfrågan, och därmed sysselsättningen. Större efterfrågan gör det möjligt att utveckla och upprätthålla konkurrenskraftig specialistkompetens, och konkurrenskraftig kvalitet, inom exempelvis ljussättning, kostymering, klippning och filmmusik. Vi bedömer att detta är en mycket viktig utveckling för svenskt näringsliv på kort och lång sikt, eftersom konkurrenskraften byggs genom innovativ samverkan mellan olika delbranscher.

8.2.1.4 Ett statligt produktionsincitament skulle stärka den regionala tillväxten och utvecklingen

De fyra regionala produktionscentrumen påpekar alla att enbart ett statligt produktionsincitament skulle ge en tillräcklig effekt för att förbättra konkurrenskraften. De föredrar en liknande produktionsrabatt som i övriga Europa. Film- och tevebranschen skulle välkomna även åtgärder på strukturell nivå, till exempel satsningar på att marknadsföra Sverige som filmland eller förstärka svenska filmutbildningar. Men framförallt behöver produktionen av rörlig bild via produktionsbolag stöd, och stödet behöver vara finansiellt. Branschaktörerna menar samstämmigt att effekterna av alla andra tänkbara åtgärder kommer att förbli marginella, så länge ett statligt produktionsincitament saknas.

Om film- och tevebranschen utvecklas positivt kan det i sig bidra till att ytterligare filminspelningar sker i regionerna. Därmed kan regionerna öka sin attraktionskraft, sin sysselsättning och sitt företagande.

8.2.2 Bedömning: Hellre produktionsrabatt än skattekredit eller skatteavdrag

Trots det kärva läget för film- och tevebranschen har Sverige möjligen en fördel: Vi kan studera andra länders produktionsincitament. De flesta andra länder har funnit att en produktionsrabatt är den enklaste och mest transparenta lösningen, ur marknadens och företagens perspektiv. Några europeiska länder har också lämnat andra typer av produktionsincitament och gått över till produktionsrabatter.

Eftersom produktionsrabatt har blivit den vanligaste lösningen internationellt, är det sannolikt att man enklare kan locka utländska produktionsbolag med produktionsrabatt än med andra alternativ.

Alla svenska företag vi frågat är också överens om att produktionsrabatter är att föredra. De understryker att produktionsrabatter är transparenta och lätta att förstå, samtidigt som det enskilda företaget inte behöver göra någon särskild skatteredovisning. Dessutom upplever de intervjuade aktörerna att produktionsrabatter inte skulle medföra någon stor administrativ börda i ansökningsprocessen. Aktörerna menar också att andra former av produktionsincitament är både krångligare och mindre effektiva. (BCG, 2017) Det vill säga: Produktionsrabatter är det mest effektiva sättet att subventionera film- och teveproduktioner i Sverige, och därför den metod som bäst stärker svenska företags konkurrenskraft.

Samstämmigheten i film- och tevebranschen är närmast total om att en produktionsrabatt skulle förbättra förutsättningarna för filminspelningar i Sverige. Det visar både våra intervjuer och en skrivelse från ett stort antal branschaktörer (se bilaga 1).

8.2.3 Bedömning: Produktionsrabatten bör vara lika stor som i konkurrerande länder

Vi bedömer att produktionsrabatten bör motsvara produktionsincitamenten i konkurrerande länder, för att öka Sveriges konkurrenskraft, om möjligt redan på kort sikt och framförallt på längre sikt.

Det är tydligt att EU-länderna med relativt generösa produktionsincitament har haft starkast tillväxt efter att de infört produktionsincitamenten.

Vi bedömer dock att den viktigaste skillnaden ligger i att ha eller inte ha ett produktionsincitament, och att Sverige just nu är på fel sida om den linjen. Om Sverige inför ett produktionsincitament bör det därför framgå tydligt att det finns en långsiktig avsikt med systemet. Det är alltså mycket bättre om regeringen vill börja med en lägre produktionsrabatt som kan justeras med tiden beroende på resultatet, än att inte börja alls.

I Nederländerna får produktionsbolagen 30 procents rabatt på de produktionskostnader som beskattas i landet. I både Finland och Norge används en produktionsrabatt på 25 procent. Den irländska skattekrediten är 32 procent av produktionens kostnader. (Sweco, 2017)

Vi bedömer därför att en svensk produktionsrabatt bör ligga på mint 25 procent. Det kan också finnas skäl att införa en större rabatt, eftersom bland annat löneläget gör filminspelningar i Sverige dyrare än i många andra europeiska länder. Samtidigt finns skäl att harmonisera rabattsatsen mellan de nordiska länderna (se bilaga 3). Men procentsatsen är som sagt mindre viktig för fler filminspelningar i Sverige än att det över huvud taget finns ett produktionsincitament.

8.2.4 Bedömning: Produktionsrabatten ska vara enkel och transparent för företagen

Det finns ett direkt samband mellan ökad konkurrenskraft i näringslivet och att företag behöver hantera färre regler och färre krångliga regler. Vi bedömer därför att enkelhet behöver vara en ledstjärna när man formar regelverket runt en produktionsrabatt. De stödberättigade företagen behöver uppleva systemet som lätt att förstå, effektivt, förutsägbart och transparent.

Branschaktörer vi intervjuat förstår att staten måste ställa olika krav för att ge produktionsrabatt. Samtidigt är branschaktörerna angelägna om att systemet blir enkelt och effektivt att administrera, ur företagens perspektiv. (BCG, 2017)

Förutsägbarhet är kritiskt när film- och teveproduktion ska finansieras. Vi bedömer därför att produktionsbolagen behöver kunna ansöka om produktionsrabatt och få svar tidigt under produktionen.

Vi bedömer också att en svensk produktionsrabatt bör likna andra länders rabattsystem. Det innebär bland annat att rabatten bör avse alla kostnader som är direkt relevanta för film- eller teveproduktionen, till exempel löner till personer med skatteplikt i Sverige och inköp av varor och tjänster som ska konsumeras i Sverige. Produktionsrabatten bör alltså omfatta aktiviteter i hela den del av produktionskedjan som produktionsbolagen driver: från utveckling till all produktion av rörlig bild som är nödvändig för det färdiga resultatet, inklusive efterproduktion.

Det vore också bra för företagen om de kunde få produktionsrabatten utbetalad i intervall, allt eftersom de betalat och bokfört stödberättigade kostnader. Företagen har nämligen störst utgifter under produktionsfasen, främst i form av löner, och likviditeten är ofta ett hinder i produktionsbolagens verksamhet. (BCG, 2017)

Det är också viktigt att produktionsrabatten är transparent: Den ska vara likvärdig, och alla stödberättigade aktörer ska ha samma möjlighet att söka. Det behöver därför vara tydligt vilka som är stödberättigade. Syftet är att stärka Sverige som inspelningsland och stärka den svenska film- och tevebranschen. En produktionsrabatt behöver därför omfatta

- både svensk produktion och inkommande produktion
- all inspelning av drama, thriller, dokumentär, komedi eller motsvarande kulturell genre, men inte reklamfilm
- både film- och teveproduktion, det vill säga systemet ska inte villkora vilket visningsfönster som det färdiga resultatet planeras för.

8.2.5 Vad säger EU:s statsstödsregler om statlig produktionsrabatt?

EU:s statsstödsregler sätter ramarna för medlemsstaternas möjligheter att stödja en viss verksamhet med offentliga medel, till exempel olika typer av subventioner och skatteincitament. Reglerna finns i artikel 107–109 i Fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget).

Där fastställs att statsstöd är förbjudet om det inte uppfyller vissa bestämda undantag och godkänns av EU-kommissionen. Syftet med reglerna är att konkurrensen på EU:s inre marknad inte ska snedvridas.

Medlemsstaterna ger dock ändå stora statsstöd i olika former på den inre marknaden, utan EU-kommissionens godkännande. Ett exempel är Svenska Filminstitutets stöd till produktion och distribution av film. Dessa stöd är möjliga tack vare den allmänna gruppundantagsförordningen (GBER), som gör att vissa statsstöd kan undantas från reglerna i EUF-fördraget. I GBER finns undantag för till exempel forskning, innovation, utbildning och miljöskydd, liksom för kultur och film (artikel 53–54). I artikel 54 står det som regeringen behöver förhålla sig till om de inför en produktionsrabatt, för att undantas från det generella förbudet mot statsstöd i EUF-fördraget.

Av GBER framgår att produktionsrabatten

- ska verka till förmån för manusskrivning, utveckling, produktion, distribution eller marknadsföring av audiovisuella verk
- ska stödja en kulturprodukt (som kan kontrolleras mot ett antal kulturella kriterier)
- får utformas som stöd till produktion, förproduktion och distribution.

Om produktionsrabatten kräver territoriella utgiftsåtaganden, kan staten kräva att upp till 160 procent av stödet för produktion av ett visst audiovisuellt verk används i Sverige. Alternativt beräknar man stödet för att producera en film som en procentandel av utgifterna för produktionsverksamheten i Sverige. I båda fallen gäller att om man kräver en lägsta produktionsnivå inom det berörda territoriet för att projekt ska kunna få stöd, får denna nivå inte överstiga 50 procent av den totala produktionsbudgeten. Därtill får det maximala utgiftsbelopp som omfattas av territoriella utgiftsåtaganden under inga omständigheter överstiga 80 procent av den totala produktionsbudgeten.

De stödberättigade kostnaderna ska vara de totala kostnaderna för produktion av audiovisuella verk, och för stöd till förproduktion ska de gälla kostnaderna för manusskrivning och utveckling av audiovisuella verk. Stöd får inte förbehållas specifika produktionsaktiviteter eller individuella delar i produktionsvärdekedjan. Stödnivån för produktion av audiovisuella verk får inte heller överskrida vissa belopp som anges i förordningen.

Stöd till filmstudioinfrastruktur är inte tillåtet.

Slutligen får stöd inte förbehållas enbart landets egna medborgare. Det är till exempel inte tillåtet att enbart ge svenska aktiebolag möjlighet till stöd. Däremot finns inget hinder för att kräva att företaget som får stöd har en svensk filial eller ett svenskt driftställe.

8.3 Bedömningar ur offentligfinansiellt perspektiv

8.3.1 Bedömning: Staten behöver sätta upp villkor för produktionsrabatten och följa upp effekterna

Vi behöver göra andra typer av bedömningar åt staten om en produktionsrabatt än de bedömningar vi gjort av film- och tevebranschens tillväxt och av regional utveckling. Det är tydligt att film- och tevebranschens tillväxt och den regionala utvecklingen skulle stärkas av ett statligt produktionsincitament. Det är sannolikt att också statens skatteintäkter skulle öka, och att Sverige som helhet skulle få även andra samhällsekonomiska vinster. Det är dock varken säkert att det blir så eller enkelt att förutspå ett framtida resultat.

Vi bedömer därför att staten behöver förse produktionsrabatten med vissa villkor som ökar sannolikheten för de samhällsekonomiska vinster som regeringen vill se av ett produktionsincitament. (Närings- och kulturdepartementen, 2016)

Vi bedömer vidare att staten behöver följa upp och validera produktionsrabattens effekter i särskild ordning, eftersom intäkter och utgifter inte kommer att kunna bokföras mot varandra på samma konto i statsbudgeten.

8.3.1.1 Produktionsrabatten behöver villkor som bidrar till önskade samhällsekonomiska effekter

Vi bedömer att regeringen bör prioritera att få fler internationella filminspelningar till Sverige, för att nå de positiva samhällseffekter regionalt och nationellt som regeringen önskar. (Närings- och kulturdepartementen, 2016; Regeringskansliet, 2017)

Det är önskvärt att de renodlat svenska filminspelningarna också får tillgång till produktionsrabatten, men de kan aldrig bli lika många som de internationella, eftersom Sverige är ett relativt litet land. Vi kan jämföra med regeringens många insatser under senare år för att stärka svensk turism- och besöksnäring. Strategin för dessa insatser är att locka fler internationella besökare till Sverige – det bedöms vara en av de mest effektiva metoderna för att få marknaden för turism- och besöksnäringen i Sverige att bli större.

Gynna stora produktioner framför små

Detta resonemang leder till slutsatsen att produktionsrabatten bör gynna stora produktioner framför små, eftersom internationella produktionsbolag oftare arbetar med betydligt större budget per filminspelning än svenska produktionsbolag.

Vi bedömer därför att en film- eller teveproduktion bör ha en minimibudget för att kunna få produktionsrabatt. Eventuellt kan kravet på minimibudget kombineras med olika kvalitetskriterier, till exempel antal inspelningsdagar.

Samtidigt behöver en minimumbudget anpassas till de olika förutsättningarna inom olika genrer. Det kan till exempel ge god effekt att erbjuda en lägre miniminivå för dokumentärer än för spelfilmer, som ofta är dyrare. Så är det finländska systemet konstruerat, och Sverige kan med fördel kopiera de finländska minimibudgetarna på 2 500 000 euro för spelfilmer och 325 000 euro för dokumentärer. (BCG, 2017)

Vi föreslår därför följande:

- För att få tillgång till rabatten behöver svenska och internationella produktionsbolag ha en minimibudget för respektive film- eller teveproduktion på
    - 3 250 000 kronor för dokumentärer
    - 25 miljoner kronor för övriga genrer.

Ställ krav på samarbetsavtal

Regeringen vill samtidigt säkerställa att fler internationella filminspelningar direkt ökar tillväxten och efterfrågan i film- och tevebranschen, övriga kulturella och kreativa näringar samt turism- och besöksnäringen i Sverige (Regeringskansliet, 2017). Vi bedömer därför att produktionsrabatten behöver villkor som särskilt gynnar svenskt näringsliv.

I Finland krävs bland annat att produktionen har en finländsk samproducent eller finländsk produktionskoordinator, att finländsk specialkompetens används och att finländska miljöer dokumenteras (BCG, 2017). I den tyska delstaten Baden-Württemberg krävs att efterproduktionen sker på samma plats som resten av inspelningen.

Vi bedömer att Sverige bör ställa vissa krav av denna typ. Produktionsrabatten behöver maximera nyttan för svenskt näringsliv och Sverige som inspelningsland, så att branschen utvecklas och Sverige får en generell tillväxt.

Samtidigt: Ju fler och mer detaljerade krav som ställs, desto krångligare och mindre transparent blir produktionsrabatten för företagen. Vi bedömer därför att produktionsrabatten bör utformas med stöd av erfarenheter från andra länder och för att nå de centrala syftena.

Vi föreslår därför följande:

- För att få tillgång till rabatten behöver internationella produktionsbolag visa samarbetsavtal om att produktionen genomförs med ett svenskt produktionsbolag.
- För att få tillgång till rabatten behöver svenska och internationella produktionsbolag visa samarbetsavtal om att delar av produktionen genomförs med svenska efterproduktionsbolag.

Avsätt 300 miljoner kronor per år – utan maxbelopp per produktion

Staten kan överväga ett maxbelopp per produktion. På så sätt kan staten sprida den budgeterade produktionsrabatten till fler projekt. Det finns dock en risk att de riktigt stora internationella produktionerna väljer bort Sverige som inspelningsplats om det finns ett maxbelopp per produktion.

I dag är det irländska produktionsincitamentet det mest generösa stödet i Europa. Där finns ingen gräns för hur mycket stöd som totalt får delas ut per år, utan alla produktioner som uppfyller kraven får en skattekredit på 32 procent av sina kostnader, oavsett hur höga kostnaderna är. I Nederländerna finns en öppning för produktionsbolag att ansöka om olika maxbelopp för internationella samproduktioner och ett annat maxbelopp för nationella produktioner. (Sweco, 2017)

Om staten bör sätta ett maxbelopp eller inte beror på hur mycket pengar som finns totalt i systemet. I de europeiska länder som använder produktionsrabatt finns normalt ett takbelopp per år för statens samlade produktionsrabatt. Ett för lågt takbelopp i statsbudgeten kan eventuellt leda till att taket nås redan i början av året. Branschaktörerna menar därför att takbeloppet behöver räcka hela året, eftersom systemet annars blir oförutsägbart. Särskilt de större, resursstarka produktionsbolagen anser det vara av yttersta vikt att ett svenskt system får mycket kapital, för att det administrativa arbetet ska löna sig och för att systemet ska vara trovärdigt.

Nederländerna har ett takbelopp för produktionsincitamentet på cirka 269 miljoner kronor per år[6]. Finland har ett takbelopp på 10 miljoner euro, som nåddes i augusti 2017, redan ett halvår efter att produktionsrabatten infördes. I Norge infördes en produktionsrabatt år 2016 med ett takbelopp på 45 miljoner kronor per år, vilket också visade sig vara för lågt. Många av de intervjuade svenska aktörerna har svårt att uppskatta exakt hur stor produktionsrabatten bör vara totalt, men 300 miljoner kronor nämns som rimligt.

Vi bedömer att det sannolikt ger starkare positiva effekter för staten och för bilden av Sverige som filmland, om den statliga produktionsrabatten *inte* har ett maxbelopp per produktion.

Vi föreslår därför att staten initialt avsätter totalt 300 miljoner kronor per år till den statliga produktionsrabatten.

[6] 19,25 miljoner euro för film och 10 miljoner euro för teve-produktioner.

8.3.1.2 Staten behöver följa upp och validera produktionsrabattens effekter, på omedelbar och längre sikt

En statlig produktionsrabatt är en subvention och en kostnad i den statliga budgeten. Subventionen väntas ge offentliga intäkter som balanserar mot kostnadsposten.

Utgifterna kommer dock att figurera i statsbudgeten, medan intäkterna kommer samhället till del på olika nivåer: kommunal, regional och statlig nivå. Därmed blir det svårt att enkelt och direkt utläsa om kostnaden för produktionsrabatten ger de skatteintäkter och de övriga samhällsekonomiska effekter vi har funnit sannolika.

Några av branschaktörerna är också oroliga för att ett produktionsincitament kan komma att uppfattas som oskäligt i samhället, om de ekonomiska resultaten inte utvärderas och förmedlas tydligt. (BCG, 2017)

Vi bedömer därför att det är viktigt att följa upp effekterna av en eventuell produktionsrabatt

- för staten och ur ett samhällsekonomiskt perspektiv
- för regional tillväxt och attraktionskraft
- för den svenska film- och tevebranschens utveckling
- för Sveriges internationella placering som inspelningsland.

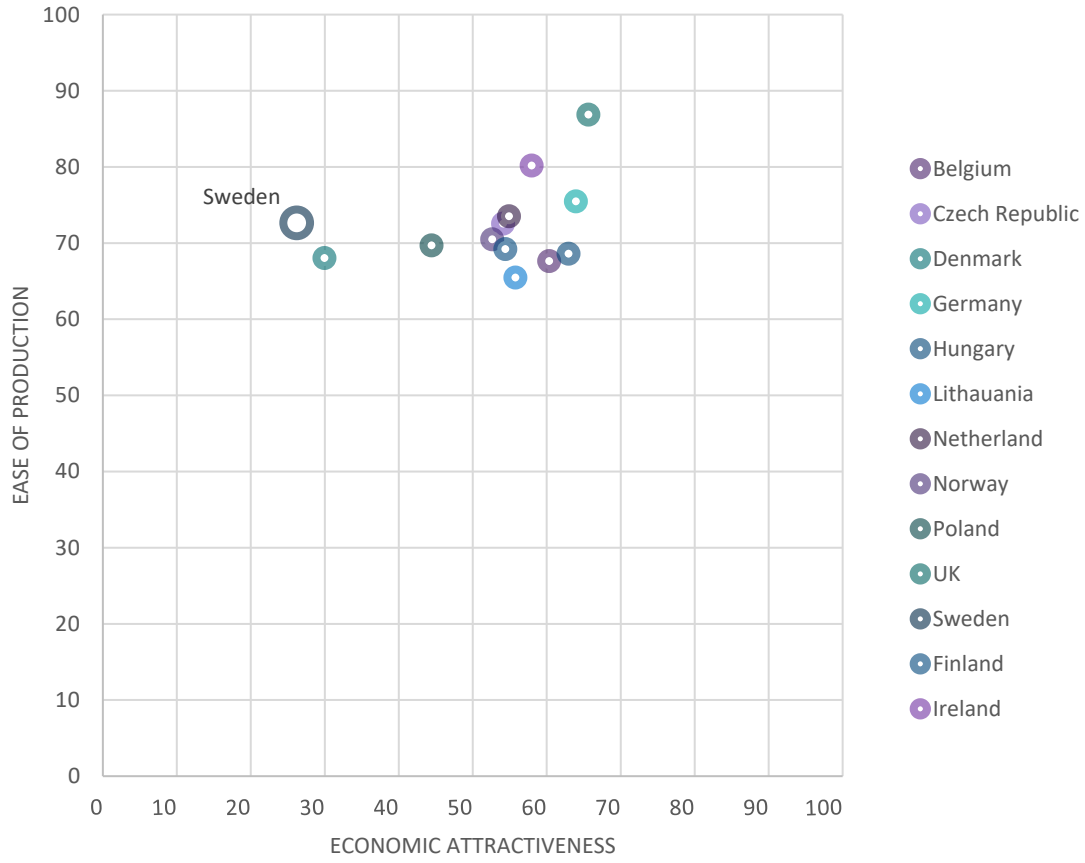
En sådan uppföljning och validering behövs också för att staten ska kunna förnya produktionsrabattens regelverk eller göra andra förändringar när det behövs. I andra länder som infört produktionsrabatt har man ganska snart insett att det ekonomiska taket kan ha satts på en olämplig nivå, att resultatet skulle kunna förbättras med mera.

Vi bedömer att effekterna för Sverige som inspelningsland kommer att märkas fullt ut först 3 år efter att produktionsrabatten införs. Det beror på att många produktionsbolag redan har planerat och fattat produktionsbeslut för några år framåt. Särskilt de större, internationella produktionsbolagen planerar ofta omkring 3 år framåt. De har alltså nu 2017 redan flera beslut klara för sin produktion 2020. Därför kan antalet utländska filminspelningar i Sverige komma att öka succesivt, eller med en viss fördröjning.

Vi har tagit fram ett mätverktyg som gör det möjligt att validera hur Sveriges internationella placering som inspelningsland förändras, efter att vi infört ett produktionsincitament. Den handläggningsansvariga myndigheten kan använda detta verktyg för att följa det verkliga resultatet av några scenarier vi bedömer är sannolika. I figurerna 8.2.1 och 8.2.2 visar vi Sveriges placering i dag och ett sannolikt framtida scenario om Sverige inför ett produktionsincitament som liknar det Finland har i dag.

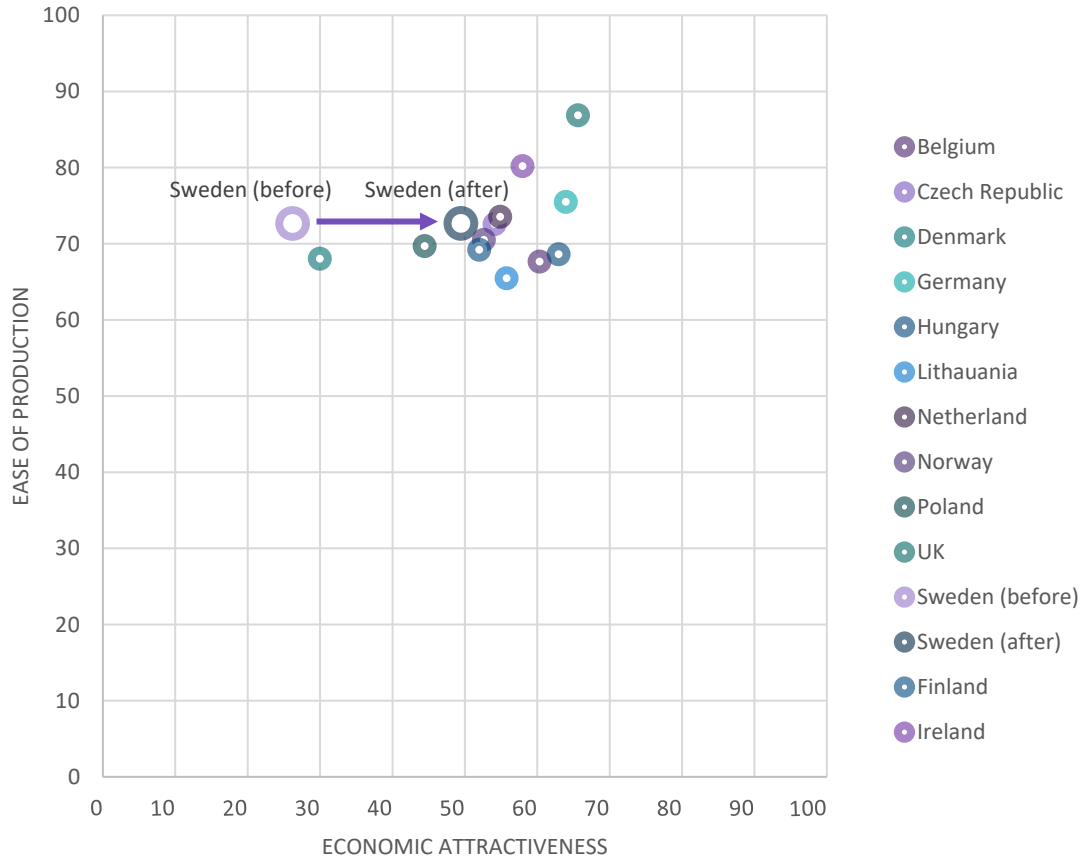
Vi föreslår att den myndighet som regeringen utser som handläggningsansvarig, om en produktionsrabatt införs, även ansvarar för att följa upp och validera produktionsrabattens effekter, på omedelbar och längre sikt. Regeringen bör särskilt uppmana den handläggningsansvariga myndigheten att använda den analysmodell vi låtit utveckla genom analysföretaget Fikra, och som vi presenterar närmare i bilaga 2. Myndigheten bör också ansvara för att omvärldsbevaka hur produktionsincitamenten utvecklas i konkurrerande länder.

FIGUR 8.3.1 Producenters preferenser för inspelningsland bland tretton utvalda länder



Källa: (Fikra (A), 2017)

FIGUR 8.3.2 Producenters preferenser för inspelningsland bland tretton utvalda länder - Scenarioanalys: Sverige inför incitament i likhet med Finland.



Källa: (Fikra (A), 2017)

8.3.2 Bedömning: Förutsättningar för att administrera produktionsrabatten statligt

8.3.2.1 Regeringen behöver förbereda en förordning om produktionsrabatt

Regeringen behöver förbereda en förordning och eventuellt annan styrning, om en produktionsrabatt enligt vårt förslag skulle införas.

Vi bedömer dock att vi ska avstå från att föreslå en förordningstext eller annan lagstiftning – det är inte Tillväxtverkets eller Svenska Filminstitutets roll i den demokratiska styrkedjan. Denna rapport är en myndighetsrapport inom ett regeringsuppdrag, och alltså inte en statlig offentlig utredning.

8.3.2.2 En myndighet inom näringspolitiken skulle kunna administrera en produktionsrabatt

Regeringen har meddelat att frågan om produktionsincitament i första hand ska analyseras utifrån ett näringspolitiskt perspektiv. Samtidigt är filmbranschen avgörande för kulturpolitiken på filmens område. Regeringen skriver att filmpolitiken ”bör därför omfatta såväl näringspolitiska som kulturpolitiska insatser.” (Närings- och kulturdepartementen, 2016)

I *En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015–2020* fastslår regeringen vidare: ”För att uppnå målet för den regionala tillväxtpolitiken är tvärsektoriell styrning av resurser inom i princip samtliga politikområden av avgörande betydelse.” (Regeringskansliet, 2015)

De intervjuade produktionsbolagen och de regionala produktionscentrumen poängterar att någon annan än Svenska Filminstitutet bör administrera och hantera ett produktionsincitament statligt. Detta är mycket viktigt, menar de, eftersom Svenska Filminstitutet redan administrerar och hanterar kulturpolitiska filmstöd statligt. Branschaktörerna anser samstämmigt att stödtyper från olika politikområden bör hållas isär i den praktiska hanteringen, eftersom stöden skulle ha olika syften och olika villkor, och gynna delvis olika aktörer. Filmen behöver skilda men samverkande stödsystem, eftersom film är både kulturuttryck och näringsverksamhet. (BCG, 2017)

Vi bedömer därför att regeringen bör lägga ansvaret för administration och hantering av en eventuell produktionsrabatt på en myndighet utanför kulturpolitiken, gärna på en myndighet inom näringspolitiken.

Våra grannländer Finland och Norge har valt olika vägar när det gäller val av näringspolitiskt styrd respektive kulturpolitiskt styrd organisation för att administrera produktionsincitament. I Finland har ansvaret lagts på Tekes, som är Finlands myndighet för innovationsfinansiering. I Norge har ansvaret lagts på det Norska Filminstitutet. Vi bedömer att Finlands och Norges olika val inte bör tolkas som en indikator på att länderna ser olika på i vilken grad film är näringsverksamhet respektive kulturuttryck. I det finländska fallet är orsaken nog snarare att Tekes sedan länge arbetat med att utveckla lånefinansiering specifikt anpassad för kulturella och kreativa näringar samt annan produktion baserad på immateriella tillgångar, med syftet att strategiskt stärka det finländska näringslivet. I det norska fallet kan orsaken vara att den politiska utvecklingen kring området kulturella och kreativa näringar i Norge i huvudsak tycks drivas som en kulturpolitisk fråga.

Finland har inrättat två heltidstjänster för handläggningen (200 procent). I arbetsuppgifterna ingår beredning av ansökningar, handläggning och kontroll av

beslutade ärenden samt stöd till marknadsföring i utlandet av Finland som inspelningsland, däremot ingen utvärdering av effekterna av incitamentet. Ekonomiska överföringar sker via Tekes ekonomiadministratörer som arbetar på övergripande nivå. I Finland be-döms detta i nuläget vara för få resurser eftersom efterfrågan ökar i takt med att incitamentssystemet fungerar allt bättre. Tekes planerar därför att utöka personalresurserna med ytterligare ungefär en halvtidstjänst (50 procent).

Norge har inrättat en halvtidsbefattning (50 procent) för handläggningen. I arbetsuppgiften ingår beredning av ansökningar samt handläggning och kontroll av beslutade ärenden, däremot ingen utvärdering av effekterna. Ekonomiska överföringar sker via ett centralt system. I Norge bedöms det kunna bli aktuellt att utöka mängden handläggare om beloppsnivåerna i det norska incitamentssystemet justeras. Nivåerna har inledningsvis varit låga, varför endast ett fåtal produktioner kunnat beviljas stöd.

Vi bedömer att det behövs 2-3 helårsanställningar för att arbeta med den produktionsrabatt som vi föreslår. I uppgifterna behöver ingå:

- information/kommunikation på engelska och svenska
- administration och handläggning av utlysningar, ansökningar samt utbetalningar i beviljade projekt
- projekt- och företagsbesök
- uppföljning, utvärderingar och omvärldsbevakning.

Därmed behöver regeringen öka den aktuella myndighetens förvaltningsanslag, så att myndigheten kan utöka personalstyrkan med 2 helårsanställningar, bedömer vi.

Regeringen vill sannolikt att dessa helårsanställningar ska finnas någonstans utanför Stockholm. Vi bedömer att detta är fullt möjligt.

Det vore mest rimligt att låta en befintlig myndighet administrera en produktionsrabatt, anser vi, eftersom uppgiften inte är så specifik eller så omfattande att en ny myndighet behövs. Vi konstaterar att det redan finns myndigheter med kompetens och system för att hantera den här typen av transfereringar.

Vi bedömer dock att vi ska avstå från att föreslå vilken myndighet som regeringen bör utse som handläggningsansvarig om en produktionsrabatt införs – det är inte Tillväxtverkets eller Svenska Filminstitutets roll i den demokratiska styrkedjan. Denna rapport är en myndighetsrapport inom ett regeringsuppdrag, och alltså inte en statlig offentlig utredning.

9 Analys av samhällsekonomiska konsekvenser

Riksdagen har fattat beslut om *Förordning (2007:1244) om konsekvensutredning vid regelgivning, KUF*. Förordningen innebär att alla förslag som olika utredare lägger fram om att ändra eller tillföra lagar och regler, också ska åtföljas av en analys som beskriver vilka effekter som förändringen förväntas leda till för berörda företags arbetsförutsättningar, konkurrensförmåga eller villkor i övrigt.

I det här kapitlet presenterar vi en sådan analys.

Det ingår i Tillväxtverkets ordinarie uppgifter att stödja myndigheter, departement och kommittéer i deras arbete med att utreda konsekvenserna av förslag till nya eller ändrade regler. Tillväxtverket tillhandhåller därför bland annat på sin webbplats en handledning för konsekvensutredning. Handledningen är också avsedd som hjälp till den som ska göra en konsekvensutredning av andra typer av statliga ingripanden.

Vi har valt att strukturera vår konsekvensanalys i enlighet med rekommendationerna i handledningen.

9.1 Problembilden bakom våra förslag

Det grundläggande problemet är att marknaden för filminspelningar inte är konkurrensneutral för svensk del. Film- och tevebolag från hela världen agerar på en internationell marknad för filminspelningar. Denna marknad är numera övervägande byggd utifrån att de flesta länder arbetar med subventionen produktionsincitament. Subventionen innebär att film- och teveproduktioner kan få skattereduktioner eller ekonomisk kompensation för sina kostnader inom ett specifikt land eller en del av ett land. År 2007 hade 12 stater i Europa infört produktionsincitament, och inom kort väntas antalet vara uppe i 30. År 2018 väntas enbart Sverige, Danmark, Luxemburg och Liechtenstein stå utanför. Företag i andra länder erbjuder därmed billigare lösningar än vad den svenska film- och tevebranschen kan göra. Sett till antalet genomförda filmproduktioner har Sverige haft en svagare tillväxt än EU, men även en svagare tillväxt än resten av världen. Utländska produktioner väljer bort Sverige till förmån för länder med likartade miljöer och lägre kostnader, samtidigt som svenska produktioner förläggs till billigare länder även när svenska miljöer ska skildras. Alltså finns en konkurrenssnedvridning för den svenska film- och tevebranschen och för Sverige som inspelningsland. Denna negativa utveckling ser ut att kunna accelerera.

Situationen ger redan en rad negativa konsekvenser och uteblivna effekter i Sverige, främst för företagen inom film- och tevebranschen, men även för hela sektorn kulturella och kreativa näringar, för den regionala tillväxten och utvecklingen samt för Sverigebilden i utlandet. Några exempel:

- Film- och tevebranschens utveckling var svag 2010–2015 sett till det totala antalet sysselsatta och sett till förädlingsvärdet. Det tyder på att produktiviteten inte har ökat mycket – och att konkurrenskraften därmed varit svag. Personer i branschen har vittnat om stora omställningar och tuff konkurrens på produktionsmarknaden de senaste åren. På sikt kan vi därför anta att antalet aktörer minskar.
- För varje krona som en svensk filminspelning omsätter, kan de kulturella och kreativa näringarnas andel av BNP öka mångfalt. Det sker transaktioner mellan film- och tevebranschen och i princip alla övriga delbranscher inom de kulturella och kreativa näringarna. Dessa samarbeten är ofta innovationsdrivande, inte minst för digital produktion.

- Regionalekonomiska effekter uteblir. En betydelsefull påverkan till följd av filminspelningar på lång sikt är exempelvis den export som uppstår genom internationella filmturisters konsumtion i regioner samt att såväl regioners som Sveriges internationella attraktionskraft och synlighet stärks.

Situationen behöver åtgärdas så att svenska företag och Sverige kan konkurrera på lika villkor. Den svenska staten har liten eller ingen möjlighet att påverka hur den internationella marknaden fungerar. Den svenska staten måste i det här läget förhålla sig till omvärlden, alltså till att den internationella marknaden fungerar som den gör.

9.2 Förslaget vi lämnat och syftet med det

9.2.1 Vårt förslag: införa produktionsincitament

Vårt förslag är i korthet att införa ett statligt produktionsincitament i Sverige i form av en produktionsrabatt till företag på minst 25 procent, för både svensk och till Sverige inkommande produktion, med krav på att

- produktionerna har en minimibudget enligt vissa belopp
- internationella produktionsbolag behöver samarbetsavtal med ett svenskt produktionsbolag för att få tillgång till rabatten
- svenska och internationella produktionsbolag behöver samarbetsavtal med svenska efterproduktionsbolag.

I vårt förslag ingår i korthet också att

- staten initialt avsätter totalt 300 miljoner kronor per år till produktionsrabatten
- den myndighet som regeringen väljer att utse som handläggningsansvarig även får ansvar för att följa upp och validera produktionsrabattens effekter, på omedelbar och på längre sikt.

9.2.2 Syftet med förslaget om produktionsincitament

Ett svenskt produktionsincitament ger möjlighet både för svenska och för internationella bolag att lokalisera fler filminspelningar till Sverige. Vi håller för troligt att ett produktionsincitament leder till en sådan ökning. Ett produktionsincitament förväntas också underlätta samproduktioner, eftersom Sverige då konkurrerar på lika villkor. Fler filminspelningar i Sverige och ett ökat utbyte med internationella aktörer bör leda till att kunskapsnivån och därmed konkurrenskraften hos svenska filmarbetare höjs.

Ett produktionsincitament innebär också att en större andel kapital i en produktions finansiering blir garanterad på förhand, vilket kan göra det mer attraktivt för andra investerarare att tillföra kapital i produktionen eftersom det samlade ekonomiska risktagandet då minskar. Med större budgetar kan kvaliteten på produktionerna höjas, något som stärker svensk konkurrenskraft på den internationella scenen.

9.2.3 Alternativa lösningar och noll-alternativet

9.2.3.1 Alternativa lösningar till statlig produktionsrabatt

Vi har övervägt de tre typer av produktionsincitament som huvudsakligen används i Europa i dag:

- skattereduktion för produktionsbolag i form av **skattekredit** (*tax credit*) – ges till produktionsbolag som en procentuell andel av stödberättigade kostnader för

filmproduktion, genom en minskning av den skatt som produktionsbolaget ska betala
- skattereduktion för investerare i form av **skatteavdrag** (*tax shelter*) – innebär att den som investerar i en filmproduktion får dra av beloppet från skatten
- statligt finansierad rabatt på filmproduktion, alltså en **produktionsrabatt** som finansieras direkt via statens budget – inte en skattereduktion för företag, så företagen behöver inte göra någon särskild skatteredovisning.

Eftersom produktionsrabatt har kommit att bli det vanligaste systemet internationellt, bedömer vi det sannolikt att utländska produktionsbolag kan attraheras enklare med produktionsrabatt än med andra alternativ.

Alla tillfrågade svenska företag är överens om att produktionsrabatter är att föredra som produktionsincitament. Det understryks att ett system med produktionsrabatter är transparent och enkelt att förstå, samtidigt som det enskilda företaget inte behöver göra någon särskild skatteredovisning. Aktörerna menar också att andra former av produktionsincitament är både krångligare och mindre effektiva. Det vill säga: Konkurrenskraft genom produktionseffektivitet kan uppnås bäst för produktionsbolag genom ett system med produktionsrabatter.

9.2.3.2 Noll-alternativet: Effekter av att inte införa en produktionsrabatt

Ur ett svenskt statligt perspektiv kan det ifrågasättas om en relativt liten och enskild bransch i det svenska näringslivet ska hållas uppe av statliga subventioner. Den svenska staten har liten eller ingen möjlighet att påverka hur den internationella marknaden fungerar. Den svenska staten måste i det här läget förhålla sig till omvärlden, det vill säga till att den internationella marknaden fungerar som den gör. Om Sverige inte inför en produktionsrabatt är sannolikheten mycket hög att Sverige förlorar ännu fler filminspelningar än i dag, först på kort sikt och sedan ännu mer på längre sikt. Ju lägre kompetensen och finansieringsnivåerna blir för svensk film- och teveproduktion, desto sämre blir förutsättningarna för att behålla spetskompetenser i landet, för att upprätthålla svensk konkurrenskraft och över huvud taget för svensk film- och tevebransch att existera.

Om Sverige inte inför en produktionsrabatt ökar risken för att en redan negativ situation förvärras. Vi bedömer alltså att samhällskostnaderna för att införa subventionen är lägre än kostnaderna för att inte införa den.

Samtidigt finns en alternativkostnad för subventionen i det mervärde som hade uppstått om de statliga pengarna hade använts till något annat. Om pengarna till en produktionsrabatt tas från ett annat anslag, medför det eventuellt negativa konsekvenser inom det området, vilket kan påverka nettoeffekten av den nya subventionen.

9.2.3.3 Alternativa sätt att utforma en statlig produktionsrabatt

I Nederländerna utgår en rabatt på 30 procent av de produktionskostnader som är föremål för beskattning i Nederländerna. Det kan finnas skäl att lägga en svensk rabatt högre än 25 procent, eftersom löneläget i Sverige och vissa andra faktorer bidrar till större omkostnader för filminspelningar i Sverige än på många håll i övriga Europa. Samtidigt finns skäl att harmonisera rabattsatsen mellan de nordiska länderna.

I Finland ställs bland annat krav på att finländska miljöer dokumenteras. På Irland ställs en mängd sådana liknande krav på spegling av irländsk kultur. I Norge finns krav på att minst 30 procent av finansieringen ska komma från internationella källor samt att ett internationellt distributionsavtal tecknas, för att gynna norskt näringsliv.

Vi har valt att hålla nere antalet krav för att systemet ska vara så enkelt för företagen som möjligt.

9.3 Ekonomiska konsekvenser av produktionsrabatt

9.3.1 Konsekvenser för företagen

9.3.1.1 Vilka företag är berörda utifrån antal, storlek och bransch?

De företag som främst berörs av förslaget är företagen inom film- och tevebranschen, däribland produktionsbolag, efterproduktionsbolag och distributionsbolag. I arbetet med en filminspelning är den drivande och samlande aktören vanligen ett produktionsbolag. Produktionsbolaget kanaliserar film- eller teveprojektets utgifter och intäkter genom att avtala, köpa in och betala för alla de olika varor och tjänster som behövs för att skapa ett färdigt resultat som kan visas. Figur 9.3.1 ger en statistisk översikt över den svenska film- och tevebranschen 2015.

FIGUR 9.3.1 Antal företag, antal anställda och omsättning i miljoner kronor i branschkategorin Film & TV, 2015

SNI-kod	Antal företag, 2015	Antal anställda, 2015	Omsättning i miljoner kronor, 2015
59 110 Produktion av film, video och TV-program (Produktionsbolag)	6 366	5 021	17 225
59 120 Efterproduktion av film, video och TV-program (Efterproduktionsbolag)	829	479	1 011
59 130 Film-, video- och TV-programdistribution (Distributionsbolag)	206	528	3 223
59 140 Filmvisning (Filmvisningsbolag)	99	803	2 311
60 200 Planering av TV-program och sändningsverksamhet (Tevebolag)	125	3 487	10 892
77 220 Uthyrning av videokassetter och dvd-skivor (Distributionsbolag)	141	320	510

Källa: SCB

Företag i kringliggande branscher kan också sägas bli berörda av förslaget. Detta gäller särskilt företag i övriga delbranscher inom sektorn kulturella och kreativa näringar. Vi har visat att filmproduktion påverkar sektorns omsättning kraftigt. Ett ökat antal filminspelningar i Sverige kommer mycket sannolikt att påverka många företag i sektorn.

Kulturella och kreativa näringar består av företag med kulturskapande eller kreativa processer som affärsidé eller råvara. I näringsgruppen finns också företag som bygger vidare på andras skapande, till exempel genom distribution och handel eller genom utveckling av digitala tjänster med kulturellt innehåll.

I den nationella statistiska definitionen av kulturella och kreativa näringar ingår branschgrupperna

- arkitektur
- audiovisuellt (inklusive dataspel, film och teve, radio)
- bild och form
- kulturarv
- litteratur och press
- litterärt och konstnärligt skapande
- mode
- reklam
- scenkonst (inklusive musik).

Figur 9.3.1 ger en statistisk översikt över alla företag inom de kulturella och kreativa näringarna 2015, inklusive film- och tevebranschen.

FIGUR 9.3.2 Antal företag, antal anställda och omsättning i miljoner kronor i kulturella och kreativa näringar totalt, 2015

	Antal företag, 2015	Antal anställda, 2015	Omsättning i miljoner kronor, 2015
Kulturella och kreativa näringar totalt	127 961	142 595	375 534

Källa: Kreametern (Tillväxtverket, 2017)

På kort sikt kommer de produktionsbolag gynnas som får direkt tillgång till subventionen. Likaså de företag som blir kontrakterade som underleverantörer till sådana produktionsbolag för att tillhandahålla de varor och tjänster som behövs i samband med inspelningen. Det kan gälla till exempel kulturella tjänster, transporter, säkerhetslösningar samt kost och logi för inspelningspersonalen.

På lång sikt gynnas många fler.

9.3.1.2 Kostnadsförändringar

Ett produktionsincitament förväntas leda till direkta kostnadsminskningar för produktionsbolag, på kort och lång sikt. Personer i film- och tevebranschen har de senaste åren vittnat om tuff konkurrens, och många bolag uppges ha en pressad ekonomisk situation, framförallt bland de mindre produktionsbolagen, vilket tyder på att aktörer riskerar att slås ut.

På längre sikt finns risk för stigande priser för de tjänster som produktionsbolagen köper. Offentliga subventioner har i vissa tidigare fall drivit fram den typen av kostnadsökningar.

Därför behöver effekterna av att införa en produktionsrabatt löpnade följas upp och utvärderas.

9.3.1.3 Tidsåtgång och administrativa kostnader

Vi har föreslagit att produktionsrabatten ska konstrueras på så sätt att de stödberättigade företagen upplever den som lättförståelig och effektiv samt förutsägbar och transparent. En svensk produktionsrabatt bör konstrueras så att den liknar andra länders rabattsystem. De intervjuade företagen menar att en produktionsrabatt med sådana förtecken inte skulle medföra någon stor administrativ börda.

Oaktat så uppstår en administrativ kostnad för företaget vid ansökningsförfarandet för att få produktionsrabatten, och i samband med redovisningen om företaget beviljats rabatt. Vi har frågat de offentliga aktörerna som administrerar produktionsincitament i Norge och Finland om deras uppskattning av tidsåtgång för företagen. De uppskattar tiden det tar att ansöka till cirka åtta arbetstimmar för att fylla i formulär och sammanställa bilagor, då företaget hur som helst under planeringsstadiet av en filmproduktion gör budgetarbete och projektbeskrivning. De uppskattar tiden det tar för ett företag att sammanställa ekonomi- och annan redovisning till cirka tjugo arbetstimmar, under förutsättning att företaget sköter sin normala bokföring på ett korrekt sätt.

Ur företagens perspektiv vore det också fördelaktigt med möjlighet till utbetalning av produktionsrabatten i intervall vartefter stödberättigade kostnader har betalats och bokförts, även om det innebär fler ansökningstillfällen. Detta beror på att det är under produktionsfasen som de stora utgifterna infaller, främst i form av löner, och likviditeten är ofta ett hinder i produktionsbolagens verksamhet.

9.3.1.4 Andra kostnader och påverkan på företagens verksamhet

Effekterna av ett produktionsincitament antas primärt vara att antalet film- och teveproduktioner i Sverige ökar. Omsättningen per produktion antas också öka, och därmed ökar förutsättningarna för bättre kvalitet. Vi har analyserat 9 svenska filmproduktioner som har genomförts under åren 2015-2016. Genomsnittsbudgeten för dessa var 40 miljoner kronor. Ett produktionsbolag som beviljats produktionsrabatt på 25 procent av 40 miljoner kronor skulle alltså få kostnader för 10 miljoner kronor ersatta av staten. Detta extra finansiella utrymme kan produktionsbolaget använda till att förbättra kvaliteten i den enskilda produktionen eller till att göra fler produktioner. I båda fallen förväntas effekterna bli ökade investeringar i filmproduktioner, positiv påverkan på kompetens inom film- och tevebranschen samt övriga kulturella och kreativa näringar, samt positiv påverkan på turism- och besöksnäringen på kort och lång sikt.

<u>Omsättning och antal genomförda produktioner</u>

År 2014 publicerade EAO studien *Impact Analysis of Fiscal Incentive Schemes Supporting Film & Audiovisual Production in Europe*. Studien visade att

- produktionsutläggen ökade i de undersökta länderna med produktionsincitament, med i genomsnitt 9 procent per år
- tillväxten var mycket högre, 15–20 procent, i de länder som nyligen hade infört produktionsincitament, medan utvecklingen tenderade att vara svagare i länder som redan haft produktionsincitament länge och som redan producerade mycket film
- film- och teveproduktionen generellt ökar till full kapacitet omedelbart när ett land inför produktionsincitament.

Om fler internationella produktioner med större budgetar för visuella effekter (VFX) skulle produceras i Sverige, skulle det också gynna detta segment inom svensk digital efterproduktion. Eftersom bolag i VFX-branschen ofta delar på uppdragen till större produktioner skulle en naturlig konsekvens bli en ökad efterfrågan av VFX-artister över hela Norden. På kort sikt är detta inte helt oproblematiskt, då kompetensbasen redan närmar sig full kapacitet, även om det kan lösas genom exempelvis arbetskraftsinvandring. På längre sikt skulle det dock behövas fler utbildningsplatser för designer, programmerare och grafiker för att lösa resursfrågan. Även boendefrågan i framförallt Stockholmsområdet riskerar att bli en flaskhals.

Vi bedömer att ett ökat antal filminspelningar skulle bidra till en märkbart ökad omsättning och förstärkt kompetens tvärs igenom de kulturella och kreativa näringarna. Vi har visat att film- och teveproduktioner i Sverige redan i dag genererar en hög efterfrågan inom övriga delar av de kulturella och kreativa näringarna.

Ökade investeringsflöden

Branschaktörerna menar att den svenska filmbranschen har mycket svårt att finansiera de produktioner som görs i Sverige.

Produktionsbolagens verksamhet kräver höga utlägg i början. Samtidigt kommer ofta vinsterna sent. Det innebär höga risker. De små och mellanstora företagen tycks därför ha mycket svårt att hitta lämplig privat finansiering. Ett produktionsincitament borde rimligen förutom att utjämna konkurrensvillkoren underlätta och stimulera finansieringen av film- och teveproduktion. En större andel kapital i en produktions finansiering som är garanterad på förhand kan dessutom göra produktionen mer attraktiv för andra investerarare att tillföra kapital, eftersom det samlade ekonomiska risktagandet då minskar. Därigenom kommer ett produktionsincitament troligen att leda till att svenska bolag i större utsträckning förlägger svenska filminspelningar till Sverige i stället för utomlands.

Kompetensutveckling och kompetensförsörjning

För att ett produktionsincitament ska ge sysselsättningseffekter krävs att personal bosatt i Sverige blir involverad i filminspelningen. Det betyder att regeringen behöver formulera villkor som säkerställer detta. Om det sker kommer kompetensnivån hos svenska filmarbetare att höjas till följd av fler produktioner och ett ökat utbyte med internationella aktörer, vilket på lång sikt stärker konkurrenskraften.

Kompetensförsörjningen inom den svenska film- och tevebranschen kan stärkas, exempelvis genom större tillgång till specialistkompetenser som ljussättare och kostymörer. Detta kan också öka mängden spetskompetens i Sverige. Spetskompetenser rör sig mellan olika länder, i alla branscher. Blir det mer ekonomiskt förmånligt och konstnärligt intressant att verka i Sverige, bör svenska bolag kunna attrahera mer spetskompetens och på så vis påverka tillgången på spetskompetens.

Turism- och besöksnäring

Filminspelningar ger upphov till internationell filmturism. Detta påverkar omsättningen i turism- och besöksnäringen.

Ju mer internationellt framgångsrik en produktion blir, desto större chans att internationella turister vill besöka det land där inspelningen skett. Ju mer synliga filminspelningar gjorda i Sverige blir bland internationella målgrupper, desto fler internationella filmturister kommer till Sverige. När filmturisterna är internationella besökare som konsumerar i Sverige uppstår export.

Till exempel Wallander-produktionerna som spelades in i Ystad med omnejd, har ökat mängden tillresta turister dit med 15 procent under en period. Efter 2001, när den första filmen i Sagan om Ringen-trilogin hade premiär, ökade också antalet turister på Nya Zeeland, där filmerna spelades in, med 17 procent. Under 2000-talet steg antalet sedan successivt upp till 40 procent högre än under 1990-talet. På liknande sätt har turistströmmarna till Nordirland och Kroatien ökat efter att teveserien Game of Thrones började spelas in där.

Övrigt näringsliv

Vi bedömer att ett ökat antal filminspelningar kommer ge upphov till ökad konsumtion av varor och tjänster från företag inom exempelvis transporter och säkerhetslösningar, det vill säga kringverksamheter till filmproduktion.

9.3.1.5 Överensstämmelsen med EU-rätt

Vi föreslår en produktionsrabatt för filminspelningar i Sverige, vilket är att betrakta som en form av statsstöd. EU:s statsstödsregler är därför tillämpliga, och förslaget måste stämma överens med dessa regler.

Vår bedömning är att vårt förslag om produktionsincitament är förenligt med EU-rätten på detta område. Stödet möjliggörs genom den allmänna gruppundantagsförordningen, GBER, som ställer upp villkor för att ett statsstöd kan undantas från statsstödsreglerna. Det finns undantag för kultur och film. I artikel 54 i GBER finns de förutsättningar som regeringen behöver förhålla sig till om de inför en produktionsrabatt.

Om produktionsrabatten i Sverige utformas inom ramarna för GBER behövs inget föregående godkännande från EU-kommissionen. Införandet av produktionsrabatten bör dock rapporteras till EU-kommissionen i enlighet med det anmälningsförfarande som är förknippat med EU:s statsstödsregler.

Om produktionsrabatten i Sverige utformas utanför ramarna för GBER behöver däremot regeringen få ett godkännande från EU-kommissionen innan rabatten införs.

Vi hänvisar i övrigt till avsnitt 8.2.5 där vi redovisar ett fördjupat resonemang.

9.3.1.6 Särskilda hänsyn vid tidpunkt för ikraftträdande, speciella informationsinsatser

Vi bedömer att en produktionsrabatt bör införas så snart som möjligt. Det är angeläget och brådskande. Åtgärden skulle förändra den nuvarande negativa situationen för svensk konkurrenskraft till det bättre.

Vi bedömer att inga speciella informationsinsatser kommer att behövas i Sverige, då branschens aktörer redan är djupt insatta i frågan. Branschens nätverksstruktur, och den goda regionala förankringen, kommer att göra att nyheten om ett införande sprids på bred front relativt snabbt.

Däremot kommer engelskspråkig information att behöva tas fram. Den myndighet som kommer att handlägga produktionsrabatten måste kunna bemöta internationella produktionsbolag. Svenska företag, regionala filmkommissionärer och nationella främjandeaktörer i utlandet kommer att behöva bidra till att de svenska positionerna flyttas fram i relevanta internationella sammanhang.

9.3.1.7 Påverkan på konkurrensförhållanden

Bakgrund: konkurrenssnedvridning

Konkurrenssnedvridningen består till den ojämförligt största delen i att andra länder genom produktionsincitament erbjuder billigare lösningar än vad svensk film- och tevebransch kan göra. Ekonomin i respektive filmproduktion är det som i högst grad styr var en inspelning förläggs. Det finns andra faktorer som påverkar, men det relativa kostnadsläget är avgörande.

De regionala produktionscentrumen påtalar alla att det är enbart ett statligt produktionsincitament som kommer att ge en tillräcklig effekt för att förbättra konkurrenskraften. Man skulle även välkomna åtgärder på strukturell nivå, exempelvis satsningar på att marknadsföra Sverige som filmland eller att förstärka svenska filmutbildningar. Det är framförallt produktionen av rörlig bild via produktionsbolag som behöver stöd. Stödet behöver vara finansiellt.

Effekt: konkurrensneutral marknad

Med en statlig produktionsrabatt kan svenska företag och Sverige konkurrera på lika villkor. Om marknaden blir konkurrensneutral, kommer svenska företag och Sverige att kunna börja konkurrera med sina kvalitativa förmågor och unika tillgångar. Här finns flera relativa konkurrensfördelar för Sverige.

Effekt: större synlighet på marknaden

Med en statlig produktionsrabatt kan Sverige komma in i de olika produktionsplaneringsguider som listar olika länders olika rabattsystem. I dag omnämns Sverige inte alls i sådana listningar. Det är mycket negativt i en bransch där det är avgörande för framgång att kunna agera och konkurrera internationellt under förproduktionsfasen, när finansiering och partnersamarbeten läggs upp.

I grannländer med incitamentsmodeller tycks filmteam röra sig mellan länderna, när mer kompetens och större team krävs än vad landet själv kan erbjuda. Detta innebär att båda inblandade länder får en större och mer konkurrenskraftig marknad.

Effekt: ökad efterfrågan ger större konkurrenskraft

Vi bedömer att ett ökat antal filminspelningar skulle bidra till en märkbart ökad efterfrågan inom både film- och tevebranschen och övriga kulturella och kreativa näringar. Kompetensbasen och kompetensutvecklingen för svensk film- och teveproduktion kan därmed stärkas.

Större efterfrågan gör det möjligt att utveckla och upprätthålla konkurrenskraftig specialistkompetens samt konkurrenskraftig kvalitet inom exempelvis ljussättning, kostymering, klippning, filmmusik och digital efterproduktion.

Vi bedömer att detta är en mycket viktig utveckling för svenskt näringsliv på kort och på lång sikt, bland annat för att konkurrenskraften här byggs genom innovativ samverkan mellan olika delbranscher.

9.3.1.8 Särskilda hänsyn till små företag

Vi föreslår att produktionsrabatten ska gynna större filmproduktioner framför mindre. Vår motivering är att Sverige ur ett samhällsekonomiskt perspektiv behöver prioritera att attrahera fler internationella filminspelningar. Eftersom internationella produktionsbolag oftare arbetar med betydligt större budget per filminspelning än vad svenska produktionsbolag har möjlighet till, behöver rabatten gynna större produktioner. Det är

därigenom önskade positiva följdeffekter regionalt och nationellt säkrast kan uppstå. Bland dessa förväntade effekter finns ökad efterfrågan på små företags tjänster, framförallt inom film- och tevebranschen, men även i hög grad inom övriga kulturella och kreativa näringar.

Vårt förslag om subventionens utformning medför inte automatiskt att större företag gynnas framför mindre, då även små produktionsbolag kan driva en film- eller teveproduktion med stor budget. Det är ändå sannolikt att de minsta produktionsbolagen inte kommer att kunna ta direkt del av subventionen.

9.3.1.9 Förslagets påverkan på företagen i andra avseenden

Vi ser ingen annan påverkan på företag än den som vi redovisat i det ovanstående.

9.3.2 Offentligfinansiella konsekvenser

9.3.2.1 Offentligfinansiella vinster till följd av subventionen

För att ett produktionsincitament ska få en positiv effekt på de offentliga finanserna krävs att de tillkommande skatteintäkterna från en stimulerad filmproduktion överstiger kostnaden för de subventioner som betalas ut.

Utifrån det material som vi har haft tillgång till går det inte att dra några definitiva slutsatser om den faktiska effekten på de offentliga finanserna av ett produktionsincitament. Men den internationella marknaden fungerar som den gör, det vill säga de flesta länder i EU- och EES-området har produktionsincitament. Den nuvarande situationen med en snedvriden konkurrens för svenska alternativ ger en rad negativa konsekvenser och uteblivna effekter för regional tillväxt samt för Sverigebilden i utlandet.

Spelas filmen in i Sverige ger detta med största sannolikhet upphov till samhällsekonomiska vinster i form av ökad konsumtion. En filmproduktion behöver köpa en hel del varor och tjänster i förbindelse med inspelningen. Bland annat kost och logi för inspelningspersonalen, transporter och säkerhetslösningar.

Producenterna för *Game of Thrones* övervägde till exempel att förlägga 30 inspelningsdagar till passande inspelningsmiljöer på Gotland, men valde till sist bort detta på grund av kostnaden. Producenterna för den kommande amerikanska filmen *The Girl in the Spider's Web*, om karaktären Lisbeth Salander, övervägde ursprungligen att förlägga det mesta av inspelningen till Sverige, vilket kunde ha fått 460 miljoner kronor att spenderas i Sverige.

En positiv utveckling av film- och tevebranschen med avseende på volym och kompetens kan i sig bidra till att ytterligare filminspelningsarbete lokaliseras till regioner och i förlängningen stärka förutsättningarna för attraktionskraft, sysselsättning och företagande.

Filminspelningar påverkar den turistekonomiska omsättningen i en kommun, en region eller ett land, och självklart då även omsättningen för företag inom turism- och besöksnäringen. Många platser som har förekommit i teveserier eller i flera filmer har över tid lockat fler besökare. När filmturisterna är internationella besökare som konsumerar i en svensk region uppstår export. Ju mer synlighet för en region som intressant filmturistmål bland internationella målgrupper, desto mer stärks regionens attraktionskraft och varumärkesvärde. Detta leder i förlängningen till en förstärkning också av bilden av Sverige som filmland och varumärket Sverige internationellt. Film- och teveproduktioner är alltså viktiga för och kan användas strategiskt i arbetet med att utveckla och marknadsföra ett helt land, lika väl som en viss plats.

9.3.2.2 Subventionskostnad för staten

Denna typ av subvention är en kostnad i den statliga eller regionala budgeten och betalas normalt ut i efterskott, när produktionsbolaget har redovisat sina stödberättigade och godkända kostnader. Typiskt sett inträffar detta först ett antal månader efter att företaget har betalat in moms, arbetsgivaravgift och andra skatter till det offentliga.

Valet och utformningen av modell för produktionsincitamentet kommer att påverka hur mycket administration och kontroll som behövs för att förmedla stödet. Generellt kan det antas att kostnaderna för administration ökar för såväl stödmottagarna som för den myndighet som ska ansvara för stödet, ju mer komplex och regelstyrd en stödordning är. Detta gäller för såväl ansökningsförfarandet som utbetalningen av stödet. Detta talar för att välja en stödordning som

- baserar sig på modellen med produktionsrabatter, som allmänt anses vara den som är enklast att administrera för såväl stödmottagare som administrerande myndighet
- innehåller ungefär de villkor och beloppsnivåer som vi föreslagit.

Detta innebär alltså en årlig kostnad för staten på 300 miljoner kronor.

9.3.2.3 Administrativa kostnader för staten

Därtill kommer kostnaden för administration, som i huvudsak är en lönekostnad. Vi bedömer att det behövs 2-3 helårsanställningar för uppgiften samt medel till att upphandla utvärderingar, göra vissa företagsbesök med mera. Detta bör innebära en årlig kostnad på 3 miljoner kronor.

Norge har inrättat en halvtidsbefattning (50 procent) för handläggningen. I arbetsuppgiften ingår beredning av ansökningar samt handläggning och kontroll av beslutade ärenden, däremot ingen utvärdering av effekterna. Ekonomiska överföringar sker via ett centralt system. I Norge bedöms detta fungera bra i nuläget. Det skulle dock kunna bli aktuellt att utöka mängden handläggare om beloppsnivåerna i det norska incitamentssystemet justerades. De har inledningsvis varit låga, varför endast ett fåtal produktioner kunnat beviljas stöd. Finland har inrättat två heltidstjänster för handläggningen. I arbetsuppgifterna ingår beredning av ansökningar samt handläggning och kontroll av beslutade ärenden, däremot ingen utvärdering av effekterna. Ekonomiska överföringar sker via ett centralt system.

9.3.3 Ekonomiska konsekvenser för medborgare i form av konsumenter och skattebetalare eller andra övriga grupper

Vi ser inga ekonomiska konsekvenser för medborgare i form av konsumenter och skattebetalare eller andra övriga grupper.

9.4 Miljömässiga konsekvenser av produktionsrabatt

Vi har mot slutet av arbetet med rapporten förstått att det finns en efterfrågan på ”grön film” eller ”hållbar film”. Vi har också mött uppfattningen hos några branschaktörer att möjligheten att kunna erbjuda miljövänliga eller miljömärkta inspelningsmiljöer på en plats, är på väg att bli ett allt viktigare konkurrensmedel. Tyvärr har vi inte kunnat göra någon analys som belägger eller nyanserar denna uppfattning. Men vi noterar att Film i Väst publicerade rapporten *Hållbar filmproduktion* 2017.

9.5 Sociala konsekvenser av produktionsrabatt

En social konsekvens och en samhällsekonomisk vinst är att en produktionsrabatt kommer att leda till att fler kulturella värden skapas. Dessa vinster är svåra, för att inte säga omöjliga, att kvantifiera, men vi kan ändå med säkerhet påstå att de ökar om konkurrensvillkoren för film i Sverige förbättras. Bland annat kan lokala kulturmiljöer tänkas tillkomma i form av platser där filmer har spelats in.

Kulturskapares möjligheter att försörja sig torde stärkas, och arbetsmarknaden för egenanställda personer kan antas förbättras.

Nästan alla vi haft kontakt med i rapportarbetet har lyft fram att en stor fördel med att fler svenska produktioner kan förläggas till Sverige är att svenska filmarbetare kan arbeta på hemmaplan.

10 Källförteckning

10.1 Litteraturförteckning

Baker, Riley & Van Doren. (1998). *Movie-induced tourism.*

BCG. (2017). *Hinder och möjligheter för fler filminspelningar enligt branschorganisationer och produktionsbolag. Kartläggning samt analys. Rapport till Svenska Filminstitutet.*

Cloudberry (A). (2011). *Millenniumrapporten. Ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenska Millenniumfilmerna.*

Cloudberry (B). (2011). *Brottsplats Kiruna. Fallstudier av ekonomiska effekter och värden från två kriminalserier inspelade i Kiruna, Norrbotten.*

Cloudberry (C). (2011). *ad Inga Lindström-filmerna gör för Stockholm, Sörmland och Nyköping. Regionalekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholm, Sörmland och Nyköping i de tyska inga Lindström-filmerna.*

European Audiovisual Observatory. (2014). *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe.*

EY. (2014). *Film- und Fernsehproduktion in Berlin-Brandenburg.*

Fikra (A). (2017). *I huvudet på en producent. Hur producenten väljer inspelningsplats. Rapport till Svenska Filminstitutet. .*

Fikra (B). (2017). *Film, näring åt den kreativa sektorn? Filmproduktionens betydelse för de kulturella och kreativa näringarna. Rapport till Svenska Filminstitutet.*

Goldmedia & DIW Econ. (2017). *Wirtschaftliche Bedeutung der Filmindusrie in Deutschland.*

inno Scandinavia och WSP. (2011). *Utvärderingsrapport 2011:06, Västra Götaland som filmregion.*

Netherland Film Fund. (2016). *Review of the economic impact of the Netherlands film production incentive .*

Nielsén, T. (2009). *Allt räknas. Om rabatter och erbjudanden till filmproduktion i Europa. .* QNB Analys och kommunikation AB.

Närings- och kulturdepartementen. (2016). Pressmeddelande: Tillväxtverket ska utreda produktionsincitament för filminspelningar.

Olsberg SPI (A). (2015). *Quantifying film and television tourism in England.*

Olsberg SPI. (2015). *A production incentive for Sweden .*

Oslo Economics. (2014). *Utredning av intensivordninger for film- og TV-produksjon. .*

Regeringsbeslut, Näringsdepartementet. (2016). Regleringsbrev för budgetåret 2017 avseende Tillväxtverket inom utgiftsområde 24 Näringsliv och utgiftsområde 19 Regional tillväxt (Tillväxtverkets diarienr Ä 2017-245).

Regeringskansliet. (2015). En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015-2020.

Regeringskansliet. (2017). *Filmen efter filmavtalet*. Hämtat från Regeringskansliet: www.regeringen.se

Sweco. (2017). *Analys av produktionsincitament för filmbranschen. Rapport till Tillväxtverket.*

Tannenwald. (2010). *State Film Subsidies: Not Much Bang for too Many Bucks. Center on Budget and Policy Priorities.* Center on Budget and Policy Priorities .

Tillväxtanalys. (2012). *Regionalt transportbidrag. En effektutvärdering med fokus på sågverksindustrin. .*

Tillväxtverket. (2014). *Förutsättningar för konkurrenskraftiga företag (Företagens villkor och verklighet 2014).*

Tillväxtverket. (2015). *Förutsättningar för kulturella och kreativa företag (Företagens villkor och verklighet 2014).*

Tillväxtverket. (2016). *Årsredovisning 2016.*

Tillväxtverket. (2017). *Kreametern - Statistik*. Hämtat från www.tillvaxtverket.se

Tillväxtverket. (2017). *Statistik - Kulturella och kreativa näringar*. Hämtat från www.tillvaxtverket.se

Tillväxtverket m fl. (2017). *Kreametern. En guide till svensk statistik för kulturella och kreativa näringar. .*

10.2 Intervjuade eller undersökta organisationer

Anagram

Atmo Media Network

Avanti

Bob Film

B-Reel Films

CAN-film

Chimney Group

Cloudberry Film

Dataspelsbranschen

Drama Svecia

Dramatikerförbundet

Fable fx

Film i Skåne

Film i Väst

Film och TV producenterna

Filmgate

Filmlance International

Filmpool Nord

Filmregion Stockholm Mälardalen

Good Post

Goodbye Kansas Holding AB

Harmonica Films
Haymaker
Important Looking Pirates AB
Jarowskij
Keativ Sektor
Kulturrådet
Lillasyster
Ljudbang
Musikförläggarna
Nice Drama
Nordic United
Oberoende Filmares Förbund
Ponytail Sound AB
Red Pipe Studios AB
Regionala resurscentrum för film / Filmregionerna
SF Studios
Shoot & Post
StellaNova
Svenska Institutet
Sveriges Kommunikationsbyråer - Komm!
Swiss International AB
Syndicate
Teaterförbundet för scen och film
The Line
Universal Music
UNLTD Unlimitied Stories
Visit Sweden
Walt Disney Studios Nordic
Yellow Bird
Zentropa Sweden

10.3 Fotografiuppgifter

Sid 7 Johnér
Sid 9 Fotograf Hans Alm
Sid 11 Maskot

Sid 15 Maskot

Sid 16 Apelöga

Sid 21 Maskot

Sid 36 Fotograf Katja Kircher

Sid 41 Fotograf Adam Haglund

Sid 45 Maskot

Sid 46 Ladjojaure i Gällivare och Kiruna. Fotograf okänd

Sid 48 Klädesholmen i Bohuslän. Fotograf Göran Assner

Sid 53 Maskot

Sid 54 Maskot

Sid 59 Fotograf Carola Björk

Sid 60 Fotograf Hans Bjurling

Sid 61 Johnér

Sid 62 Maskot

Sid 63 Fotograf Erik Leonsson

Sid 65 Framelab.se

Sid 69 Astrid Lindgrens Näs i Vimmerby. Örjan Karlsson

Sid 78 Fotograf okänd

BILAGA 1

Datum

2017-12-13

11 branschaktörers gemensamma plattform angående att införa produktionsincitament i Sverige

Följande skrivelse inkom till Tillväxtverket 2017-09-22 från Film & TV-producenterna. De 11 branschaktörerna är

- Film i Väst
- Filmpool Nord
- Film i Skåne
- Filmregion Stockholm-Mälardalen
- Film&TV-Producenterna
- Teaterförbundet för scen och film
- Sveriges Filmuthyrareförening
- Sveriges Videodistributörers förening
- Sveriges Television
- TV4
- Discovery

PLATTFORM: PRODUKTIONSINCITAMENT FÖR FILM OCH TV I SVERIGE

22 av EU:s medlemsländer har ett automatiskt produktionsincitament för film- och tv-produktion. Automatiska produktionsincitament finns också i 35 av USA:s delstater, i Australien, Kanada och en lång rad länder runt om i världen. De länder i Europa som inte har produktionsrabatter är: Bulgarien, Cypern, Grekland, Luxemburg, Danmark och Sverige.

Varför produktionsincitament?

- Marknaden för film- och tv-produktion är internationell.
- Ett svenskt system med produktionsincitament för film- och tv-produktion skulle bidra till att Sverige blir en mer attraktiv samarbetspartner för andra länder och att Sveriges konkurrensskraft på den internationella arenan stärks.
- En ökad tillväxt på film- och tv-området har förutsättningar att öka sysselsättningen och statens skatteintäkter, främja varumärket Sverige och Sverigebilden, samt bidra till en ökad turism och ökad tillväxt för besöksnäringarna.

Effekter av produktionsincitament

- Att svensk film och tv i ökad utsträckning produceras på hemmaplan och att utflyttningen av produktion motverkas.
- Att svenska film- och tv-projekt som annars inte hade kunnat göras möjliggörs
- Att betydligt fler internationella samproduktioner och flyttbara internationella produktioner görs i Sverige och de produktioner som redan valt att förlägga produktion hit lägger avsevärt större delar av produktionen till Sverige.
- Bättre förutsättningar för en långsiktigt hållbar ekonomi i svensk film- och tv-produktion
- Efterfrågan på arbetskraft och det samlade resursutnyttjandet i filmbranschen och de kreativa näringarna kan öka avsevärt
- En tillväxt i infrastrukturen och snabb uppbyggnad och utveckling av spetskompetenser, kunnande och professionalism.
- Starkare länkar till omvärlden för svensk film som gynnar svensk film ekonomiskt, kreativt och publikt.
- Fler fullbudgeterade långfilmer kan bidra till att målen i den svenska filmpolitiken nås.
- Att svensk film- och tv-produktion kan arbeta med en högre ambitionsnivå och med förstärkt konstnärlig och publik kvalitet
- Den utflyttning som idag sker innebär i värsta fall att berättelser redan på manusstadiet medvetet eller omedvetet utformas för att kunna utspela sig utanför Sverige, vilket gör att både svenska miljöer och svenska berättelser går om intet.

Till vad? Definition och avgränsningar

Produktionsincitamentet bör omfatta film och tv-drama som uppfyller kraven på att vara en kulturprodukt. Produktionsincitamentet bör också kunna omfatta annan tv-produktion som uppfyller de definierade kraven på att vara en kulturprodukt (och därmed omfattas av EU:s kulturundantag).

Produktionsincitamentet bör på lika villkor omfatta svensk film- och tv-produktion och till Sverige inkommande film- och tv-produktion.

Inkommande produktioner behöver en svensk partner (produktionsbolag) för att ha möjlighet att omfattas av produktionsincitamentet.

Hur?

Det finns en lång rad modeller för produktionsincitament. Mycket talar för att en renodlad så kallad produktionsrabatt (kontantrabatt) är att föredra.

En produktionsrabatt är jämförelsevis transparent, effektivt och enkelt att förstå. Det behöver ingen finansiering från tredje part. Det är en stor fördel att ett sådant system inte påverkar eller involverar skattesystemet.

För Sverige förordas ett system med en produktionsrabatt på 25 % av det projektet spenderar i Sverige i form av löner till personer som betalar skatt i Sverige och inköp av varor och tjänster (relevanta för projektet) hos företag med säte och personal i Sverige. Tjänsten/varan ska konsumeras i Sverige. Nivån på produktionsrabatten bör vara den samma som i övriga nordiska länder.

För att produktionsrabatten ska kunna sökas bör krävas en fastställd miniminivå på projektets budget. Här kan den finska modellen vara värd att titta på.[1]

Utformningen (t.ex. rabattsats, budgetnivåer) av systemet för produktionsincitament måste ske på ett sådant sätt att det både kan attrahera utländska projekt och kommer de inhemska film- och tv-projekten till del.

Ansökningsprocessen bör hanteras effektivt. Handläggningstiden bör vara så kort som möjligt. Nödvändig expertis behöver rekryteras till den myndighet som ska hantera produktionsincitamentet.

Produktionsincitamentet bör och får inte ersätta den kulturpolitiskt motiverade satsning som görs på filmen. Förutsättningen för att produktionsincitamentet ska kunna ge maximal positiv effekt är att det nationella filmstödet minst har nuvarande omfattning.

Myndigheten som hanterar produktionsincitamentet bör sannolikt också vara någon annan än Svenska Filminstitutet som hanterar de kulturpolitiska filmstöden, så att de kulturpolitiska och näringspolitiska mekanismerna hålls isär. Så har exempelvis gjorts i Finland.

Projekt bör löpande kunna ansöka om produktionsrabatten och få ett förhandsbesked om det omfattas av rabatten och vad den preliminärt beräknas till. Den slutliga produktionsrabatten bör fastställas efter det att redovisningen lämnats in till myndigheten. Godkänd auktoriserad revisor bör granska och garantera att ”spenden” i Sverige är korrekt redovisad. Målsättningen bör vara att myndighetens eget granskningsarbete maximalt tar tre månader i anspråk. Utbetalning av rabatten bör ske så att en del av rabatten betalas ut vid beviljad ansökan och resterande medel omedelbart efter den efterföljande granskningen har slutförts och godkänts. Formkrav i form av exempelvis completion bond kan uppställas för att garantera projektets färdigställande.

Systemet bör löpande utvärderas. Utgångspunkten för utvärderingen är de inlämnade detaljerade spendredovisningarna. Dessa kan kompletteras med studier av hur produktionsincitamentet påverkar ekonomi, kunnande,

[1] I Finland förekommer olika miniminivåer för olika genre/format, både avseende produktionsbudget och spend i Finland. Till exempel är miniminivån för produktionsbudget för lång spelfilm 2,5 mn euro.

kompetens, turism/besöksnäringen, andra kreativa näringar, filmexport, internationella samarbeten och bilden av Sverige.

Kostnad

Produktionsincitament är i princip självfinansierande, då skatteintäkterna överstiger kostnaderna med råge.[2] Skatteintäkterna uppkommer normalt flera månader innan rabatten betalas ut och utbetalningen sker först efter att kostnaderna i det specifika territoriet kontrollerats och godkänts.

Många länder/territorier börjar med att ha ett tak för hur stor den samlade produktionsrabatten som betalas ut kan vara. Finland har exempelvis initialt infört ett tak på 100 miljoner kronor per år. Förekomsten av ett tak innebär att produktionsincitament inte kan garanteras alla kvalificerade projekt, vilket i sin tur kan göra det svårare att marknadsföra och tillämpa systemet. I Finland nåddes taket redan efter halva året.

Det långsiktiga målet för Sverige bör vara att införa ett förutsebart system som garanterar produktionsincitament för kvalificerade projekt, oberoende av konkurrerande projekt samma år.

I en inledande fas kan det dock vara rimligt att även Sverige introducerar ett tak på 300 miljoner kronor per år och att man löpande utvärderar de ekonomiska effekterna, exempelvis hur stora ökningar av de samlade skatteintäkterna som produktionsrabatterna genererar. För att inte några få enskilda projekt ska dränera systemet bör även övervägas en maxnivå för utbetalade medel per projekt. Efter utvärdering kan tas ställning till om taket bör höjas eller tas bort.

[2] Olsberg SPI ”A production incentive for Sweden” s. 20

BILAGA 2

Datum

2017-12-13

I HUVUDET PÅ EN PRODUCENT

Hur producenten väljer inspelningsplats



EN ANALYS AV FIKRA PÅ UPPDRAG AV SVENSKA FILMINSTITUTET

FÖRFATTARE: PATRICK EL-CHEIKH & LINDA MUTAWI

November 2017

I HUVUDET PÅ EN PRODUCENT

Hur producenten väljer inspelningsplats

Innehåll

SAMMANFATTNING 3

1 INTRODUKTION 5

1.1 I huvudet på en producent 5

1.2 Uppdraget 6

2 METOD 7

2.1 Hur vi genomförde studien 7

2.2 Marknadspreferensanalysen 7

2.2.1 Val av beslutskriterier 9

2.2.2 Val av länder 12

2.2.3 Samla in data och konvertera till jämförbara beslutskriterier 12

2.2.4 Att vikta beslutskriterierna 13

2.2.5 Indexering och analys av data 14

2.3 Problem och utmaningar med analysen 16

2.4. Film & TV 18

3 ANALYS & RESULTAT 19

3.1 Producenternas bakgrund 20

3.2 Producenternas viktning av beslutskriterierna 22

3.2.2 Variation på inspelningsmiljöer viktigast i Ease of Production 22

3.2.3 Viktfördelning i Ease of Production enligt geografisk hemvist 23

3.2.4 Viktfördelning i kategorin Ease of Production i relation till produktionens storlek 25

3.2.5 Viktfördelning i Ease of Production i relation till genre 27

3.2.6 Produktionsincitament väger tyngts i Economic Attractiveness. 29

3.2.7 Viktfördelning i Economic Attractiveness i relation till geografisk hemvist 30

3.2.8 Viktfördelning i Economic Attractiveness i relation till produktionens storlek 31

3.2.9 Viktfördelning i Economic Attractiveness i relation till genre 32

3.3 Hur filmkommissionärernas uppfattar producenternas prioriteringar 33

3.4 Hur placeras Sverige? 34

3.4.1 Sveriges position i Ease of Production 34
3.4.2 Economic Attractiveness 41
3.4.3 Internationella samproduktionsavtal 46
3.4.4 Produktionspreferensmatrisen 48
3.4.5 Scenarioanalys I: Sverige inför incitament i likhet med Finland. 49
3.4.6 Scenarioanalys II: Sverige inför incitament i likhet med Storbritannien 51
3.4.7 Scenarioanalys III: Sverige inför fler och större fonder på samma nivå som Tyskland 52
4 SLUTSATSER 54
BILAGOR 56
Bilaga A – Om Analytic Hierarchy Process 56
Bilaga B – Beskrivning av indexering av beslutskriterierna 57
BILAGA C: ENKÄTER 61
C1: Enkät till producenter 61
C2: Enkät till filmkommissionärer 67
BILAGA D: Källor 71

SAMMANFATTNING

Svenska Filminstitutet har gett Fikra i uppdrag att undersöka och analysera hur internationella produktionsbolag, d v s svenska och utländska bolag som är verksamma utanför sitt ursprungsland, väljer inspelningsplats. Uppdraget omfattar att:

1. Identifiera de beslutskriterier som är viktigast för producenten inför val av inspelningsplats och dela in dem i två kategorier:
    a. *Ease of Production,* d v s de praktiska och funktionella argumenten som är viktiga för själva genomförandet av inspelningen.
    b. *Economic Attractiveness*, d v s de ekonomiska och finansiella argumenten som är viktiga för filmprojektets ekonomi.
2. Etablera viktvärden för hur dessa kriterier står i relation till varandra inom de två kategorierna (Med ”viktning” menar vi hur stor betydelse en producent lägger på ett kriterium i förhållande till ett annat).
3. Givet ovan viktningar och beslutskriterier, identifiera hur Sverige positionerar sig som inspelningsplats i förhållande till ett urval av andra länder i Europa.

För att besvara nyckelfrågorna har vi kombinerat skrivbordsundersökning (d v s insamling av sekundära data) med intervjuer samt utskick av enkäter. Vi genomförde ett antal djupintervjuer med experter från filmbranschen i syfte att identifiera de viktigaste beslutskriterierna inför en filminspelning. Därefter fastställdes viktvärden för beslutskriterier genom en enkät till internationella producenter där vi applicerade en beslutsteoretisk modell kallad *Analytical Hierarchy Process*. Parallellt skickades en separat enkät till lokala rådgivare vid filminspelningar, huvudsakligen filmkommissionärer, för att kunna indexera ländernas komparativa prestanda inom respektive beslutskriterium. Med beslutskriteriernas vikter och ländernas jämförelsetal kunde vi därefter rita upp en s k marknadspreferensmatris, där länderna i vår undersökningsgrupp kunde placeras i ett diagram utifrån deras respektive resultat i *Ease of Production* och *Economic Attractiveness*.

Under beslutskategorin *Ease of Production* fick beslutskriteriet *Utbud av inspelningsmiljöer* högst viktning (19,5 procent). Näst högsta vikt var *tillgång till kompetens* samt *säkerhet* (båda viktades med 16,1 procent). Därefter *tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur* (15,0 procent), *tillåtna arbetstider* (12,6 procent), *inspelningsvänlighet* (12,4 procent) och slutligen *kunskaper i engelska* (8,3 procent). Analysen visar dock att det finns viktiga skillnader mellan producenternas prioriteringar beroende på deras bakgrund och den aktuella produktionen. Till exempel anser amerikanska producenter i högre utsträckning än skandinaver att säkerhet är viktigt. En annan skillnad är att producenter med stora budgetar värdesätter tillgång till kompetens högre än vad producenter med mindre budgetar gör. Inom *Ease of Production* rankades Storbritannien högst medan Sverige placerades på en femte plats i en grupp besående av 13 länder.

Under kategorin *Economic Attractiveness* viktades *produktionsincitament* allra högst med 36,8 procent. På andra plats kom *lokala kostnader* med en vikt på 29,4 procent. Det tredje viktigaste beslutskriteriet var *utbud av nationella och regionala fonder* (22,7 procent) och lägst prioritet fick *valutarisk* (11,1 procent). Under den här kategorin kunde totalt 16 länder inkluderas. Frankrike rankades högst medan Sverige placerade sig på sista plats eftersom landet samtidigt saknar produktionsincitament och har relativt höga lokala kostnader.

Marknadspreferensmatrisen visar att skillnaderna mellan länderna i beslutskategorin *Ease of Production* också är relativt små. För beslutskategorin *Economic Attractiveness* går däremot en stark gräns mellan länder som har och länder som inte har produktionsincitament. I vår scenarioanalys blir det tydligt att om Sverige vill tillhöra de länder som kan konkurrera om internationella filminspelningar krävs produktionsincitament.

Sammanfattningsvis visar denna analys följande om Sveriges konkurrenssituation:

1. Avsaknad av *produktionsincitament* gör att Sverige inte är tillräckligt konkurrenskraftigt för att attrahera internationella filmproduktioner (undantaget projekt med specifika lokaliseringskrav som av konstnärliga skäl inte går att erbjuda på annan plats).
2. Sverige skulle kunna konkurrera om fler produktioner till landet, d v s både behålla svenska produktioner som annars riskerar att förläggas utomlands samt attrahera utländska produktioner som väljer att spela in i andra länder, om man introducerar ett incitamentsystem som är jämförbart med övriga länder i Europa.
3. Analysen visar att det inte förefaller finnas andra genomförbara åtgärder som Sverige skulle kunna implementera för att attrahera internationella filmproduktioner.

Filmen är till syvende och sist en kreativ process, och varje film i sig ett unikt projekt med egna mål, behov och krav. Därför bör produktionsincitament kompletteras med en fortsatt god förståelse för enskilda filmprojekts förutsättningar om man vill vara framgångsrik med att attrahera fler produktioner till landet.

1 INTRODUKTION

1.1 I huvudet på en producent

Hur tänker en producent när hen ska välja inspelningsplats för sin film eller sin dramaserie? Vilka faktorer vägs in, och vad är viktigast?

I samtal med producenter brukar svaret vara enkelt: Producenten vill försöka realisera filmarens kreativa vision på ett så ekonomiskt förmånligt sätt som möjligt. Ett annat sätt att se på det är att producenten ska se till att få det kreativa verket ekonomiskt genomförbart. Alltså brukar svaret ofta låta så här: *"Bottom line"* (slutresultatet). Men en inspelning bär på en rad frågeställningar där kostnaden inte alltid är så enkel att förutsäga. Vad händer om vi inte får vårt filmtillstånd i tid? Vad gör vi om vi inte hittar rätt folk till inspelningen? Hur kan vi säkerställa att vi får rätt miljö till våra scener? Vilka säkerhetsrisker är vi beredda att ta för att få filmen genomförd? Samtliga frågor leder dock till den slutgiltiga frågeställningen: *"Hur får vi den här filmen att gå ihop – såväl kreativt som ekonomiskt?"*. Denna fråga har naturligtvis i sin tur bäring på hur vi bör resonera kring de ekonomiska incitamenten för filmproduktion, något som berört såväl producenter som policymakare i årtionden nu.

Vi vet redan att tillgång till olika ekonomiska incitament påverkar producenternas val av inspelningsplats. Det tydligaste beviset är att titta på hur länderna agerat under senare år för att attrahera inspelningar. Idag är det lättare att räkna de länder som saknar incitament än de som har. År 2007 hade tolv länder i Europa ett incitamentsystem på plats, d v s ett skattefinansierat stödsystem som möjliggör någon form av rabatt på inspelningskostnaderna. Tio år senare är denna siffra 27 men väntas bli 30 inom kort. [1] År 2018 väntas endast Sverige, Danmark, Luxemburg och Liechtenstein sakna produktionsincitament inom EU-EES området. En del menar t o m att avsaknad av incitament har blivit ett hinder eftersom stimulanserna numera är regel än undantag.

Men hur viktigt är produktionsincitament i det större sammanhanget, i jämförelse med alla andra omständigheter som producenten måste bedöma inför valet av inspelningsplats? Kan det vara så att det finns andra kriterier som måste vara på plats för att producenten seriöst ska överväga att förlägga en inspelning i ett land istället för ett annat?

Fikra kommer att under denna rapport analysera hur det förhåller sig med dessa frågeställningar. Och efter att ha undersökt hur producenten väger de olika beslutskriterierna mot varandra kommer vi att i den här studien söka förstå vilka länder som har de bästa förutsättningarna att väljas för en inspelning. Resultatet av analysen kommer att ge en indikation på hur länderna presterar, vilka länder som bör vara mest attraktiva för en filmproduktion, och bättre förstå hur Sverige står sig i konkurrensen mot dessa länder.

[1] European Audiovisual Observatorys websida (http://www.obs.coe.int/)

Uppställningen av beslutskriterierna i två kategorier *Ease of Production* (d v s de praktiska och funktionella argumenten som är viktiga för själva genomförandet av inspelningen) och *Economic Attractiveness* (de ekonomiska och finansiella argumenten som är viktiga för filmprojektets ekonomi) syftar främst till att ge läsaren (i) en bättre bild på hur Sverige placerar sig jämfört med andra länder samt möjligen också (ii) identifiera vilka områden som Sverige skulle förbättra sig på för att attrahera fler filminspelningar till sig.

1.2 Uppdraget

Regeringen har gett i uppdrag till Tillväxtverket att tillsammans med Svenska Filminstitutet utreda för- och nackdelar med ett eventuellt införande av ett nationellt incitamentsystem för filminspelningar i Sverige. Som en del av detta arbete har Fikra fått i uppdrag att närmare identifiera och analysera hur de internationella produktionsbolagen väljer sina inspelningsplatser. De nyckelfrågor som ska utredas är:

- Vad är viktigast för internationella producenter när de väljer inspelningsplatser?
- Vilka beslutskriterier spelar roll när internationella produktionsbolag väljer inspelningsland, och hur kan dessa kriterier viktas?
- Vilka beslutskriterier kan definieras som s k *”Ease of Production”* och *”Economic Attractiveness”*?

I syfte att bättre förstå svensk konkurrenskraft i sitt internationella sammanhang belyser rapporten också följande fråga:

- Givet ovan kriterier, deras respektive vikt och placering i skalan *Ease of Production* resp. *Economic Attractiveness*, var tror vi att Sverige placerar sig som inspelningsplats jämfört med andra europeiska länder?

2 METOD

2.1 Hur vi genomförde studien

För att genomföra uppdraget har vi kombinerat sekundärdata med djupintervjuer och utskick av enkäter.

Sekundärdata: Sökning och läsning av facklitteratur, offentlig statistik, databaser m.m. för att sätta oss in i frågeställningen och hitta relevant teori men också för att få kunskap om vilken information som fanns tillgänglig för analysen av kriterierna.

Djupintervjuer: Samtal med företrädare från de regionala filmkommissionärerna samt några producenter med lång erfarenhet av internationella produktioner. Syftet var att identifiera relevanta beslutskriterier för analysen och utforma ändamålsenliga enkäter.

Enkätundersökning riktad mot producenter: En enkätundersökning riktat till 40 internationella producenter (svenska producenter med erfarenhet av att filma utomlands samt utländska bolag som arbetar internationellt). Vi har strävat efter en så bred representation av producenter som möjligt, både vad gäller hemvist och erfarenhet, för att se vad bakgrunden spelar för roll i bedömningen av beslutskriterierna.

Enkätundersökning riktad mot filmkommissionärer i Europa: Eftersom många av de beslutskriterierna som vi ansåg vara relevanta saknade statistiskt underlag för att jämföra länderna med varandra kompletterade vi med ytterligare en enkätundersökning riktat till filmkommissionärer verksamma i de länder som ingick i undersökningen. Några av frågorna följdes även upp med epost.

Analys av data: Svaren samlades in till analys och slutsatserna presenteras i denna rapport.

2.2 Marknadspreferensanalysen

När ett företag väljer att expandera internationellt sker det på olika sätt. Vanligen börjar företaget att först sälja på sin hemmamarknad, för att därefter etablera sig i grannländer där kulturskillnader och de byråkratiska utmaningarna ofta är små. Så småningom söker sig företaget till marknader allt längre bort från sitt hemland, för att spridas som ringar på vatten. Nästan lika ofta kommer företag till en ny marknad på grund av rena tillfälligheter – t ex blir företagets VD kontaktad av en potentiell kund från ett främmande land och företaget bestämmer sig så småningom att expandera till en ny marknad. Expansionen tenderar då till att bli mer reaktivt och opportunistiskt – d v s företaget reagerar på en presenterad möjlighet istället för att göra ett aktivt val.

Genom en marknadspreferensanalys kan man begränsa slumpens eller den geografiska gravitationskraftens inflytande för att i stället skapa utrymme för ett mer rationellt beslut

baserat på faktiska möjligheter och tillgänglighet. På liknande sätt kan producentens val av inspelningsplats för en ny film eller TV-serie också göras mer planlagt genom att analysera flera beslutskriterier inför ett slutligt beslut för inspelningen.

Robert D. Hisrich, professor i global företagsekonomi vid Kent State University, rekommenderar en femstegsraket vid val av marknad:

1) Identifiera relevanta indikatorer (vi kallar dem för beslutskriterier i denna rapport) som är av vikt för en framgångsrik expansion.
2) Samla in data från valda länder och konvertera till jämförbara beslutskriterier, t ex indexvärden.
3) Bestäm lämplig vikt för varje beslutskriterium för att avgöra hur viktigt detta kriterium är för en etablering.
4) Analysera data.
5) Välj därefter högst rankad marknad utifrån den ranking som uppstår, t ex genom att multiplicera beslutskriteriernas index med deras respektive vikt och addera dem. Länderna med högst värde blir då högst rankade.[2]

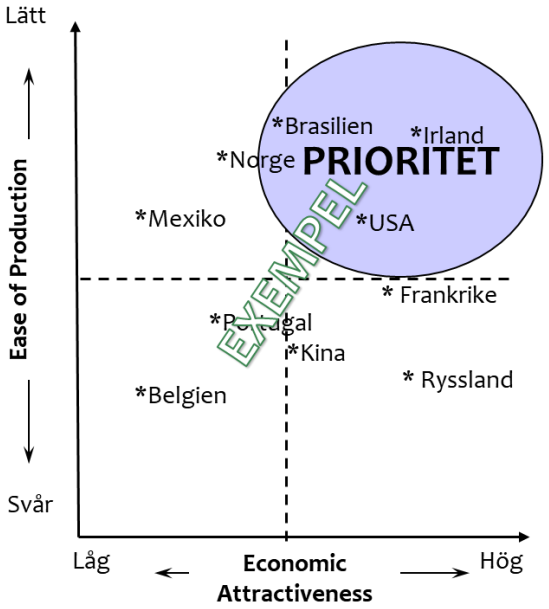
I vår rapport, där vi anpassat modellen för producentens val av inspelningsplats, har vi delat upp beslutskriterierna i två kategorier:

- Kriterier som har en direkt påverkan på budget och projektets ekonomiska förutsättningar – i rapporten benämnda som *Economic Attractiveness*
- Kriterier som berör det praktiska och funktionella genomförandet av projektet (vilket därmed har en mer indirekt påverkan på budget) – i rapporten kallar vi dessa kriterier för *Ease of Production*.

Marknadsvalet bör alltså vara ett land som placerar sig högt både vad gäller *Economic Attractiveness* och *Ease of Production*. Om ett inspelningsland blir för dyrt att spela in i, eller saknar nödvändig finansiering eller incitament, kommer det sannolikt inte bli aktuellt för en produktion, oavsett hur enkelt och praktiskt ett land är att vara verksamt i. Samtidigt kommer ett land inte heller vara tillräckligt intressant att spela in i om besvären för att få filmen genomförd är för stora, även om det finansiella erbjudandet lockar.

[2] Robert D. Hisrich, ”International Entrepreneurship, Starting, Managing and Developing a Global Venture”, Sage Publications 2009.

Figur 1: Exempel på en marknadspreferensmatris



2.2.1 Val av beslutskriterier

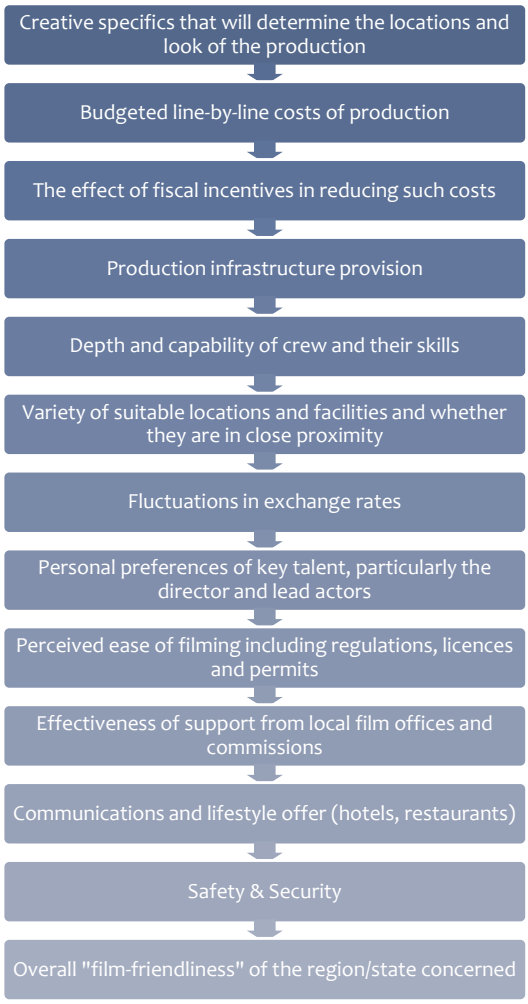
Vilka är de viktiga beslutskriterierna för inspelning av en film? För att svara på frågan har vi dels tagit hjälp av tidigare rapporter samt intervjuat ett urval av filmkommissionärer och erfarna producenter. Filmkommissionärer i synnerhet, har stor vana av att diskutera förutsättningar för olika inspelningar med producenter, och kan därför sägas ha särskild expertis om vad som efterfrågas när producenten väljer inspelningsplats.

Inför diskussionerna om beslutskriterierna har vi också tagit stöd av Olsberg – SPI:s flödesschema som illustrerar producentens stegvisa beslutsprocess vid val av inspelningsland (se nästa sida).

Den första förutsättningen som måste uppfyllas är att platsen har de visuella kvaliteterna som efterfrågas av filmskaparna. I många fall går det att med hjälp av visuella effekter och/eller scenografi återskapa i princip vilken miljö som helst. Ibland händer det dock att filmaren har sådana krav på autencitet att detta inte går, eller att det blir för kostsamt att återskapa. Ett sådant exempel var inspelningen av David Finschers's *Girl with the Dragon Tattoo* där regissören insisterade på att göra filminspelningen i Stockholm för att få rätt känsla i filmen, trots producenternas invändningar.[3] I vår undersökning har vi bett producenterna att bortse från dessa tillfällen för att göra jämförelsen av platserna mer relevant för studien.

[3] Samtal med Ingrid Rudefors, f.d. Filmkommissionär i Stockholm

Figur 2: The Producer's Decision Flow Chart [4]



Nedan följer de beslutskriterier som vi efter samtalen valt att ta med i analysen.

Under den kategori av beslutskriterier som vi kallat för *Ease of Production* har vi:

- **Tillgång till kompetens** (*Skilled work force*): Här syftar vi främst på tillgång till kompetenta filmarbetare som kan anställas lokalt för filminspelningen.
- **Utbud av inspelningsmiljöer** (*Diversity of locations*). Vad ett inspelningsland kan erbjuda en produktion för typ av miljöer (t ex berg, skog, slott, skyskrapor etc).

[4] Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe, Olsberg • SPI, utgiven av European Audiovisual Observatory, December 2014. .

- **Inspelningsvänlig infrastruktur** (*Availability of infrastcurure*) Vad landet kan erbjuda i form av filmstudios, teknisk utrustning, tillgång till flygplatser, hotell etc.
- **Inspelningsvänlighet** (*Film Friendliness*): Hur enkelt eller svårt det är att få inspelningstillstånd, kommunicera med lokala myndigheter, få hjälp av filmkommissionärer etc.
- **Kunskaper i engelska** (*English Proficiency*): Hur vanligt det är att folk förstår och talar engelska i landet.
- **Tillåtna arbetstider** (*Accepted working hours*): Hur vanligt det är att man tillåter filmarbetare att arbeta långa dagar utan att fack eller myndigheter ingriper (många produktioner förutsätter långa arbetsdagar för såväl planering- som av kostnads-skäl).
- **Säkerhet** (*Safety & Security*): Hur säkert ett land är att spela in i, om det finns risker för t ex kriminalitet, terrorism, konflikter etc.

Den andra kategorin av beslutskriterier som vi kallar för *Economic Attractiveness* har som nämnts en mer direkt påverkan på de ekonomiska förutsättningarna för inspelningen:

- **Tillgång till produktionsincitament** (*Availability of production Incentives*): Vad ett land kan erbjuda för förmånliga incitament såsom skattelättnader och skatterabatter. Med produktionsincitament syftar vi på ett skattefinansierat stödsystem som erbjuder lägre inspelningskostnader för produktionen.
- **Tillgång till nationella och regionala filmfonder** (*Availability of National & Regional Funds*): Vad finns det för möjligheter för en filmproduktion att få sin film finansierad genom regionala och nationella filmfonder i landet. Filmproducenternas tillgång till fonderna för utländska inspelningar påverkas i stor utsträckning av huruvida det finns officiella internationella samproduktionsavtal på plats. Notera att fonder också är ett incitament, men att den främst påverkar intäktssidan. Fonder är också oftast selektiva i sin natur och har återbetalningskrav (några få, som t ex Svenska Filminstitutet, kräver dock ingen återbetalning).
- **Lokala Produktionskostnader** (Local Costs): Vad det kostar att vara verksamt i landet, t ex lönekostnader, logistikpriser och levnadskostnader.
- **Valutarisk** (Foreign Exchange Risk): Valutans kursändringar (volatilitet) och riskerna med att handla i en annan valuta.

2.2.2 Val av länder

I nästa steg har vi, tillsammans med uppdragsgivaren, valt ut länder som ansågs mest relevanta att ha med i undersökningen. Målsättningen var att ha med länder i Europa som attraherat många internationella inspelningar och som svenska producenter ofta vänder sig till, m a o länder som kan betraktas som konkurrenter med Sverige om filminspelningar (se tabell 1 nedan)

För analysens kvalitet har det också varit angeläget att få tillgång till relevanta och jämförbara data. Eftersom vi inte lyckades få tillräckligt tillförlitlig information från Island och Estland både vad gäller beslutskategorierna *Economic Attractiveness* och *Ease of Production*, valde vi att utelämna dessa länder från analysen. Ytterligare två länder, Frankrike och Estland saknade vi tillräckligt med information för att analysera *Ease of Production* och ingår således endast i analysen av *Economic Attractiveness.* De länder som vi har tillräckligt med information för att placeras in i marknadspreferensdiagrammet blev således totalt tretton (markerade i fetstil)

Tabell 1: Undersökningsländer med kvalificerade uppgifter för analys

Länder	Ease of Production	Economic Attractiveness
Belgien	**√**	**√**
Danmark	**√**	**√**
Estland	X	√
Finland	**√**	**√**
Frankrike	X	√
Island	X	X
Irland	**√**	**√**
Lettland	X	X
Litauen	**√**	**√**
Nederländerna	**√**	**√**
Norge	**√**	**√**
Polen	**√**	**√**
Storbritannien	**√**	**√**
Sverige	**√**	**√**
Tjeckien	**√**	**√**
Tyskland	**√**	**√**
Ungern	**√**	**√**

2.2.3 Samla in data och konvertera till jämförbara beslutskriterier

För att samla in information om producenternas syn på beslutskriterierna gick vi ut med en enkät till 40 producenter i Europa och Nordamerika. Vi har varit måna om att ha ett så representativt urval som möjligt för att se hur producenternas svar skiljer sig utifrån produktionstyp, genre och ursprungsland (s k *kvoturval*). Parallellt med detta har vi också samlat in data kring kriterier som vi valde i steg 1. En utmaning har varit att försöka få in jämförbar relevant statistik mellan de olika länderna. För att jämföra länderna emellan har vi utgått från en indexerad poängsättning. I flertalet fall har vi tagit fram egna modeller för beräkning av index baserat på insamlade svar från filmkommissionärerna och från andra källor, ofta bestående av flera kriterier som vi har viktat utifrån egen bedömning.

Det bör återigen belysas att svaren i en sådan analys kommer i bästa fall vara approximativ. Svaren ska inte heller ses som en obestridlig ranking av länderna, utan är mer en uppskattning baserad på insamlade data.

2.2.4 Att vikta beslutskriterierna

Att förstå beslutskriteriernas betydelse i producentens val av inspelningsland, samt viktningen av dessa, är en väsentlig del av uppdraget. Med ”viktning” menar vi hur stor betydelse en producent lägger på ett kriterium i förhållande till de övriga kriterierna. Resonemanget kring begreppet viktning åskådliggörs med nedanstående förenklade exempel:

> *Beslutsunderlaget X innehåller tre beslutskriterier; kriterierna A, B samt C. Dessa kriterier är en del av beslutsunderlaget och deras vikt ska summera till 100%. Kriterium A viktas i detta exempel till 50 procent, och utgör alltså det viktigaste kriteriet. Kriterium B bedöms ha en mindre betydelse och viktas till 30 procent av X. Kriterium C är det minst viktiga beslutskriteriet och viktas till 20 procent i det totala beslutsunderlaget X. Ett beslutsproblem kan t ex vara ett bilköp, där beslutskriterierna för köparen är prestanda, driftskostnad och säkerhet.*

Det finns en stor mängd av beslutsanalytiska modeller och beslutsstödsmetoder för den här typen av analys, var och en med sina respektive styrkor och svagheter. (För en genomgång av några av de vanligaste metoderna. Se t ex Merkhofer[5]).

En särskild klass av modeller är Multikriterieanalys (Multi Criteria Decision Analysis, förkortat MCDA), som handlar om situationer där beslutsfattaren måste ta hänsyn till och kompromissa mellan flera olika mål och intressen under processen som analyserar problemet, t ex våra beslutskriterier inom *Economic Attractiveness* samt *Ease of Production*.

[5] Merkhofer, M.W. (1999) . Assessment, Refinement, and Narrowing of Options. In: Dale, V.H., & English, M.R. (Eds.) Tools to aid environmental decision making. New York: Springer

Den metod som vi har valt för denna analys är Analytical Hierarchy Process (AHP), en multikriterieanalys utvecklat av matematikern Thomas L. Saaty[6]. Metoden, som bygger på att beslutsfattaren får göra parvisa jämförelser mellan olika beslutskriterier, är designad för utvärdering av komplexa beslut och kan hantera indata från flera respondenter. Dessutom ger modellen ett mått på inkonsistensen hos respondenternas utsagor genom att mäta ett s k *inconsistency ratio* där svaren analyseras och bedöms utifrån avvikelser. (Ett svar med för hög inkonsistens kan bearbetas med respondenten eller helt enkelt sorteras bort då det verkar avvika för mycket från respondentens egna uppfattningar avgjorda från andra svar.) En beskrivning av modellen finns i bilaga A med rekommendation för vidare läsning. Vi redovisar där även AHP matrisen för *Ease of Production* samt *Economic Attractiveness* där respondenternas svar har räknats ut och sammanfattats. [7]

Eftersom vi undersöker flera respondenter kan man också se om det råder konsensus i gruppen kring viktningarna. En hög procentsats indikerar att det råder stor enighet i gruppen om hur viktningen av de olika kriterierna bör vara. En procentsats under 50 procent, å andra sidan, är en indikation på att gruppen är splittrad avseende beslutskriteriernas vikt.

Vi har tagit hjälp av Klaus D Goepels skala för att tolka värdena[8]:

- Mycket låg konsensus: under 50 %
- Låg konsensus: 50 % – 65 %
- Medelgod konsensus: 65 % – 75 %
- Hög konsensus: 75 % – 85%
- Mycket hög konsensus: Över 85 %

Ju större konsensus i gruppen, desto troligare är det att andra individer som tillhör gruppen håller med. Naturligtvis så gäller det även att ju fler personer som ingår i gruppen som undersöks, desto större risk är det för att den ska vara oenig.

2.2.5 Indexering och analys av data

Efter att svaren från producenterna samlats in och vi med hjälp av AHP-metoden räknat ut beslutskriteriernas vikter ska dessa sättas i relation till hur respektive land presterar. För att jämföra länderna emellan har vi indexerat samtliga beslutskriterier på en skala från 1 till 100, där 1 representerar det svagaste värdet medan 100 utgör det högsta som ett kriterium kan få.

---

[6] T. L. Saaty, "The analytic hierarchy process: planning, priority setting, resources allocation", McGraw-Hill, 1980.

[7] För uträckningarna har vi tagit hjälp av: Goepel, Klaus D., BPMSG AHP Excel template with multiple inputs, version 04.05.2016 – http://bpmsg.com, Singapore 2013

[8] Goepel, Klaus D, https://bpmsg.com/ahp-group-consensus-indicator-how-to-understand/

Indexeringen beräknas genom att ett eller fler kriterier viktas och multipliceras till ett sammanhållet värde. I de fall då vi inte har hittat några allmänt vedertagna jämförelsetal har vi skapat egna index för analysen.

Nedan följer en kort beskrivning av hur respektive index har tagits fram innan dessa viktats med beslutskriteriets AHP-värdet. En mer detaljerad beskrivning av hur vi har gått tillväga med indexeringen förklaras i bilaga B:

Tillgång till kompetens: Vi har utgått från Eurostats statistik på antalet anställda i filmproduktion i utvalda länder (både nominellt och relativt till totalt antal sysselsatta i ekonomin) och viktat detta med antalet personer sysselsatta i den upphovsrättsliga sektorn, som är närbesläktat med de kulturella och kreativa näringarna (”*copy-right intensive industry*”).

Utbud av inspelningsmiljöer: Detta kriterium är naturligtvis mycket svår att mäta. Vi har ändå försökt åstadkomma ett index genom att låta filmkommissionärerna få svara på ett antal frågor om förekomsten av de vanligaste typerna av inspelningsplats i deras länder (t ex berg, sjö, snö, skyskrapor etc).

Tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur: Tyngdvikten här ligger på tillgången av inspelningsstudios och uthyrningsfirmor av filmutrustning baserat på filmkommissionärernas svar. Vi har även räknat med Världsbankens infrastrukturindex, vilket är en del av s k Logistics Performance Index (LPI).

Inspelningsvänlighet: För att bedöma ett lands inspelningsvänlighet har vi huvudsakligen utgått från enkätsvar och uppföljningsfrågor om bl a filmtillstånd. Vi har även valt att inkludera Världsbankens ”Ease of Doing Business Index”, en ranking som tar en rad faktorer i beaktning, däribland enkelhet att starta företag, betala skatter, erhålla krediter, byggtillstånd etc.

Kunskaper i engelska: Vi har utgått från utbildningsföretaget EF Education index om engelskkunskaper i olika länder.

Tillåtna arbetstider: Vi har i enkäten frågat filmkommissionärerna om arbetstid under filminspelningar i deras respektive länder.

Säkerhet: Vi har valt att utgå från ett relativt nyutvecklat index av The Institute for Economics and Peace tillsammans med International Police Science Association kallat för World Internal Security and Police Index (WISP).

Tillgång till produktionsincitament: Eftersom varje land har konstruerat egna unika incitamentsystem för att attrahera filminspelningar blir dessa väldigt svåra att jämföra. Med detta sagt så är det inte så att jämförelser aldrig har gjorts. T ex har No Film School, ett digitalt nätverk för filmbranschen, gjort en sådan rangordning mellan olika länder.[9] I vår jämförelse har vi utgått från den aktuella rabatten, och tagit hänsyn till ansökningstak per

[9] http://nofilmschool.com/2016/07/film-production-incentives-tax-incentives-movie-rebates

projekt, krav på s k kulturella tester, eventuella utläggskrav för projektet, samt hur stor den nationella budgeten som incitamentsystemet drivs efter.

Tillgång till nationella och regionala fonder: Även denna jämförelse är komplicerad för att göra helt rättvisande eftersom fondernas konstruktion varierar. I vår modell har vi utgått från bl.a. fondens storlek, om det finns ett återbetalningskrav eller inte, ansökningsgräns för projekt, ifall fonden gäller såväl TV som film, om det finns krav på utlägg i landet, och om det föreligger något krav på kulturellt innehåll i produktionen (ett vanligt krav i EU både vad gäller fonder som produktionsincitament).

Lokala produktionskostnader: I vårt index har vi dels utgått från arvodeskostnader för det lokala filmteamet baserat på information från filmkommissionärerna samt ett levnadskostnadsindex.[10]

Foreign Exchange Risk: Vi har här tagit fram ett index baserat på respektive valutas volatilitet gentemot den amerikanska dollarn. Ju högre index, desto mer stabil är valutan mot dollarn, och desto lägre risk för valutakursförändring.

2.3 Problem och utmaningar med analysen

Ingen modell är perfekt och eftersom detta är första gången som metoden appliceras på filmområdet, så finns det naturligtvis utrymme att förfina, förbättra och utveckla metoden. Här är några av de utmaningarna som vi har haft och hur vi har försökt att bemöta dem:

- **Varje produktion är unik:** Under de djupintervjuer vi hade inför enkätundersökningen har det mer än en gång nämnts att varje filmproduktion är unik, och att det därför är väldigt svårt att generellt tala om viktningar av beslutskriterier. En producent kommer inte sällan väga vissa kriterier olika beroende på produktion hen är involverad i.

  Förklaring: Enkätundersökningen är skickad till 40 producenter och analysen bygger på 20 kvalificerade svar. Dessutom erbjuder modellen en konsensusratio (*consensus ratio*) och som hjälper oss att bedöma respondenternas enighet. Vi har också begärt att producenten specificerar genre och budget på produktionen hen har haft i åtanke när hen har svarat på enkätundersökningen. Detta hjälper oss att se om det går att identifiera viktiga skillnader beroende på produktion (t ex storlek och genre). Slutligen har vi också i inledningstexten begärt att producenten ska bortse från produktioner som är beroende av vissa specifika inspelningsmiljöer för att tillgodose produktionens estetiska krav (t ex bortse från filmer som kräver Eiffeltornet och inte kan filmas någon annanstans än i Paris). Varje produktion

[10] https://www.numbeo.com/cost-of-living/rankings_by_country.jsp?title=2017-mid&region=150

rekommenderas göra sin egen bedömning utifrån sina egna förutsättningar (d v s rapporten bör inte ses som ett beslutsunderlag för enskilda projekt.)

- **Beslutskriterier från olika länder kan ha olika mätvärden:** Några av kriterierna som vi har valt är extremt svåra att mäta och bygger på subjektiva bedömningar från respondenterna och författarna. Dessutom är det inte alltid som respondenterna har haft möjlighet att utgå från liknande förutsättningar.

  Förklaring: Vi har i möjligaste mån försökt utgå från kriterier där det finns vedertagna index. I vissa fall har detta inte gått, utan vi har då varit tvungna att förlita oss på filmkommissionärernas svar och bygga egna jämförelsetal. Problem har ibland uppstått när filmkommissionärer har olika arbetsfält (t ex regionalt istället för nationellt perspektiv). Har vi märkt att det inte har gått att dra någon meningsfull jämförelse länder emellan, har vi valt att exkludera landet från analysen. Att bygga modeller för indexering kräver ofta omfattande analys, men allt som oftast finns det ändå en viss grad av subjektivitet. Vi har genomfört viss känslighetsanalys för att se hur ranking och indexering påverkats beroende på viktning och vi har noterat att det går att få variationer på enskilda resultat genom att ändra förutsättningarna. Däremot tycks de övergripande slutsatserna av rapporten hålla, även om vi gör betydande ändringar i kriterierna (vilket bl a framgår av scenarioanalysen). Det bör dock återigen understryka att den här typen av jämförelser ändå i bästa fall är approximativt och syftar mer till en generell uppskattning av hur länderna placerar sig gentemot varandra.

- **Vi jämför äpplen och päron:** Kan respondenterna verkligen göra en rationell bedömning om t ex vikten av *inspelningsvänlig infrastruktur* i jämförelse med *tillgång till kompetens*?

  Förklaring: Vi har vänt oss till beslutsteori, ett omfattande tvärvetenskapligt område med gott om beslutsanalytiska metoder. Vårt val har hamnat på AHP metoden som har använts för att analysera liknande frågeställningar inom internationell företagsekonomi[11]

- **Respondenternas uppfattning om beslutskriterierna skiljer sig från det vi faktiskt mäter:** Det är inte självklart att en producent uppfattar t ex *inspelningsvänlig infrastruktur* på samma sätt som vi har gjort.

  Förklaring: I enkäten som skickades hade vi en kortare beskrivning av de olika beslutskriterierna för att undvika eventuella missuppfattningar.

[11] se t.ex. ”The Application of AHP Approach for Evaluating Location Selection” International Journal of Research in Business and Social Science IJRBS Vol.2 No.4, 2013 ISSN: 2147-4478

Vi välkomnar naturligtvis mer omfattande undersökningar än vad som har varit möjligt för denna analys för att säkerställa högre grad av tillförlitlighet i framtida studier.

2.4. Film & TV

Vi har i rapporten fokuserat på lång spelfilm, d v s minst 60 minuter, främst för att vi saknade tillräckligt med svar från TV-producenter (endast två av våra respondenter refererade till TV-produktioner). Vi har inte heller fördjupat oss i frågeställningar som gäller dokumentärfilmer eller animationsfilmer av liknande skäl.

Det finns dock som bekant nära band mellan spelfilm och TV. I Sverige är TV-produktion mycket viktigt, men förutsättningarna för finansiering skiljer sig från filmproduktion och vi kan därför anta att behoven ser annorlunda ut. P g a av uppdragets tidsplan och omfattning har vi dock inte kunnat fördjupat oss i de andra audiovisuella formerna, men en separat studie men med liknande metodik skulle kunna göras för att undersöka beslutskriterierna även där.

3 ANALYS & RESULTAT

Syftet med producenternas enkätundersökning var att få en förståelse för hur de viktar olika beslutskriterier inför valet av inspelningsplats. Därefter har vi med hjälp av sekundär information och en enkät riktat mot filmkommissionärer i Europa sökt att ta fram komparativa data för hur länderna i vår undersökning presterar inom respektive beslutskriterium.

Analysen är uppdelad i följande delar:

- **Producenternas erfarenheter:** För att se hur viktningarna skiljer sig mellan olika produktionstyper bad vi producenterna att i sina svar utgå från sitt sista projekt. Vi visste också vilka länder som producenterna var verksamma i. Här redogör vi kort för urvalets fördelning beträffande hemvist, genre och budgetkategori.

- **Producenternas viktning av beslutskriterierna:** Vi har delat upp producenterna i olika grupper utifrån deras geografiska hemvist, produktionens budget, och filmgenre för att undersöka om viktningarna av beslutskriterierna skiljer sig beroende på producenternas bakgrund.

- **Filmkommissionärernas ranking av beslutskriterierna:** Filmkommissionärer har löpande kontakt med ett stort antal internationella producenter och besitter en unik kompetens och kunskap kring producenters val av inspelningsplats. Vår undersökning ställde därför också frågan till filmkommissionärerna om vad de trodde var viktigast för producenten för att se om deras uppfattning stämde överens med svaren från vår enkät.

- **Ländernas inbördes ranking:** Vi har därefter studerat respektive beslutskriterium och undersökt hur länderna rankar sig utan att ta hänsyn till viktningen. Vi tittar också på ländernas möjligheter att påverka beslutskriteriernas värde. Några av de kriterierna som finns med är relativt enkla för ett land att påverka, t ex genom lagstiftning. Andra är givna och mer eller mindre omöjliga att påverka. Vi reder ut vad ett land kan och inte kan göra för att bli mer attraktivt för inspelningar.

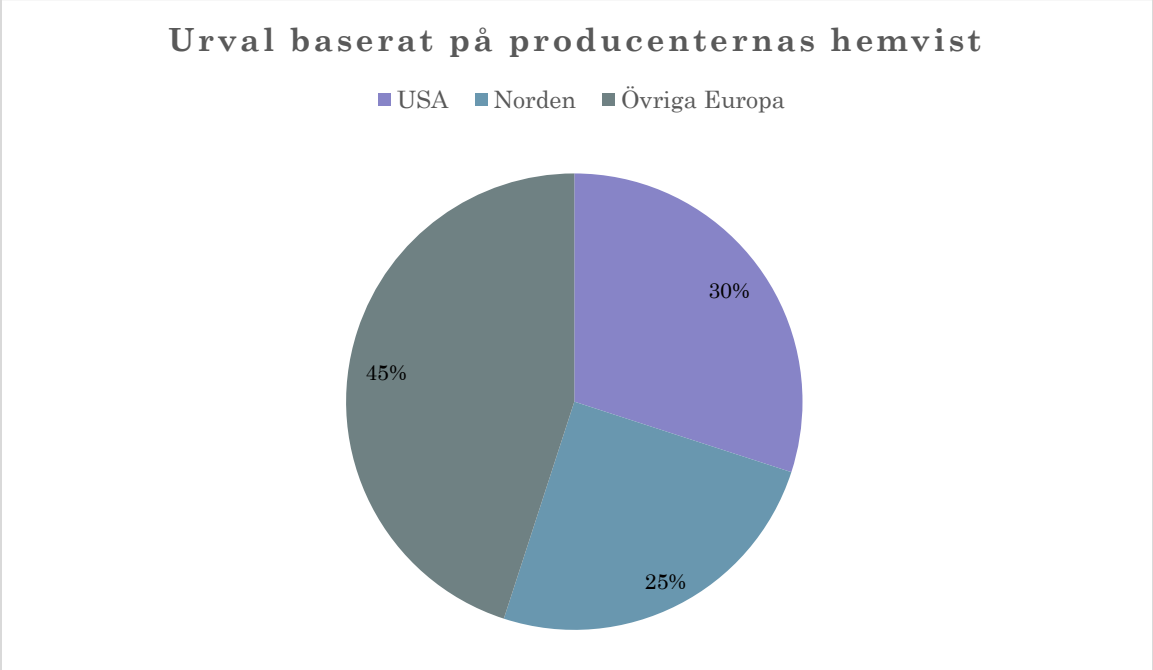
- **Preferensmatrisen:** Med utgångspunkt från producenternas viktningar av beslutskriterierna och ländernas värden på respektive kriterium plottas länderna ut i en produktionspreferensmatris baserat på *Ease of Production* och *Economic Attractiveness*.

- **Scenarioanalys:** Vad händer om Sverige inför ett produktionsincitament liknande Finland eller Storbritannien? Vad händer om vi istället satsar på att ha fler filmfonder som i Tyskland? I avsnittets avslutande analysdel undersöks vad som skulle kunna hända med Sveriges attraktionskraft om förutsättningarna för någon av de viktigare beslutskriterierna skulle förändras.

3.1 Producenternas bakgrund

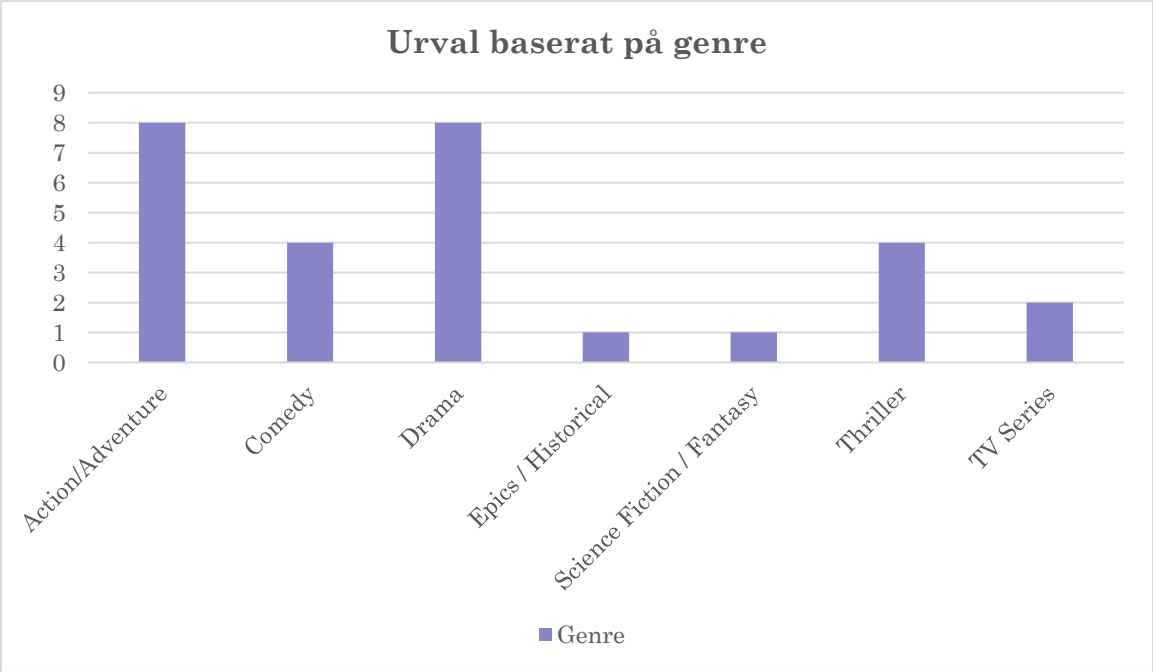
För att förstå hur producenterna viktar de olika beslutskriterierna gick vi ut med en enkät till totalt 40 producenter. Resultatet baseras på svar från 20 kvalificerade respondenter. Eftersom varje produktion är unik, så bad vi producenterna att inledningsvis svara på frågan om hens senaste produktion och använda den produktionen som utgångspunkt i sina enkätsvar. Detta för att se om produktionstypen eller producentens hemvist påverkar viktningen av kriterierna. Det är svårt att dra några definitiva slutsatser om preferenserna med det begränsade urvalet, men om konsensus mellan respondenterna är hög kan det ge en god indikation om vad som kan förväntas ifall undersökningen utökas med en större urvalsgrupp.

Diagram 1: Respondenternas hemvist



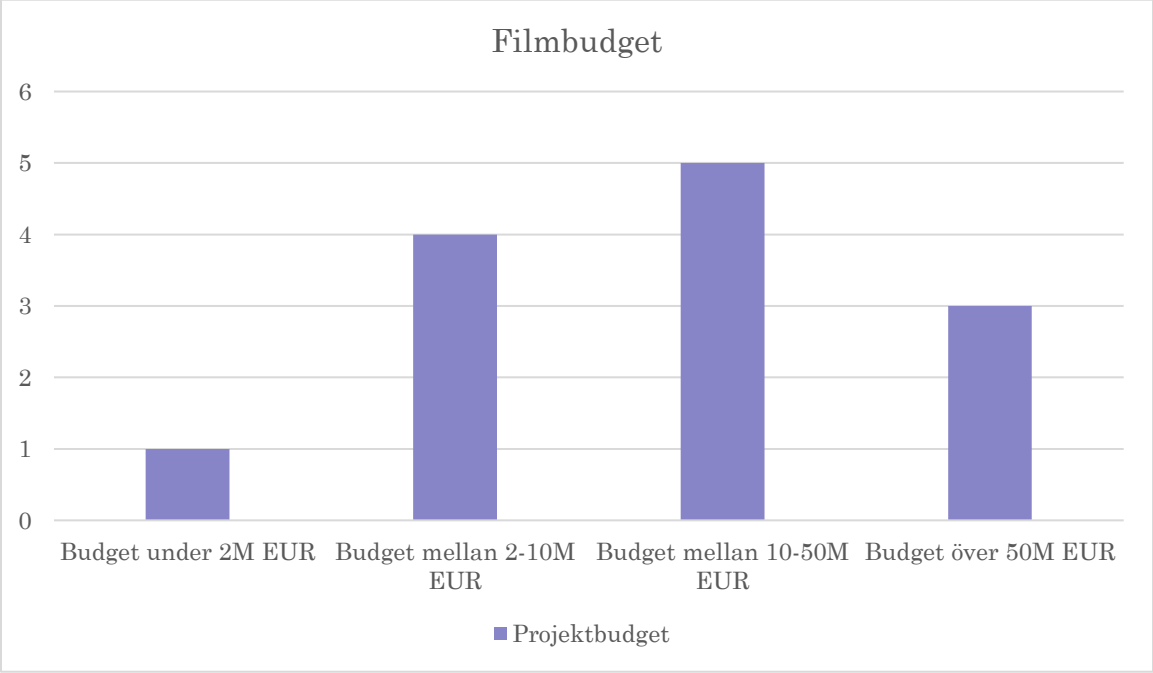
Producenterna som svarade på enkäten har arbetat med en stor variation av produktioner. I vårt urval har vi haft flest projekt inom gruppen *Action/Adventure* och *Drama* (8 vardera). Näst populärast var *Komedier* och *Thrillers*. Värt att notera att två representanter svarade för TV-serier. Bland genre som inte fanns med i vårt urval återfanns t ex Skräck, Musikal, Västernfilmer och Krim. Respondenterna hade möjlighet att svara på fler än en genre (t ex Action-komedi).

Diagram 2: Producenternas projekt



Vi bad också producenterna att svara på vilken ungefärlig budget som deras senaste produktion omfattade. Svaren är angivna i euro.

Diagram 3: Producenternas budget för referensprojektet



Sammanfattningsvis kan nämnas att respondenterna i undersökningen tycks på ett bra sätt representera filmindustrin, både vad gäller geografisk hemvist, genre och projektbudget. Med endast två respondenter som svarade för TV-serier är dock underlaget för litet för att dra några slutsatser om just denna grupp respondenter.

3.2 Producenternas viktning av beslutskriterierna

Frågeenkäten, som bestod av totalt 33 frågor var uppdelat i tre delar:

- I den första delen av enkäten bad vi producenterna att genom parvisa jämförelser försöka utreda vilka beslutskriterier som väger tyngst i kategorin *Ease of Production.*
- I den andra delen sökte vi på samma sätt utreda vilka kriterier som var av störst vikt i kategorin *Economic Attractiveness.*
- Slutligen, i den tredje delen av enkäten bad vi producenterna själva ge sin syn på vilka länder som de uppfattade hade de mest generösa incitamentsystemen och om de tyckte att de fanns några beslutskriterier som inte täcktes av enkäten.

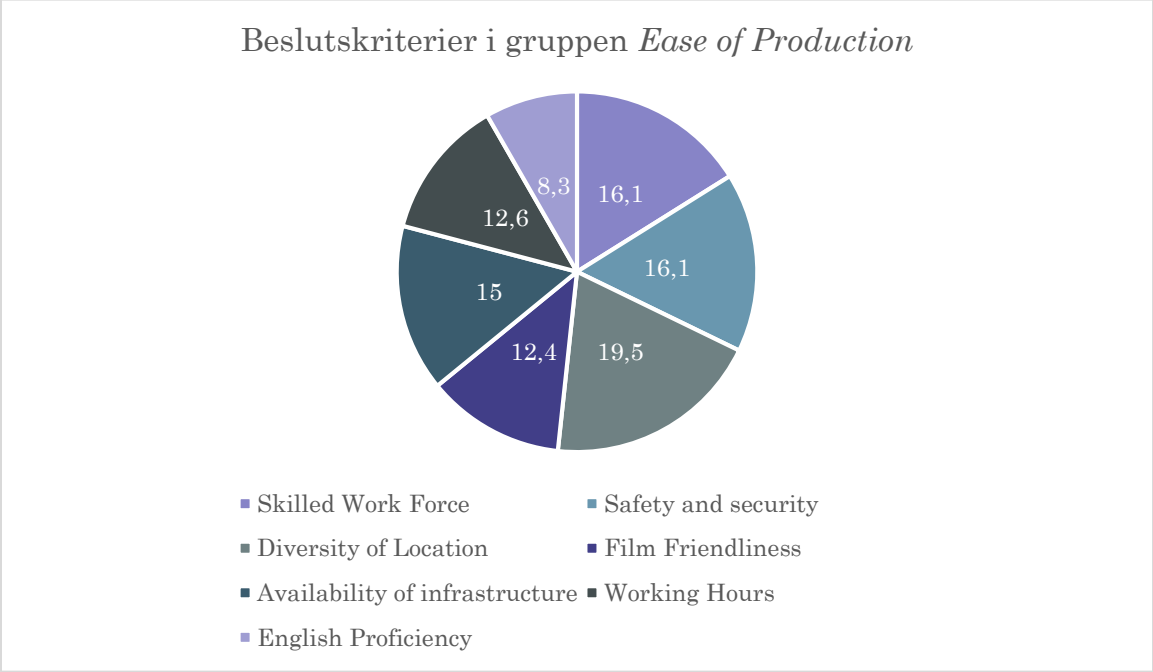
De parvisa jämförelserna genomfördes enligt AHP-metodens principer. Enkäterna till producenterna och filmkommissionärerna återfinns i bilaga C.

3.2.2 Variation på inspelningsmiljöer viktigast i *Ease of Production*

Av de 20 respondenterna som svarade på enkäten var 18 svar tillräckligt konsistenta för att inkluderas i underlaget (d v s svaren hade en acceptabel inkonsistensratio, se avsnitt 2.2.4 samt bilaga A). *Utbud av inspelningsmiljöer* kom ut med högst viktning (19,5 procent). Näst viktigast beslutskriterium var *säkerhet* samt *tillgång till kompetens* (16,1 procent). Därefter *tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur* (15,0 procent), *tillåtna arbetstider* (12,6 procent), *inspelningsvänlighet* (12,4 procent) och slutligen *kunskaper i engelska* (8,3 procent). Cirkeldiagrammet nedan visar hur viktningen har fördelats mellan de olika beslutskriterierna.

Viktfördelningen är relativt väl balanserad med små skillnader mellan de olika kriterierna – de utvalda kriterierna betraktas m a o som mer eller mindre lika viktiga, med undantag av *utbud av inspelningsmiljöer* som viktades mer än dubbelt så mycket som *kunskaper i engelska*.

Diagram 4: Beslutskriteriernas viktning för Ease of Production



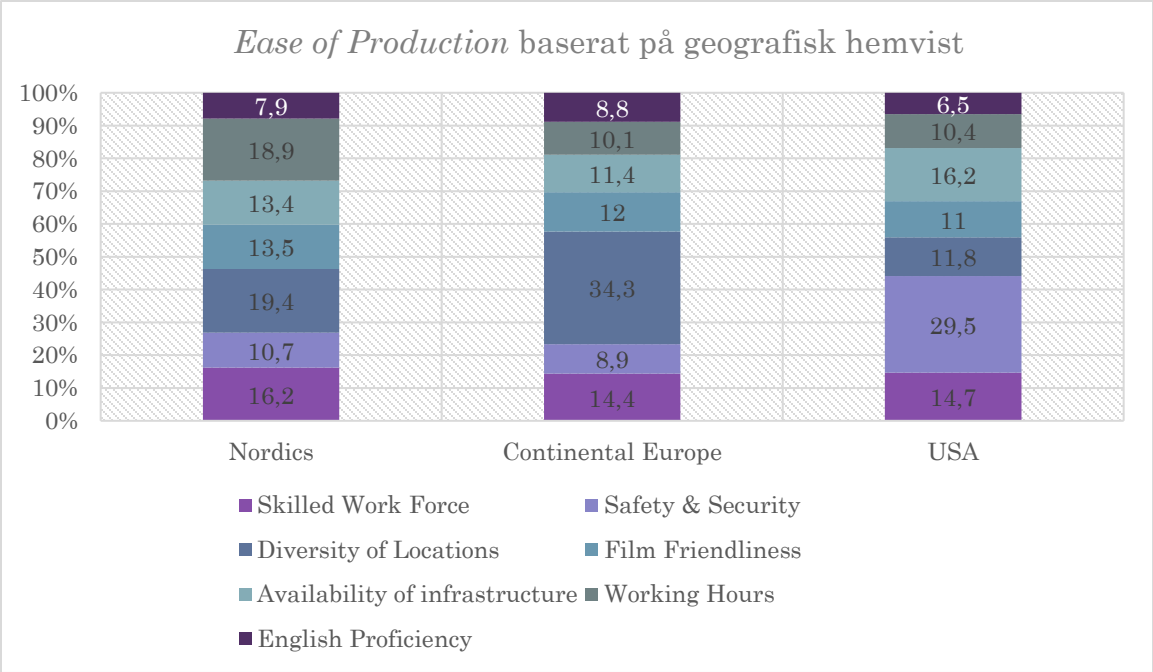
Ett viktigt värde att lyfta fram här är den s k konsensusindikatorn (”consensus indicator”, se avsnitt 2.2.4), dvs i vilken utsträckning som det råder konsensus bland den tillfrågade gruppen om viktningen. Konsensusvärdet för respondenterna i sin helhet var 68,1 procent, vilket kan alltså betraktas som ett godkänt värde.[12]

3.2.3 Viktfördelning i *Ease of Production* enligt geografisk hemvist

Diagrammet nedan visar hur producenterna viktar sina beslutskriterier baserat på deras hemvist. Producenterna har delats in i tre grupper: Norden, Övriga Europa samt USA.

[12] https://bpmsg.com/ahp-group-consensus-indicator-how-to-understand/

Diagram 5: Viktning av Ease of Production baserat på geografisk hemvist



Respondenterna från Norden hade en konsensusindikator på 78,7 procent vilket anses som högt.[13] Precis som undersökningsgruppen i sin helhet viktades *utbud av inspelningsmiljöer* högst (19,4 procent). Strax därefter fick *tillåtna arbetstider* näst högst viktning (18,9 procent). På tredjeplats kom *tillgång till kompetens* (16,2 procent). *Inspelningsvänlighet* (13,5 procent) och *inspelningsvänlig infrastruktur* (13,4 procent) hamnade på nästan identisk viktning. *Säkerhet* hamnade näst sist (10.7 procent) och minst viktiga beslutskriterium var *engelska kunskaper* (7,9 procent).

Respondenterna från Europa hade också en hög konsensusindikator på 79,6 procent. Det som är talande för de europeiska producenterna är att de lägger betydligt större vikt på *utbud av inspelningsmiljöer* än i genomsnitt. Kriteriet viktades till så mycket som 30,7 procent. På avlägsen andra plats kom *tillgång till kompetens* (14,6 procent), på tredjeplats *inspelningsvänlighet* (12,5 procent), på fjärdeplats *inspelningsvänlig infrastruktur* (12,3 procent) och på femte plats *tillåtna arbetstider* (10,8 procent). Minst vikt la man på *säkerhet* (9,8 procent) och *engelska kunskaper* (9,2 procent).

Respondenterna från USA fick en relativt låg konsensusindikator (58,5 procent), d v s det rådde oenighet i den gruppen kring viktningen av beslutskriterierna. Amerikanska producenter värdesätter *säkerhet* betydligt högre än sina europeiska kollegor, vilket fick 29,5 procent. *Inspelningsvänlig infrastruktur* värderas också högre än i Europa (16,2 procent). På tredje plats hamnar tillgång till *kompetens* (14,7 procent) – ungefär på samma nivå som i Europa. Det fjärde mest värderade kriteriet var *utbud av inspelningsmiljöer* (11,8 procent),

[13] Ibid

vilket alltså var betydligt lägre än i Europa. Amerikanska producenter placerade *inspelningsvänlighet* på femte plats (11,0 procent), därefter *tillåtna arbetstider* (10,4 procent) och på sista plats, kanske något förvånande, *kunskaper i engelska* (6,5 procent). Det bör dock understrykas här att eftersom konsensusindikatorn var låg i denna grupp, så bör man vara försiktig med att dra förhastade slutsatser om hur denna grupps viktade beslutskriterierna.

Några intressanta observationer kan dock dras utifrån den geografiska grupperingen av producenterna:

- Europeiska producenter värdesätter *utbud på inspelningsmiljöer* väldigt högt, och betydligt högre än sina amerikanska kollegor. Anledningen kan vara att när amerikanska producenter reser till en plats så är det mer drivet av en specifik plats och inte nödvändigtvis för att filma på många olika platser, en annan är att europeiska produktioner kan ha en begränsad budget som sätter större restriktioner på resor.
- *Säkerhet* är något som amerikanska producenter värdesätter betydligt högre än sina europeiska kollegor. Anledningen kan ha att göra med försäkringsfrågor, risken för skadeståndsanspråk och att man oftare har dyrare produktioner med högt betalda skådespelare med i truppen, men också kulturella skäl.
- *Engelska språkkunskaper* verkade vara relativt oviktigt för hela gruppen, vilket kan bero på att man förlitar sig på att lösa de viktigaste lokala frågorna genom sin lokala produktionspartner (vilken man förmodligen förväntas kunna kommunicera med från början).

3.2.4 Viktfördelning i kategorin *Ease of Production* i relation till produktionens storlek

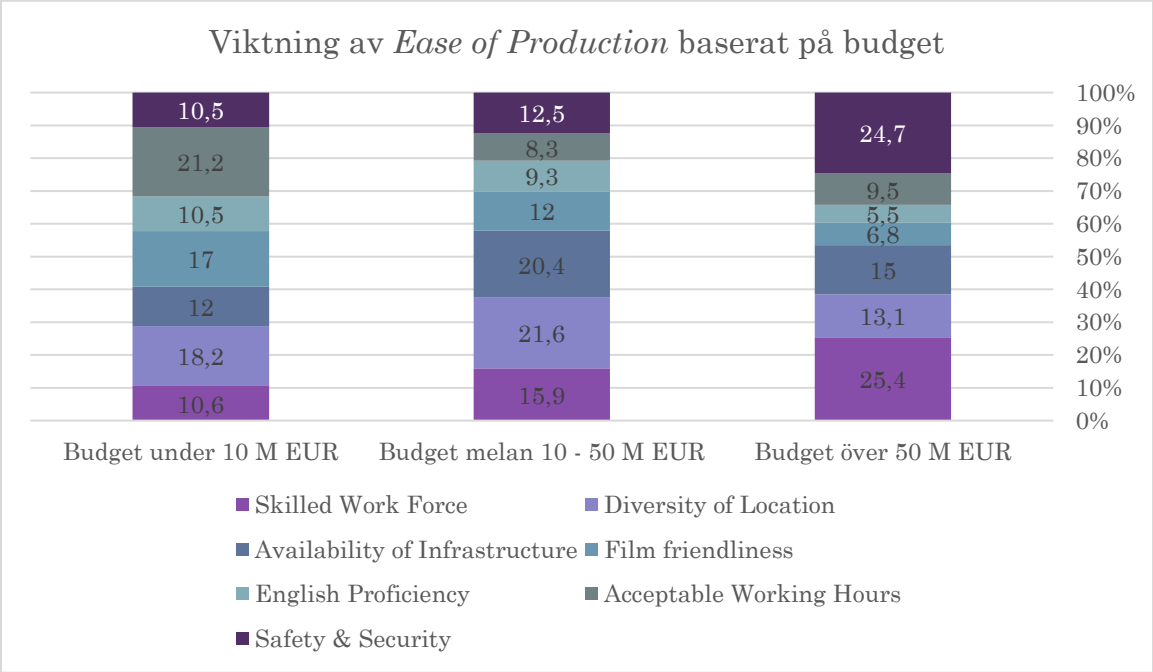
En annan aspekt som kan spela roll i hur producenten värderar de olika beslutskriterierna för val av produktionsplats är naturligtvis projektets storlek. Nedan redovisas för hur vikterna fördelas beroende på produktionsstorlek (eftersom endast en respondent representerade en produktion för under 2 miljoner euro så valde vi att inkludera respondenternas svar i gruppen 2 – 10 miljoner euro):

Respondenterna som representerade filmprojekt med en budget under 10 miljoner euro hade en konsensusindikator på 87,9 procent, vilket bedöms vara mycket högt.[14] Viktfördelningen mellan beslutskriterierna låg relativt nära varandra. Störst vikt fick kriteriet *tillåtna arbetstider* (21,2 procent) följt av *utbud av inspelningsmiljöer* (18,2 procent) och *Inspelningsvänlighet* (17,0 procent). Därefter kom *inspelningsvänlig infrastruktur* (12,0 procent) och *tillgång till kompetens* (10,6 procent). Lägst viktning fick kriterierna *kunskaper i engelska* och *säkerhet* (båda 10.5 procent).

[14] Ibid

Respondenterna som arbetat med projekt på mellan 10 och 50 miljoner euro hade en konsensusindikator på 66,4 procent (medelgod nivå). Att det var lägre konsensus i denna grupp kan bero på det stora budgetspannet (10 t o m 50 miljoner euro). I den här gruppen värdesattes *utbud av inspelningsmiljöer* högst (21,6 procent) följt av *inspelningsvänlig infrastruktur* (20,4 procent). På mellanplaceringarna noteras *tillgång till kompetens* (15,9 procent) och *inspelningsvänlighet* (12,0 procent) medan *kunskaper i engelska* (9,3 procent) och *tillåtna arbetstider* (8,3 procent) värderades lägst.

Diagram 6: Viktning av Ease of Production baserat på budget



Respondenter som representerade stora projekt på över 50 miljoner euro viktade *tillgång till kompetens* högst (25,4 procent) tätt följt av *säkerhet* (24,7 procent). Som nummer tre fanns *inspelningsvänlig infrastruktur* (15 procent), därefter *utbud av inspelningsmiljöer* (13,1 procent), *tillåtna arbetstider* (9,5 procent) och slutligen *kunskaper i engelska* (5,5 procent). Konsensusnivån i gruppen var hög, 78 procent.

Precis som för analysen av hemvist finns det ett antal intressanta observationer och slutsatser som man kan dra av uppdelningen utifrån filmbudget.

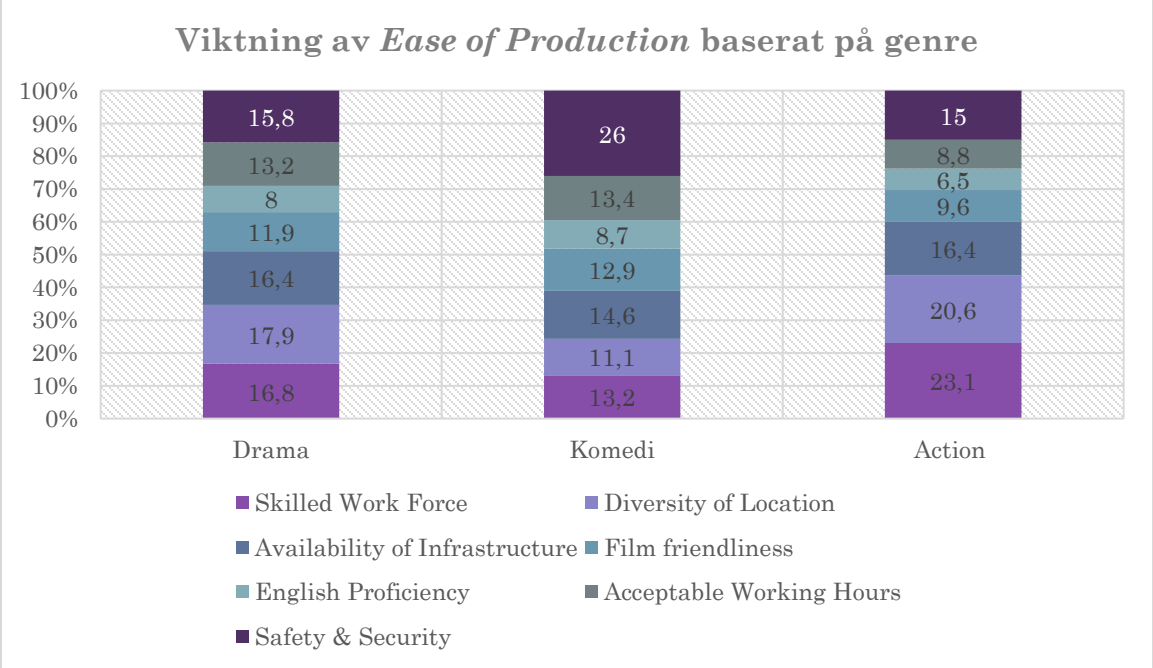
- Konsensus mellan respondenterna är god, i synnerhet för den grupp som representerade filmer under 10 miljoner euro. M a o kan man sluta sig till att filmbudgeten spelar en stor roll för hur producenten kommer vikta de olika beslutskriterierna vid en filminspelning.

- Den andra är att *tillåtna arbetstider* är något som särskilt uppskattas av filmer med lägre budget. Kanske inte så förvånande då detta har en viktig kostnadsminimerande effekt.
- Den tredje är att *inspelningsvänlighet* verkar ha en mindre betydelse ju större produktionen är. En möjlig orsak till detta är att producenter till större projekt ofta har budget för professionella supporttjänster i inspelningslandet.
- Den fjärde är att betydelsen för *tillgång till kompetens* ökar med större produktioner. En anledning kan vara att stora projekt är ofta mer komplexa, svåra att genomföra och kräver en betydligt större personalstyrka.
- Avslutningsvis bör återigen nämnas att beslutskriteriet *Säkerhet* också är betydligt viktigare för stora än för mindre projekt. Sannolikt har det att göra med att större projekt också involverar större risker med mer etablerade skådespelare.

3.2.5 Viktfördelning i *Ease of Production* i relation till genre

Vi har för denna studie valt att fokusera på tre genrer; *action*, *drama* samt *komedi* eftersom representanterna för de övriga filmgenrerna i studien var för få för att kunna analyseras. I gruppen *drama* inkluderas även historiska filmer och thrillers. Science Fiction slogs ihop med actionfilmer.

Diagram 8: Viktningar av Ease of Production baserat på genre



Respondenterna som representerade *Drama* hade en konsensusindikator på 67,6 procent (medelgod). Störst vikt fick *utbud av inspelningsmiljöer* (17,9 procent) tätt följt av *tillgång till kompetens* (16,8 procent) och *tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur* (16,4 procent). Därefter kom *säkerhet* (15,8 procent), *tillåtna arbetstider* (13,2), *inspelningsvänlighet* (11,9 procent) och sist prioritet bland beslutskriterierna var *engelska kunskaper* (8,0 procent).

Respondenterna som representerade *Action* hade en konsensusindikator på 65,1 procent (knappt medel). Här viktades *tillgång till kompetens* högst (23,1 procent), följt av *utbud av inspelningsmiljöer* (20,6 procent) *tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur* (16,4 procent), *säkerhet* (15 procent) *inspelningsvänlighet* (9,6 procent) *tillåtna arbetstider* (8,8 procent) och slutligen *engelska kunskaper* (6,5 procent).

Konsensus för de som representerade *komedifilmer* var låg, endast 52,2 procent. Här låg beslutskriteriet *säkerhet* allra högst (26 procent). Övriga kriterier låg relativt nära varandra. Näst högst var *tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur* (14,6 procent), *tillgång till kompetens* (13,2 procent), *tillåtna arbetstider* (13,4 procent), *inspelningsvänlighet* (12,9 procent), *utbud av inspelningsmiljöer* (11,1 procent) samt *engelska kunskaper* (11,1 procent).

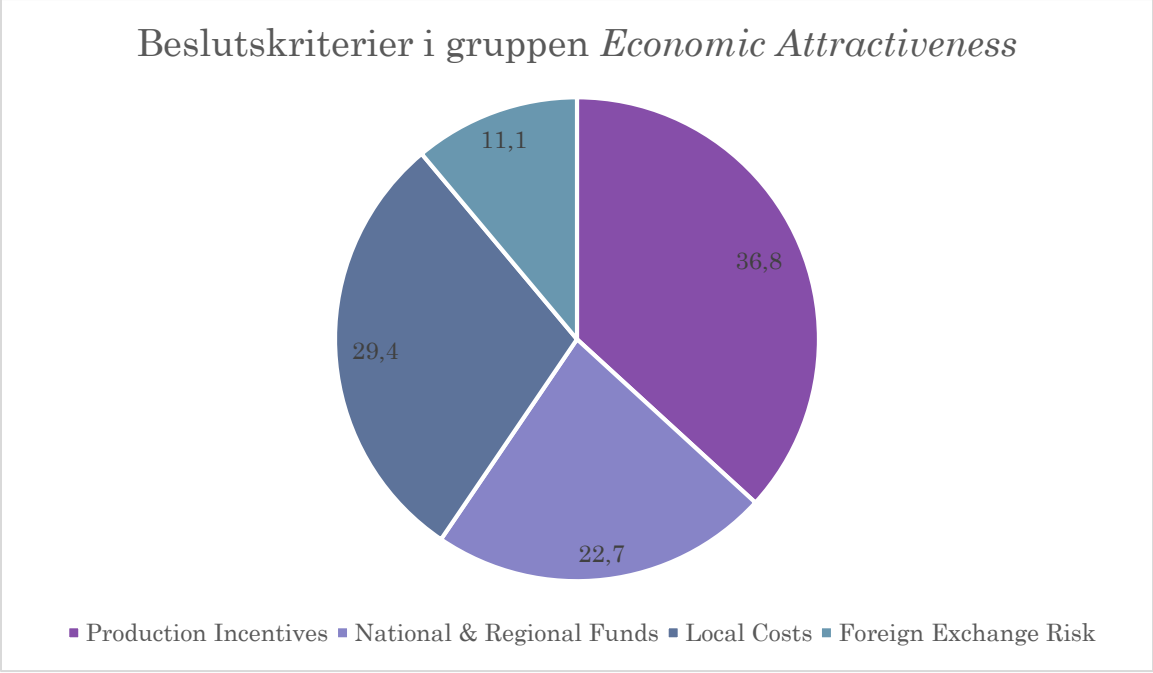
I och med att konsensusindikatorerna var relativt låg i denna undersökningsgrupp är det svårt att dra några direkta slutsatser. Kanske är detta den viktigaste slutsatsen vi kan dra av resultatet, d v s att filmgenre är ett för trubbigt instrument för att bedöma viktningar av beslutskriterier inom *Ease of Production*.

3.2.6 Produktionsincitament väger tyngts i *Economic Attractiveness*.

Av de 20 respondenterna som svarade på enkäten bedömdes 19 ha svarat tillräckligt konsistent för att tas med i undersökningen. Konsensusnivån för denna kategori var hög (75,6 procent) vilket innebär att de flesta deltagarna var överens om viktningarna av beslutskriterierna här.

Vi kan konstatera att *produktionsincitament* viktades absolut högst i kategorin (36,8 procent). På andra plats kom *lokala kostnader* (29,4 procent). Tredje viktigaste beslutskriteriet var *nationella och regionala fonder* (22,7 procent) och på sista plats *valutarisken* (11,1 procent). Detta stämmer väl överens med det som framförts under djupintervjuerna, d v s att produktionsincitament ofta fungerar som ett slags lackmustest om ett land ska övervägas för en filminspelning.

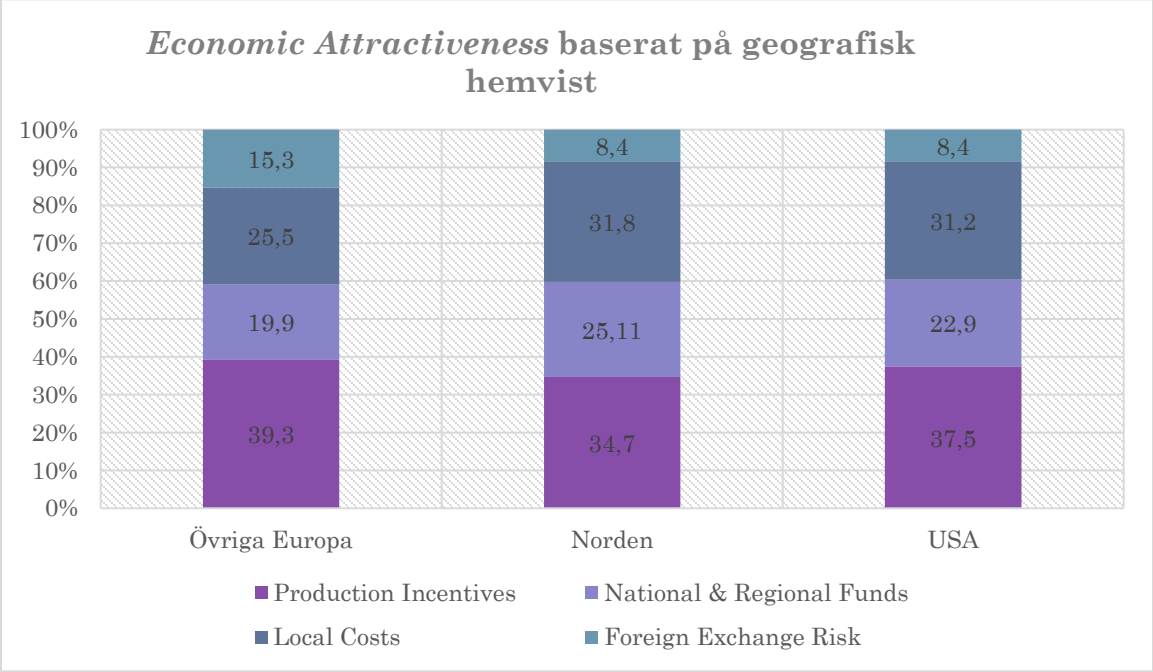
Diagram 8: Beslutskriterier i Economic Attractiveness



3.2.7 Viktfördelning i *Economic Attractiveness* i relation till geografisk hemvist

Diagrammet nedan visar hur producenterna viktar sina beslutskriterier baserat på deras hemvist. Producenternas svar har delats in i tre grupper: Norden, Övriga Europa samt USA.

Diagram 9: Viktning av Economic Attractiveness baserat på geografisk hemvist



Till skillnad från kriterierna inom *Ease of Production*, har producenterna en väldigt entydig profil vad gäller *Economic Attractiveness*. För samtliga regioner ansågs *produktionsincitament* vara viktigast, följt av *lokala kostnader*, *nationella och regionala fonder* och slutligen *valutarisk* på sista plats.

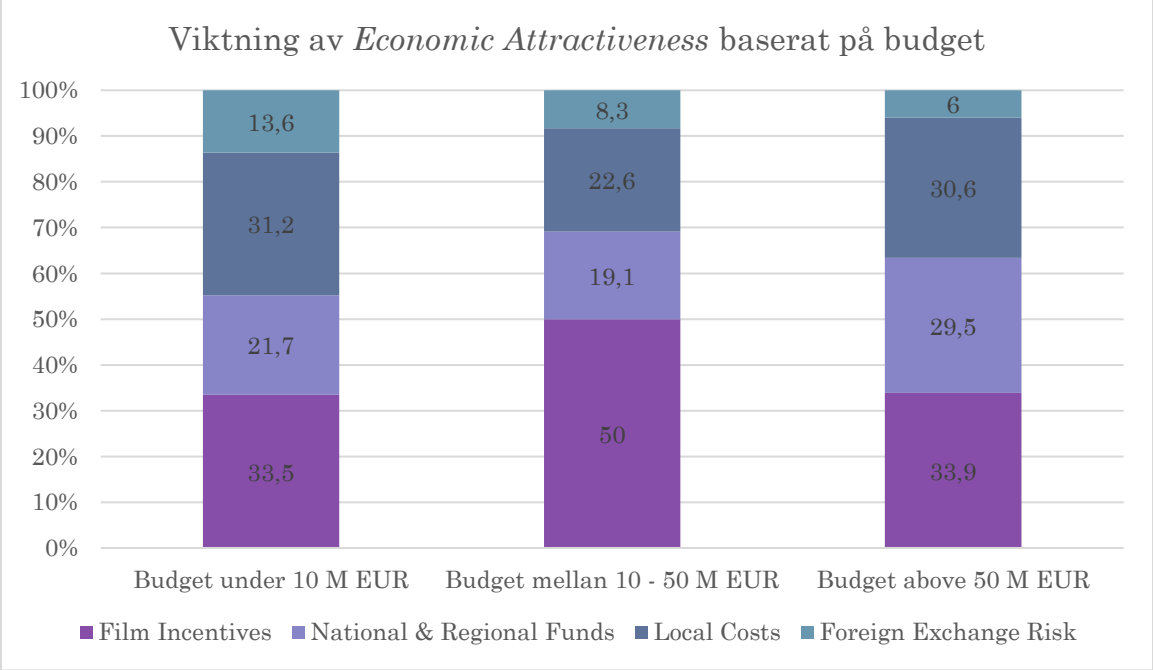
Det finns dock några enstaka intressanta skillnader regionerna emellan:

- Producenterna från Europa tycks i högre utsträckning lägga vikt på *produktionsincitament* jämfört med sina nordiska grannar (39,3 procent för europeiska producenter jämfört med 34,1 procent för nordiska producenter).
- Europeiska producenter tycks vikta valutarisken högre (15,3 procent) än i Norden (8,4 procent) och i USA (8,4 procent).
- Respondenterna från USA har en betydligt högre konsensusindikator i sina svar (84,2 procent) än i Europa (61,9 procent) och i Norden (69,9 procent).

3.2.8 Viktfördelning i *Economic Attractiveness* i relation till produktionens storlek

Diagrammet nedan visar hur beslutskriterier i *Economic Attractiveness* står sig i relation till budget.

Diagram 10: Viktning av Economic Attractiveness baserat på budget



Även när vi tittar på hur respondenterna har svarat om beslutskriterier baserat på budget får vi samma ranking tvärs över budgetgrupperna, där produktionsincitamenten viktas högst, följt av lokala kostnader, därefter nationella och regionala fonder och sist valutariskkriteriet.

Konsensusindikatorn är också mycket hög både för gruppen *budget över* 50 miljoner euro (95,3 procent, vilket innebär nästintill identiska svar bland respondenterna i gruppen) och för budgetar mellan 10 och 50 miljoner euro (81,2 procent). Däremot låg konsensus på normalnivå för filmer med en budget under 10 miljoner euro (65,5 procent). Återigen kan vi dock notera ett par intressanta skillnader mellan grupperna:

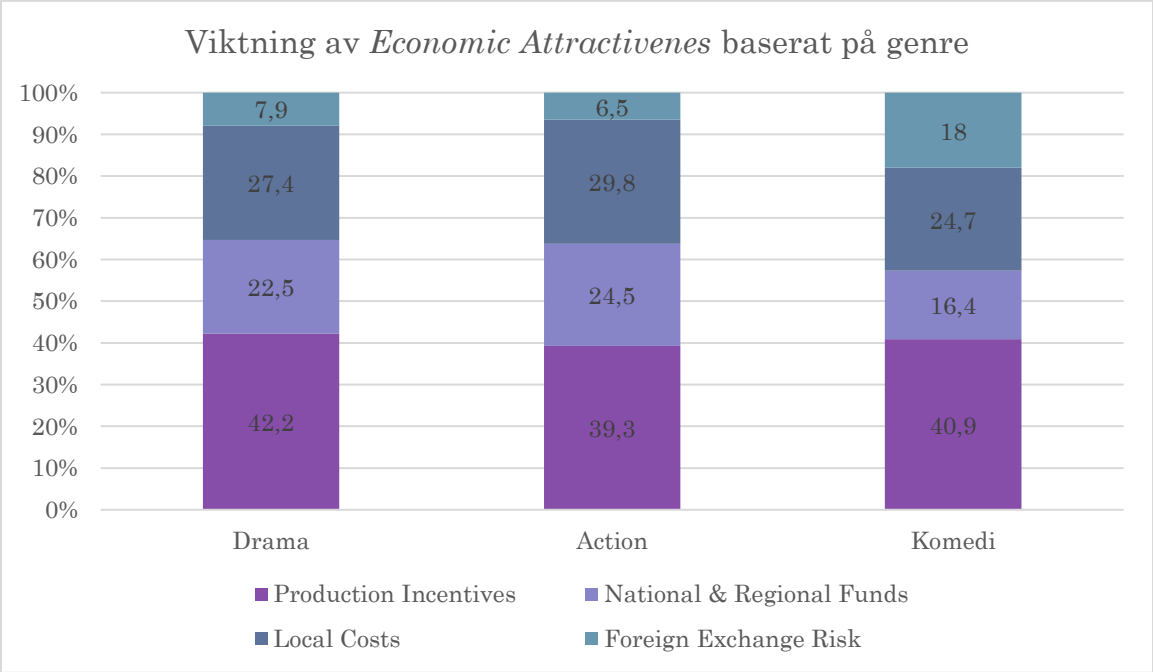
- *Budgetar mellan 10 – 50 miljoner euro* har proportionellt sett betydligt större viktning för *produktionsincitament*; 50 procent till skillnad från gruppen budget under 10 miljoner euro (33,5 procent) och gruppen över 50 miljoner euro (33,9 procent).
- *Valutarisken* spelar jämförelsevis större roll för budgetar under 10 miljoner euro än för högre budgetar.

Det finns annars inget som pekar på att några av beslutskriterierna inom *Economic Attractiveness* blir viktigare ju större filmbudgeten blir.

3.2.9 Viktfördelning i *Economic Attractiveness* i relation till genre

Vi har generellt sett fått en högre konsistensindikator för filmgenre i kategorin *Economic Attractiveness* än i kategorin *Ease of Production*. Möjligen beror det på att beslutskriterierna i denna kategori är lättare att förhålla sig till med en starkare ekonomisk påverkan samt att det finns färre kriterier här.

Diagram 11: Viktning av Economic Attractiveness baserat på genre



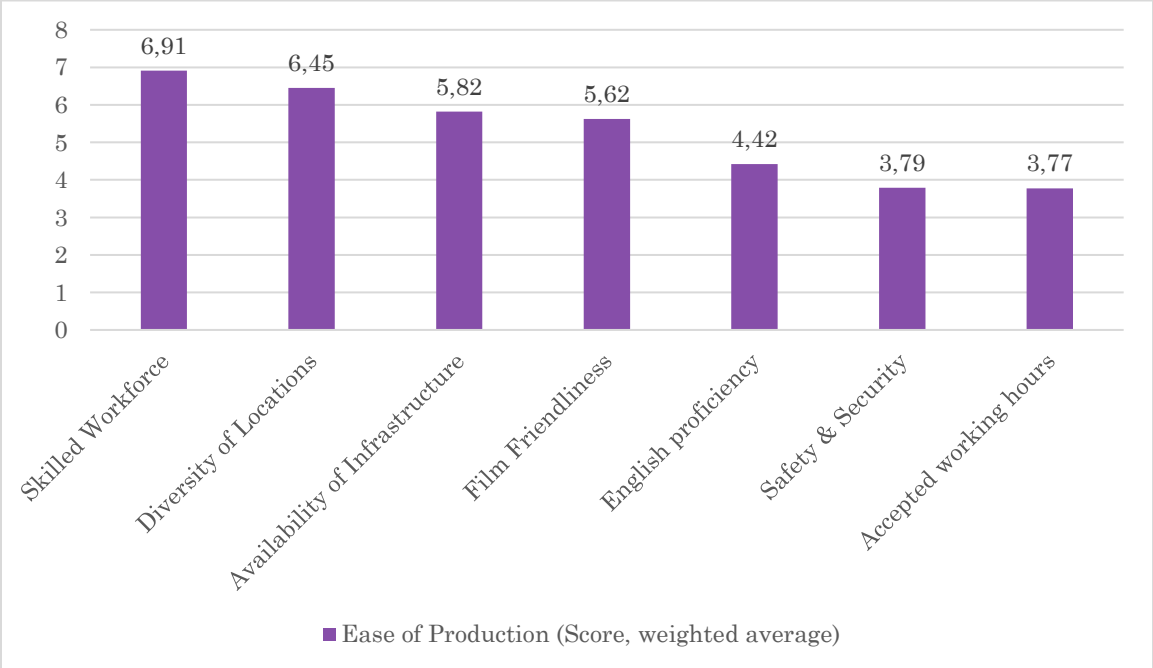
- **För dramaproduktioner** tycks *produktionsincitament* ha en mycket stark viktning (42,3 procent). Därefter kommer *lokala kostnader* (27,4 procent) följt av *nationella och regionala fonder* (22,5 procent). Lägst viktning fick *valutarisken* (7,9 procent). Konsensusindikatorn var hög (76,3 procent).
- **Även för komedier** har *produktionsincitament* den högsta viktningen (40,9 procent), följt av *lokala kostnader* (24,7 procent). Något överraskande fick *valutarisken* här en förhållandevis hög viktning (18,0 procent). Lägst värdering i denna grupp fick *nationella och regionala fonder* på 16,4 procent. Konsensus var dock låg bland respondenterna här (53,5 procent).

För actionfilmer värderades *produktionsincitament* också högst (39,3 procent). Därefter *lokala kostnader* (29,8 procent) följt av *nationella och regionala fonder* (24,5 procent) och sist *valutarisken* (6,5 procent). Samstämmigheten i denna grupp var mycket hög (86 procent).

3.3 Hur filmkommissionärernas uppfattar producenternas prioriteringar

Filmkommissionärerna runt om i Europa är i ständig kontakt med internationella producenter och befinner sig därför i en unik position att förstå vad dem efterfrågar inför en filminspelning. Vi har därför även frågat dem vad de tror producenterna prioriterar när de ska välja inspelningsland. Diagrammet nedan visar hur 16 respondenter har svarat på frågan om producenternas prioriteringar vad gäller *Ease of Production*.

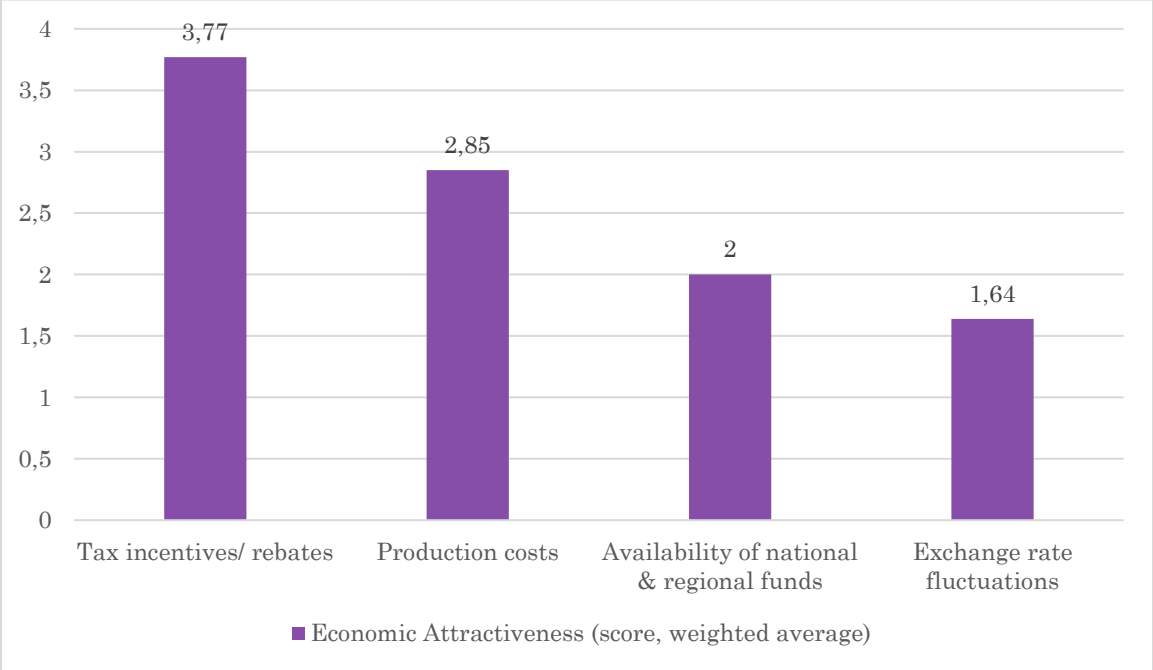
Diagram 12: Filmkommissionärernas gradering Ease of Production



Filmkommissionärerna här verkar ha en god samsyn med vårt urval av producenter gällande *tillgång till kompetens* och *utbud av inspelningsmiljöer*. Den största skillnaden är att producenterna som svarat på enkäten ser *säkerhet* och *tillåtna arbetstider* som viktigare än vad filmkommissionärerna bedömer i denna undersökning, medan filmkommissionärerna uppfattar att *engelska kunskaper* är viktigare än vad vårt urval av producenter har angett.

Frågan ställdes också gällande den andra kategorin av beslutskriterier, *Economic Attractiveness.*

Diagram 13: Filmkommissionärernas gradering av Economic Attractiveness



Rankingen i denna kategori var helt överensstämmande med svaren vi fick från producenterna.

Det bör dock förtydligas att svaren är en ranking av beslutskriterierna och ingen inbördes viktning.

3.4 Hur placeras Sverige?

3.4.1 Sveriges position i *Ease of Production*

För kategorin *Ease of Production* som handlar om hur fördelaktigt och enkelt det är att spela in film i ett land har vi av de ursprungliga 17 länderna kunnat jämföra 13 länder. Högst poäng i denna kategori får Storbritannien, med 86,86 poäng, följt av Irland med 80,18 poäng. På tredje plats återfinns Tyskland (75,48 poäng). Sverige kommer på en respektabel femte plats med 72,66 poäng, dock endast en tiondel högre än Tjeckien (72,56 poäng). Vad som är särskilt slående är hur nära de flesta länderna ligger varandra. Nio länder, däribland Sverige, ligger på ett avstånd på mindre än 6 enheter på en 100-gradig skala. Rankingen skulle m a o

kunna se annorlunda ut, i synnerhet i det mittersta skiktet av länderna, om indexuträckningen gjorts på ett annorlunda sätt. Mycket talar därför för att *Economic Attractiveness* har större betydelse för de avgörande besluten. Nedan tabell redovisar placering och poäng för de nämnda länderna efter viktning:

Tabell 1: Ease of Production

LAND	INDEX
STORBRITANNIEN	86,86
IRLAND	80,18
TYSKLAND	75,48
NEDERLÄNDERNA	73,53
SVERIGE	72,66
TJECKIEN	72,56
NORGE	70,50
POLEN	69,69
FINLAND	69,20
UNGERN	68,61
DANMARK	68,04
BELGIEN	67,56
LITAUEN	65,50
FRANKRIKE	N/A
ISLAND	N/A
LETTLAND	N/A

Nedan redovisas resultatet på hur länderna rankas inom de sju beslutskriterierna under *Ease of Production* och hur Sverige placerar sig bland de övriga länderna.

Tillgång till kompetens (Skilled Work Force)

Hur enkelt det är att hitta kompetenta filmarbetare

Producenternas viktning: 16,10 procent

Svaren vi fick från filmkommissionärerna var viktig, men visade sig vara för svårtolkad för att kunna göra en rättvisande komparativ bedömning. Vi har därför valt att utgå från Eurostats statistik på antal personer verksamma inom filmproduktion i kombination med sysselsättningen inom de kulturella och kreativa näringarna generellt.

I denna grupp fick Storbritannien överlägset högst index (85,7 poäng). Storbritannien har under många år arbetat med att stärka sin filmindustri och har idag ojämförligt störst antal filmarbetare i Europa. Det görs idag t o m fler amerikanska studiofilmer i Storbritannien än i

Kalifornien (17 studiofilmer gjordes i Storbritannien jämfört med 12 stycken i Kalifornien under 2016)[15]. Bland 15 länder placerade sig Sverige på en sjätte plats (totalt 36,23poäng).

Möjlighet att påverka: Medel. Regering och andra institutioner kan påverka utvecklingen av kompetensbasen, men kräver långsiktighet, planering och investeringar.

Tabell 2: Tillgång till kompetens

LAND	INDEX
STORBRITANNIEN	85,70
IRLAND	51,67
TYSKLAND	43,98
FRANKRIKE	41,69
NEDERLÄNDERNA	36,60
SVERIGE	36,23
DANMARK	32,50
FINLAND	27,87
TJECKIEN*	26,98
NORGE	25,58
UNGERN	25,57
BELGIEN	22,96
POLEN	17,83
LETTLAND	13,11
LITAUEN	11,95

*Tjeckiens index för kompetens var delvis baserat på ett antagande p g a bristfällig statistik

Utbud av inspelningsmiljöer (Diversity of Location)

Ett lands möjligheter att erbjuda variation på inspelningsmiljöer

Producenternas viktning: 19,50 procent

På denna fråga utgick vi från producenternas egna skattningar av vad deras land erbjuder för typ av miljöer. Maximala värdet som ett land kunde få var 26 poäng. Här fick Polen flest poäng (totalt 24). Även Sverige rankas högt, på delad andra plats tillsammans med Tjeckien, Irland och Tyskland på 22 poäng. Totalt ingick 14 länder i denna ranking

Möjlighet att påverkat: Liten. I princip omöjligt att påverka utöver vissa bebyggelser etc.

[15] 2016 Feature Film Study, Film LA

Tabell 3: Utbud av inspelningsmiljöer

LAND	INDEX
POLEN	92,31
IRLAND	84,62
TJECKIEN	84,62
TYSKLAND	84,62
SVERIGE	84,62
FRANKRIKE	80,77
NEDERLÄNDERNA	80,77
BELGIEN	76,92
NORGE	76,92
STORBRITANNIEN	76,92
LITAUEN	73,08
UNGERN	73,08
FINLAND	65,38
DANMARK	61,54

Inspelningsvänlig infrastruktur (Availability of Infrastructure)

Tillgång till filmstudios, filmutrustningsföretag, men också tillgång till transport, hotell och annan typ av logistik.

Producenternas viktning: 15,0 procent

Här utgick vi dels från information från filmkommissionärerna och dels från ett index för infrastruktur som Världsbanken publicerar. Sverige hamnar på tionde plats bland fjorton länder. Generellt placerar sig norden lägre än Centraleuropa. Högst rankat blev Tyskland. Vi kan notera att eftersom samtliga länder ligger i Europa med god tillgång till såväl kommunikation och andra faciliteter så är skillnaden ändå relativt liten. Litauen fick lägst poäng i gruppen med 74,2 poäng vilket ändå bör betraktas som en godkänd nivå.

Möjlighet att påverka: Medel. Kräver investeringar och tid innan effekterna blir tydliga, men är långt ifrån omöjligt att genomföra.

Tabell 4: Inspelningsvänlig infrastruktur

LAND	INDEX
TYSKLAND	100,00
STORBRITANNIEN	98,45
BELGIEN	97,36
FRANKRIKE	97,09
IRLAND	95,47
UNGERN	93,51
TJECKIEN	92,70
POLEN	91,42
NEDERLÄNDERNA	86,99
SVERIGE	86,85
FINLAND	85,09
DANMARK	83,34
NORGE	72,69
LITAUEN	70,12

Inspelningsvänlighet (Film Friendliness)

Tillgång och stöd från offentliga rådgivare, inspelningstillstånd, kontakter med myndigheter etc

Producenternas viktning: 12,40 procent

Det här beslutskriteriet bedömdes utifrån svar från filmkommissionärerna i kombination med Världsbankens ”Ease-of-Doing-Business” ranking. Sverige hamnar på en femteplats med 77,93 poäng. Högst poäng fick Finland, bl a för sina enkla processer med filmtillstånd.

Möjlighet att påverka: God. Kräver framförallt politiska beslut samt god organisation.

Tabell 5: Inspelningsvänlighet

LAND	INDEX
FINLAND	91,65
LITAUEN	87,86
NORGE	87,86
DANMARK	82,00
STORBRITANNIEN	79,19
SVERIGE	77,93
IRLAND	73,18
NEDERLÄNDERNA	71,18
TYSKLAND	67,64
UNGERN	65,30
TJECKIEN	63,53
BELGIEN	57,04
POLEN	56,65

Kunskaper i engelska (English Proficiency)

Hur vanligt att befolkningen, professionella såväl som tjänstemän i stat och förvaltning, talar god engelska.

Producenternas viktning: 8,30 procent

Att ett filmteam kan enkelt kommunicera, ställa frågor och diskutera sina önskemål är ofta en viktig komponent för en lyckad inspelningsupplevelse. Vi har här utgått från ett index som EF Education utvecklat för engelska kunskaper, s k ”English Proficiency Index”. I detta index så blir länder som Storbritannien och Irland självklara ettor med ett index på 100. Bästa icke-engelskspråkiga land är Nederländerna som har ett index på 72,16. Sverige placerar sig högt med 70,81 poäng, strax efter Danmark.

Möjlighet att påverka: Liten. Kräver långa och breda utbildningssatsningar.

Tabell 6: Kunskaper i engelska

LAND	INDEX
IRLAND	100
STORBRITANNIEN	100
NEDERLÄNDERNA	72,16
DANMARK	71,15
SVERIGE	70,81
ISLAND	70,16
NORGE	68,54
FINLAND	66,61
ESTLAND	63,71
TYSKLAND	61,58
POLEN	61,49
BELGIEN	60,9
TJECKIEN	59,09
UNGERN	58,72
LETTLAND	57,16
LITAUEN	55,1
FRANKRIKE	54,33

Tillåtna arbetstider (Acceptable Working Hours)

Hur långa arbetsdagar som filmarbetare tillåts arbeta under inspelningen

Producenternas viktning: 12,60 procent

Filminspelningar innebär ofta intensiva och långa arbetsdagar, och varje extra inspelningsdag utgör en påfrestning för filmbudgeten och ibland även för filmarbetare. Här har vi utgått från svaren i vår enkät till filmkommissionärerna. Eftersom Sverige tillämpar 8 timmars arbetstid

som utgångspunkt för filmarbetare så delar Sverige tillsammans med Frankrike och Danmark sista plats. I länder som Storbritannien och Tjeckien är det inte ovanligt med 12 timmars arbetsdag under själva filminspelningen. Även denna till synes enkla fråga är dock inte helt enkel att besvara. Det finns viss flexibilitet med övertid i Sverige och dessutom räknar några länder in lunchrast medan Sverige gör det inte.[16] Många producenter upplever dock den svenska arbetstiden som begränsande jämfört med de flesta länderna i Europa.

Möjlighet att påverka: Medel. Kräver politisk vilja och samarbete mellan fack och arbetsgivare.

Tabell 7: Tillåtna arbetstider

LAND	INDEX
ISLAND	100,00
STORBRITANNIEN	100,00
TJECKIEN	100,00
UNGERN	100,00
LITAUEN	91,67
FRANKRIKE	83,33
IRLAND	83,33
NEDERLÄNDERNA	83,33
NORGE	83,33
POLEN	83,33
TYSKLAND	83,33
BELGIEN	75,00
DANMARK	66,67
FINLAND	66,67
SVERIGE	66,67

Säkerhet (Safety & Security)

Vikten av att känna sig trygg och säker –från kriminalitet till risk för terrorism och konflikter.

Producenternas viktning: 16,10 procent

Det finns flera institutet som mäter trygghet och säkerhet i ett land. Det index vi har valt är från World Internal Security and Police Index. Finland rankades högst (86,4 poäng) medan Sverige hamnade på sjätte plats med 83 poäng bland totalt 17 länder. Samtliga länder i vår ursprunglista fanns med i detta index.

Möjlighet att påverka: Liten. Säkerhet beror på många faktorer, förutom inrikespolitiska även historiska, socioekonomiska, geopolitiska etc.

[16] Intervju med Mika Romanus, förbundsdirektör för Teaterförbundet

Tabell 8: Säkerhet

LAND	INDEX
FINLAND	86,4
DANMARK	85,9
TYSKLAND	84,8
NEDERLÄNDERNA	84
NORGE	83,2
SVERIGE	83
ISLAND	82,3
IRELAND	81,8
ESTLAND	80,5
BELGIEN	79,3
STORBRITANNIEN	78,1
FRANKRIKE	77,7
POLEN	77,5
TJECKIEN	77,2
LITAUEN	71,9
LETTLAND	70,5
UNGERN	66,1

3.4.2 Economic Attractiveness

I kategorin *Economic Attractiveness*, d v s bedömningen hur ekonomiskt intressant ett land är att förlägga en produktion i, har vi fokuserat på fyra beslutskriterier:

- tillgång till produktionsincitament
- tillgång till nationella och regionala fonder
- den lokala kostnadsnivån
- valutarisken.

Som vi kunde se i tidigare avsnittet låg många av de länder som konkurrerar mycket nära varandra vad gäller *Ease of Production*. Många länder kan erbjuda en god infrastruktur, duktiga filmarbetare, och serviceinriktade filmkommissionärer. Ekonomin kommer att därför spela en avgörande roll i inspelningsbeslutet.

Eftersom vi för denna grupp av beslutskriterier har kunnat ta fram underlag genom redan befintliga data har vi kunnat inkludera fler länder i analysen än vi kunde för *Ease of Production*.

Tabell 9: Economic Attractiveness

LAND	INDEX
Frankrike	78,71
Storbritannien	65,53
Tyskland	63,95
Ungern	62,96
Belgien	60,33
Estland	58,56
Irland	57,97
Litauen	55,80
Island	55,39
Nederländerna	54,90
Finland	54,41
Tjeckien	54,11
Norge	52,63
Polen	44,45
Danmark	29,97
Sverige	26,20
Lettland	N/A

Tillgång till produktionsincitament (Availability of Production Incentives)

Vad för produktionsincitament som ett land erbjuder för film och TV-inspelningar såsom rabatter, skattelättnader eller skattekreditsystem.

Producenternas viktning: 36,80 procent

De flesta länderna i Europa erbjuder idag någon form av produktionsincitament för att attrahera filminspelningar. Incitamenten varierar i struktur, form, krav, rabatt och inte minst återbetalningssätt och är därför svåra att jämföra. Genom att titta på ett antal nyckelkriterier har vi ändå försökt att jämföra incitamentssystem. Här fick Irland och Belgien det högsta poängen i vårt index med 88 poäng vardera (Belgien har ett väldigt annorlunda system - s k ”*tax shelter*” som skiljer sig helt från de andra systemen, men omnämns ofta av producenter som ett av de mest attraktiva). Eftersom Sverige, tillsammans med Danmark och Polen saknar incitamentssystem fick dessa länder också 0 poäng. Polen har dock meddelat att de kommer att introducera ett incitamentprogram under slutet av 2017 eller början av 2018.

I enkätundersökningen ställdes en avslutande fråga till producenterna om vilket land som de uppfattade erbjöd de mest generösa produktionsincitamenten, för att undersöka om producenternas uppfattning låg i linje med våra slutsatser. Exkluderas länderna utanför Europa (USA, Kanada, Sydafrika t ex) fick Storbritannien flest omnämnanden (åtta respondenter), följt av Belgien (omnämnt av sex respondenter) och Ungern (fyra respondenter). Övriga europeiska länder som Frankrike, Irland, Italien, Tjeckien m fl. fick ett

eller två omnämnanden. Vi kan m a o säga att våra respondenters uppfattning låg nära det presenterade resultatet.

Möjlighet att påverka: God. Kräver politiskt beslut.

Tabell 10: Produktionsincitament

LAND	INDEX
BELGIEN	88,00
IRLAND	88,00
ISLAND	84,06
UNGERN	82,06
FRANKRIKE	81,88
STORBRITANNIEN	81,06
NEDERLÄNDERNA	74,88
FINLAND	68,06
NORGE	64,06
ESTLAND	61,06
TJECKIEN	60,25
TYSKLAND	55,25
LETTLAND	50,25
LITAUEN	45,25
DANMARK	0,00
POLEN	0,00
SVERIGE	0,00

Tillgång till nationella och regionala fonder (Availability of National and Regional Film funds)

Utbudet av regionala och nationella stöd som ett land kan erbjuda en produktion.

Producenternas viktning: 22,70

Det finns många typer av fonder på både regional som nationell nivå som ett produktionsbolag kan söka finansiering från. I många fall erbjuds s k ”mjuka pengar”, dvs att återbetalningskraven är gynnsamma för producenten. Sverige har ett relativt stort utbud av regionala och nationella fonder, men alla stödformer gynnar inte nödvändigtvis inspelningar i landet. Svenska Filminstitutet har t ex till skillnad från de regionala fonderna inget formellt krav på att utnyttja produktionsresurser i Sverige. Notera att vi här inte har tagit några privata fonder i beaktning. Frankrike har de flesta och största fonder och hamnar på första plats (index 100). Sverige kommer på sjätte plats med ett index på 27. Stora länder har ofta större fonder än små länder, och mycket av detta går självfallet till inhemska produktioner. För att kartlägga och jämföra ländernas fonder har vi i huvudsak utgått från European

Audiovisual Observatory's rapport (2016)[17] Olffi (https://www.olffi.com/) samt Chimney's katalog om filmfonder[18].

Möjlighet att påverka: God. Kräver politiska och ibland privata beslut.

Tabell 11: Tillgång till nationella och regionala fonder

LAND	INDEX
FRANKRIKE	100
TYSKLAND	73
POLEN	53
STORBRITANNIEN	48
NORGE	40
SVERIGE	27
BELGIEN	26
DANMARK	19
ESTLAND	16
NEDERLÄNDERNA	13
FINLAND	13
ISLAND	11
UNGERN	10
LITAUEN	9
IRLAND	8
LETTLAND	8
TJECKIEN	7

Lokala kostnader (Local Costs)

Kostnadsläget i landet, inklusive arvoden för filmarbetare, levnadskostnader, logistik etc.

Producenternas viktning: 29,4 procent

De lokala kostnaderna i ett land utgör ett viktigt beslutskriterium för producenten. Även om ett land har ett attraktivt stödsystem med produktionsincitament och fonder, så kan man inte bortse från att vissa länder redan har en fördel tack vare sina låga kostnader. Det är också därför som många länder i framförallt Östeuropa har blivit intressanta för många internationella producenter, som kan erbjuda en kombination av låga kostnader med

[17] Public financing for film and television content" The state of soft money in Europe, European Audiovisual Observatory (Julio Talavera Milla, Gilles Fontaine, Martin Kanzler, July 2016)

[18] CHIMNEY'S Top 100 European Film Funds (2017)

attraktiva incitament. Tillflödet av internationella produktioner har också lett till att ländernas kompetensbas ökat kraftigt. Här har vi tagit hänsyn till vad det kostar att hyra in nyckelfunktioner i produktionen (produktionsledare, platschefer, regiassistenter m.m.) men också hur prisnivåerna ligger i landet generellt. Litauen hamnade på första plats med ett index på 91,87, följt av Polen och Tjeckien, medan Sverige placeras på fjortonde plats (index på 39,43).

Möjlighet att påverka: Liten. Länder kan endast marginellt påverka prisnivåerna på vissa begränsade områden.

Tabell 12: Lokala kostnader

LAND	INDEX
LITAUEN	91,87
POLEN	85,04
TJECKIEN	77,39
ESTLAND	76,17
UNGERN	75,60
TYSKLAND	57,45
DANMARK	55,69
FINLAND	55,29
FRANKRIKE	53,80
NEDERLÄNDERNA	48,56
STORBRITANNIEN	46,89
IRLAND	46,87
BELGIEN	40,61
SVERIGE	39,43
ISLAND	35,93
NORGE	34,88

Valutarisken (Foreign Exchange Risk)

Hur mycket en valuta fluktuerar under en given tid.

Producenternas viktning: 11,10 procent

Produktioner som görs i länder som inte använder samma valuta måste ta hänsyn till valutarisken. För att mäta volatiliteten har vi jämfört respektive valuta mot den amerikanska dollarn. Det brittiska pundet är den valutan som varierat minst mot dollarn och står som basindex (100). Den svenska kronan har å andra sidan haft stora fluktuationer mot den amerikanska dollarn och hamnar på 13:e plats i vårt index. För svenska producenter som ska spela in utomlands gäller naturligtvis även det omvända – d v s en risk att förlägga en film där du är tvungen att köpa utländsk valuta. Vi tar här inte hänsyn att producenten lika gärna kan göra en kursvinst som en förlust, utan antar att man vill helt enkelt minimera osäkerheten.

Möjlighet att påverka: Liten. För svensk del handlar det t ex att ansluta sig till eurozonen eller att återgå till någon form av fast valutakurs vilket inte verkar troligt inom överskådlig tid.

Tabell 13: Valutarisker

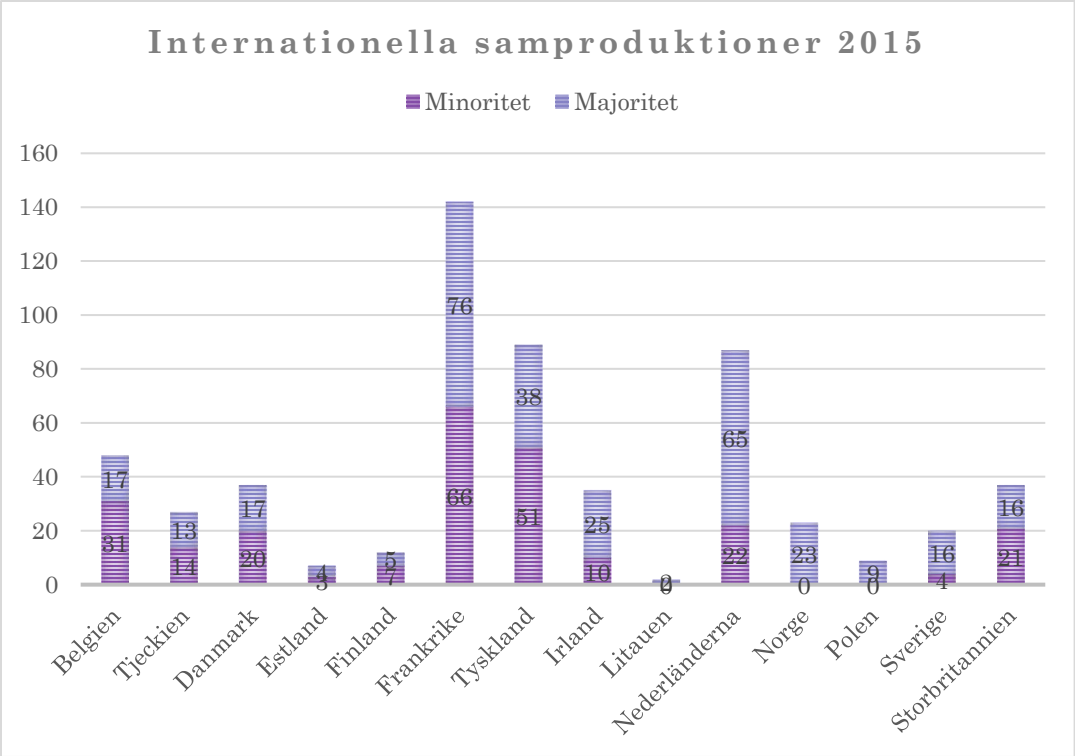
LAND	INDEX
STORBRITANNIEN (GBP - USD)	100,00
BELGIEN (EURO - USD)	90,66
FRANKRIKE (EURO - USD)	90,66
IRLAND (EURO - USD)	90,66
LETTLAND (EURO - USD)	90,66
LITAUEN (EURO - USD)	90,66
NEDERLNDRNA (EURO - USD)	90,66
TYSKLAND (EURO - USD)	90,66
ESTLAND (EURO - USD)	90,66
FINLAND (EURO - USD)	90,66
NORGE (NKK - USD)	87,93
DANMARK (DKK - USD)	84,05
SVERIGE (SEK - USD)	76,19
UNGERN (USD - HUF)	74,88
ISLAND (ISK - USD)	69,69
TJECKIEN (CSK - USD)	68,85
POLEN (PLN - USD)	67,10

3.4.3 Internationella samproduktionsavtal

Att Frankrike får höga poäng i gruppen för *Economic Attractiveness* ligger väl i linje med statistik från Unesco om antal internationella samproduktioner, även om de naturligtvis sker av många andra skäl än ekonomiska. Frankrike hade totalt 142 samproduktioner under 2015, vilket är lång fler än Tyskland som kom på andra plats med 62 samproduktioner.

De internationella samproduktionsavtalen, något som Frankrike är starka på, är inte något vi har valt att fördjupat oss i, men även detta påverkar givetvis hur produktionerna finansieras och var de sedan förläggs. I diagrammet nedan så visar vi också hur de internationella samproduktionerna fördelade sig mellan majoritetsproducerande och minoritetsproducerande länder under 2015. Antal minoritetsproduktioner är intressant eftersom den kan indikera att ursprungslandet till filmproduktionen är utländsk, och att produktionen därför kan ha valt att söka sig till ett annat land just på grund av finansiering.

Diagram 15: Internationella Samproduktioner 2015



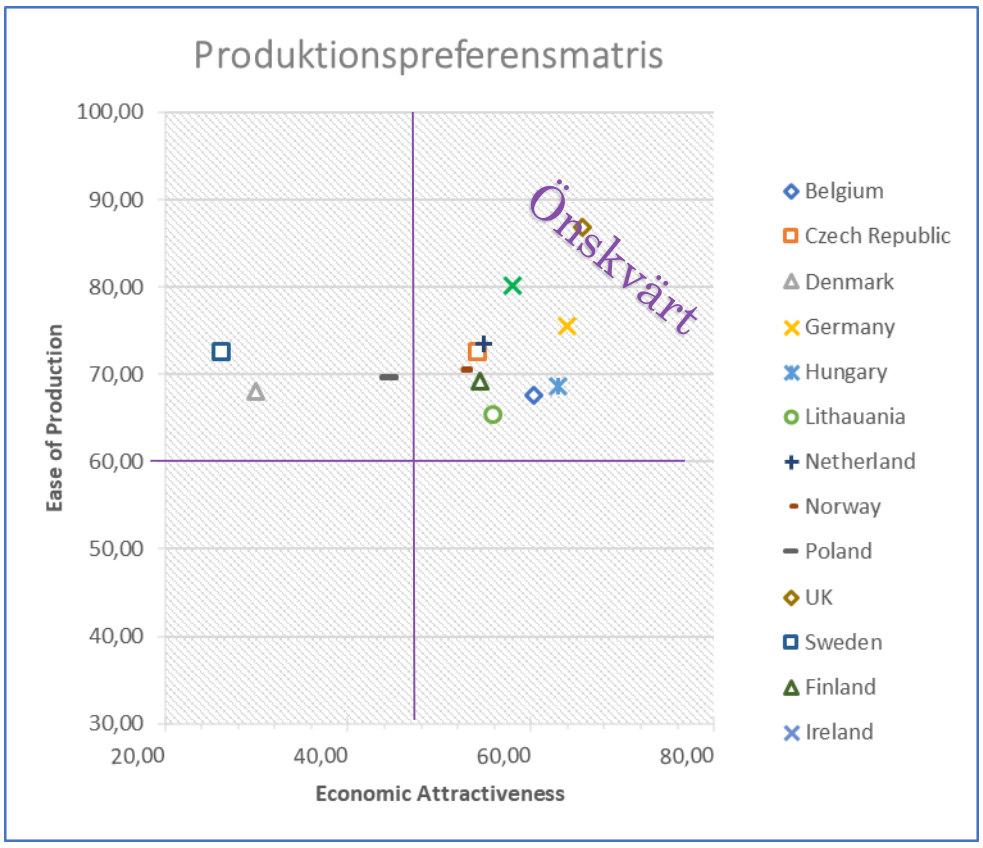
Källa: Unesco

3.4.4 Produktionspreferensmatris

Genom att multiplicera beslutskriteriernas vikter med respektive lands index kan vi få fram ett lands totalvärde för *Economic Attractiveness* (värdet på X axeln) samt *Ease of Production* (värdet på Y-axeln). Diagrammet nedan visar hur de olika länderna positionerar sig i respektive axel:

För att bli så attraktiv som möjligt för en producent bör landet placera sig så högt upp i det övre högra hörnet som möjligt i kvadranten ”Önskvärt”.

Diagram 16: Propduktionspreferensmatris



Sverige representeras av fyrkanten, d v s relativt högt på den lodräta axeln, men längst ut på det vänstra fältet. Positionen visar tydligt att Sverige presterar bra i *Ease of Production* (72,66 på Y axeln), men ligger för långt ut till vänster på *Economic Attractiveness* för att kunna konkurrera ekonomiskt (26,20 på X-axeln). Högst upp på *Ease of Production* har vi Storbritannien. De flesta av länderna i vår undersökning placeras i det önskvärda fältet: d v s Tyskland (X=75,48; Y=63,95), Ungern (X=62,96; Y=68,61), Belgien (X=60,33; Y=67,65), Litauen (X=55,80; Y=65,50), Nederländerna (X=54,90; Y=73,53), Norge (X=52,63; Y=70,5), Tjeckien

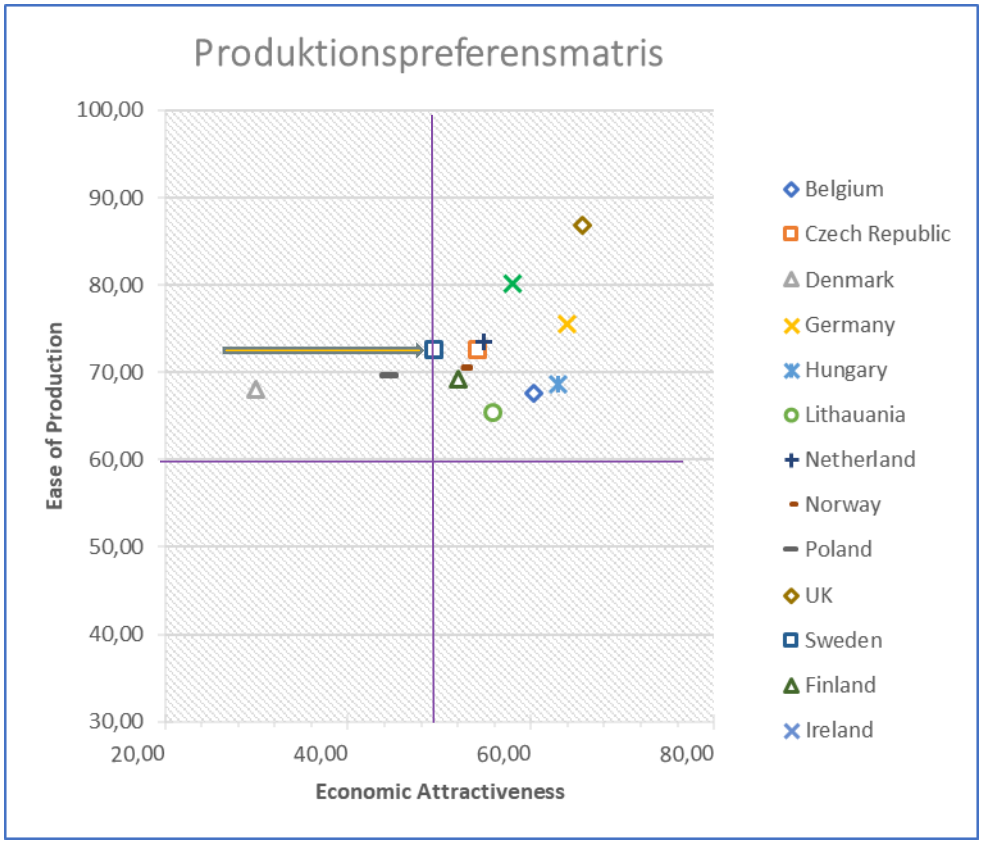
(X=54,10: Y=72,56) och Litauen (X=55,80; 65,5). Några av länderna saknar vi underlag för att kunna placeras på *Ease of Production* skalan, men vi kan anta att även Frankrike (som skulle hamna långt ut till höger på skalan) och Estland skulle kvalificera sig i samma kvadrant som de övriga länderna. Danmark och Polen som ännu inte har några produktionsincitament befinner sig utanför kvadranten.

Vi kommer nu att analysera hur Sveriges position kan förändras vid ett eventuellt införande av produktionsincitament samt vid ett utökande av antalet fonder. Båda är kriterier som beskrivs som relativt enkla att genomföra givet politiskt beslut (till skillnad från lokala kostnader eller valutaförändringar som är betydligt svårare att genomföra). Vi kommer inte visa några scenarier som förbättra Sveriges position under *Ease of Production*, eftersom det endast innebära att Sveriges position förflyttas på det vertikala planet och därmed inte närmare kvadranten ”Önskvärt”.

3.4.5 Scenarioanalys I: Sverige inför incitament i likhet med Finland.

I scenariot nedan har Sverige infört ett produktionsincitament som kan jämföras med det upplägg som Finland har idag.

Diagram 17: Produktionspreferensmatris, Scenario I



Den omedelbara effekten är att Sverige då kommer få en betydande förflyttning vänster ut (illustrerat med pil). Sverige hamnar då ungefär vid gränsen till kvadranten ”Önskvärt”, strax ovanför men något mer åt vänster än Norge och Finland (nytt värde på X-axeln blir 49,45). På medellång sikt kommer dock Sverige också att förflyttas vertikalt uppåt i och med att fler produktioner leder till starkare kompetens och förmodligen också större investeringar inom inspelningsvänlig infrastruktur.

Fakta om Finlands produktionsincitament

Ansvarig handläggare: Tekes

Incitamentsystem: Betalningskredit. Tekes återbetalar mot realiserade kostnader.

Belopp: 25 % för produktionskostnaderna i Finland, inklusive förproduktion, inspelning och postproduktion.

Tak: Maximalt 80 procent av produktionens totalbudget.

Total budget för incitamentet: 10 miljoner euro

Berättigade: finländska och utländska produktionsbolag enligt ”först till kvarn” principen. Andra audiovisuella företag i produktionen som är berättigade till upphovsrättsersättning (IPR).

Berättigade produktioner: Lång spelfilm (minst 2,5 miljoner euro i budget, varav minst 150,000 euro i Finland), dokumentärfilm (minst 325,000 i budget, varav minst 50,000 euro i Finland), TV-drama samt animationsproduktioner (minst 5,500 euro per minut, varav minst 250,000 euro i Finland).

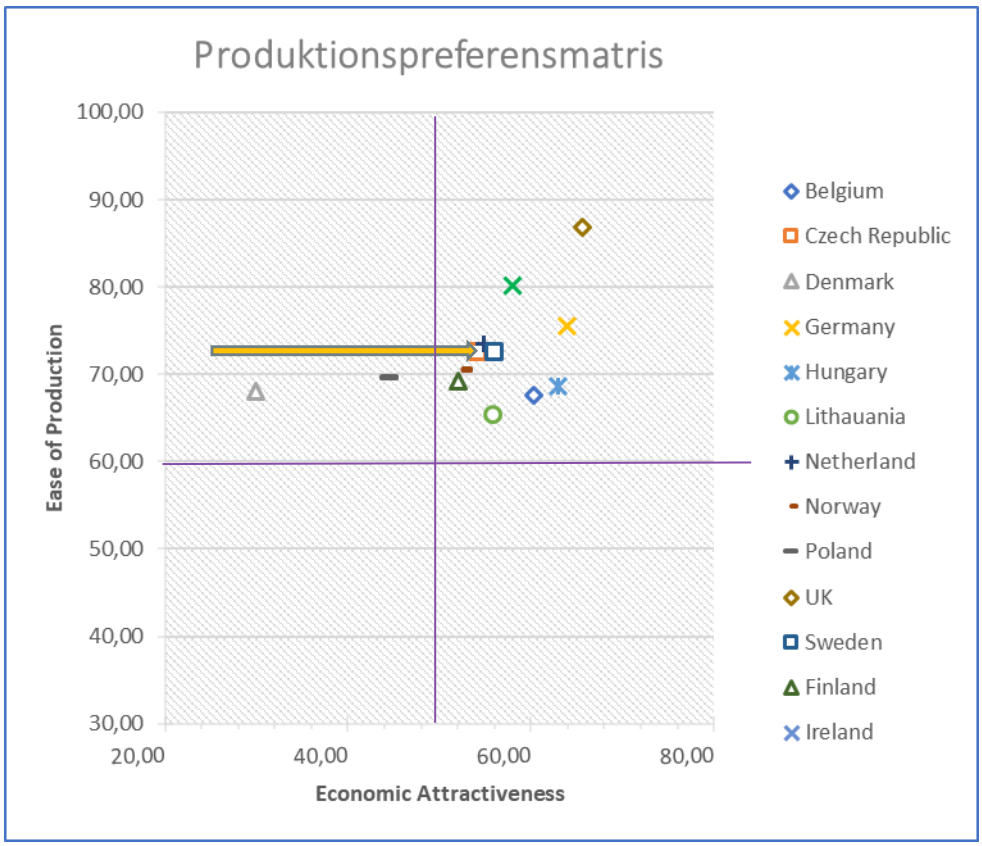
Övriga kommentarer: Moms, juridiska tjänster, finansieringstjänster samt marknadsföring- och distributionskostnader godkänns inte. Utländska sökanden måste vända sig till ett finländskt företag som projektkoordinator. Sökanden måste även genomgå ett s k kulturellt prov för att kvalificera.[19]

[19] https://filminginfinland.fi/cash-rebate/?gclid=EAIaIQobChMI2PuE2v7I1wIVx04YCh3wJAptEAMYASAAEgJuOPD_BwE

3.4.6 Scenarioanalys II: Sverige inför incitament i likhet med Storbritannien

I följande scenario så introducerar Sverige ett produktionsincitament som är ungefär lika attraktivt som programmet i Storbritannien eller Frankrike.

Diagram 18: Preferensmatris, Scenario II



I detta scenario så förflyttas Sverige ännu längre ut till vänster (nytt X-värde är 56,01) och går precis förbi Tjeckien och Nederländerna i *Economic Attractiveness*.

Fakta om Storbritanniens incitamentsystem

Ansvarig handläggare: British Film Commission

Incitamentsystem: Creative Sector Tax Relief

Typ: Skatterabatt

Belopp: 25 procent, inklusive förproduktion, inspelning och postproduktion.

Tak: Beräknas på det lägre beloppet mellan 80 procent av produktionen eller de faktiska utläggen i Storbritannien.

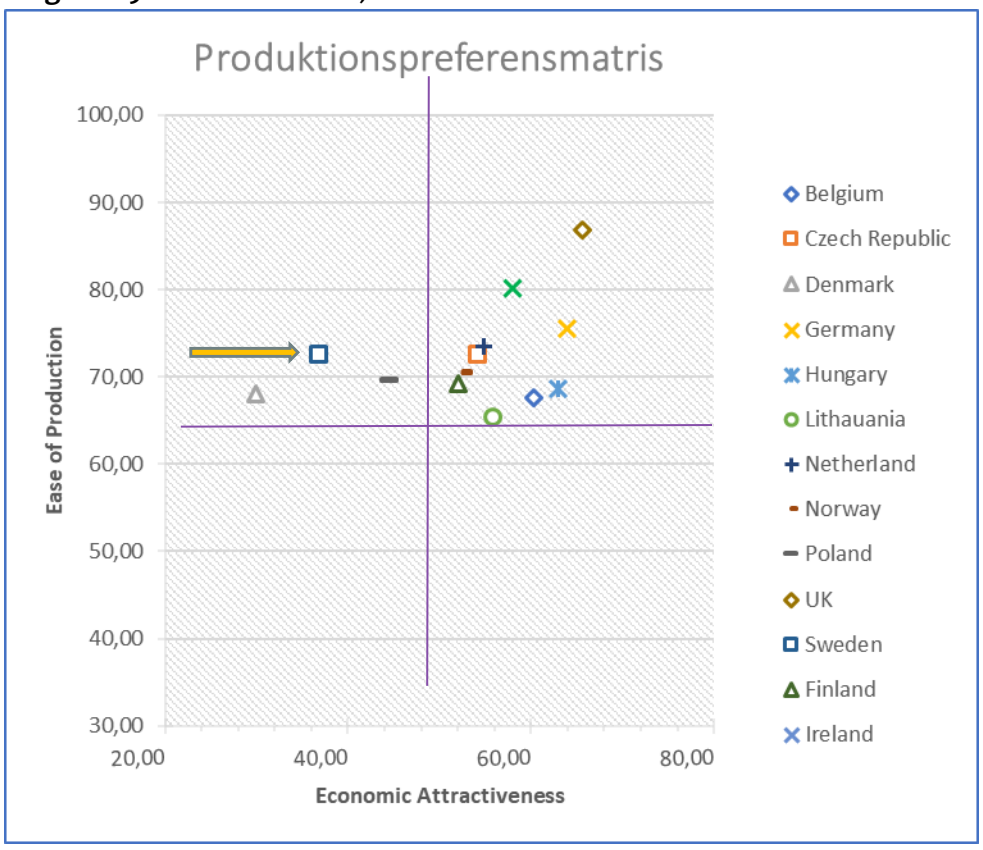
Totalt budget: Ingen begränsning – d v s samtliga projekt som kvalificeras har möjlighet att få stöd.

Område: Produktionsstöd finns för lång spelfilm, TV-drama, barnprogram, dokumentär samt dataspel.

Övriga kommentarer: Minst 10 procent av utläggen måste ske i Storbritannien och filmproduktionsbolaget ska vara skatteregistrerat i landet. Storbritannien tillhör dock inte Euroimage vilket försvårar vissa internationella samproduktioner. Produktionen ska klara ett s k kulturellt test.[20]

3.4.7 Scenarioanalys III: Sverige inför fler och större fonder på samma nivå som Tyskland

Diagram 19: Preferensmatris, Scenario III



Vi kan notera att även om Sverige satsar på att utveckla fler och större fonder istället för att introducera ett nationellt produktionsincitament, så skulle det inte vara lika effektivt som en

[20] http://www.bfi.org.uk/film-industry/british-certification-tax-relief/about-tax-relief

https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/film-production-company-manual/fpc50100

introduktion av ett produktionsincitament. Anledningen är i huvudsak att producenterna har viktat produktionsincitament betydligt högre än fonder.

Tabell 14. Tysklands filmfonder

Fonder	Årlig budget €	Ansökningstak per projekt	Utläggskrav	Kulturellt tests	Övrig info
German Federal Film Board	14 300 000	20% av tysk andel	nej	ja	Nationellt
German Federal Film Fund	50 000 000	€4m max 50%	25% i landet	ja	Nationellt: automatiskt stöd: inget återbetalningskrav
Filmfernsehfonds Bayern	15 000 000	€2m eller 30% av tysk andel	150% i regionen	nej	Regionalt
Filmförderung Hamburg Schleswig-Holestein	11 000 000	€600k eller max 50%	150% i regionen	nej	Regionalt
The Film- Und Medienstiftung NRW	35 000 000	50% av total budget	150% i regionen	nej	Regionalt, Även TV
The Hessen Invest Film	5 000 000	€1m eller 50% av total budget	100% i regionen	nej	Regionalt
MDM-Mitteldeutsche Medienförderung	13 400 000	€900k eller max 50%	100% i regionen	nej	Regionalt
Medienboard Berlin-Brandenburg	30 500 000	50% av total produktions-budget	100% i regionen	nej	Regionalt
MFG-Filmförderung Baden-Wurttemberg	9 000 000	€1m eller 50% av total budget	120% i regionen	nej	Regionalt
Nordmedia	11 000 000	€1m för majoritet & €200k för minoritet i samproduktion	100% i regionen	nej	Regionalt

4 SLUTSATSER

Syftet med den här studien har varit att undersöka vad producenterna tycker är viktigt när de väljer inspelningsplats för sina filmproduktioner samt att analysera hur länderna positionerar sig gentemot varandra. Vi har här utgått från en marknadspreferensmetod, där man efter viktning och insamling av data analyserar, jämför och väljer ut vilka länder som bäst möter de utvalda kriterierna. Beslutskriterierna är uppdelade i två kategorier, där den ena kategorin utgör de praktiska argumenten för att producera i ett land *(Ease of Production)*, medan den andra kategorin handlar om hur ekonomiskt intressant ett land är för produktionen *(Economic Attractiveness)*.

Analysen har visat att det finns betydande skillnader mellan hur producenterna viktar beslutskriterierna. Till exempel anser amerikanska producenter i högre utsträckning än skandinaver att säkerhet är viktigt. En annan skillnad är att producenter med stora budgetar värdesätter tillgång till kompetens högre än vad producenter med mindre budgetar gör. Detta kan vara viktiga observationer beroende på vilken typ av filminspelning man vill attrahera, men också vid marknadsföring av Sverige som destinationsland för inspelningar.

Av de totalt sju beslutskriterierna i gruppen *Ease of Production* värderades *Diversity of Location* högst, med en viktning på 19,8 procent. Detta är bra för ett land som Sverige som har en stor variation på inspelningsplatser, från slott och stad till skog och mark. Det näst viktigaste kriteriet var *tillgång till kompetens*. Också här presterar Sverige bra jämfört med många länder. Även vad beträffar de övriga kriterierna (*säkerhet, inspelningsvänlig infrastruktur, inspelningsvänlighet* och *kunskaper i engelska*) är Sverige konkurrenskraftigt. Det är endast kriteriet *tillåtna arbetstider* i kategorin *Ease of Production* är Sverige har en sämre ranking eftersom många länder tillåter 10 eller 12 timmars arbetspass på inspelningsplatsen.

Sverige har däremot svårt att konkurrera inom den andra kategorin, *Economic* Attractiveness. Varken produktionsincitament, lokala kostnader, eller för den delen den svenska kronan gör att Sverige har ett särskilt attraktivt erbjudande till de internationella producenterna. Sverige har förvisso ett relativt gott utbud av regionala och nationella fonder, men detta beslutskriterium väger ensamt inte tillräckligt starkt i denna kategori.

Vår preferensanalys har även visat att skillnaderna mellan länderna i kategorin *Ease of Production* också är relativt små och konkurrensen jämn. Dessutom är många av de kriterier som studien analyserat svåra att mäta. Det är därför rimligt att anta att de ekonomiska villkoren kommer att få en stor betydelse vid valet av inspelningsplats. För kategorin *Economic Attractiveness* går en stark skiljelinje mellan länder som har och länder som inte har produktionsincitament. Detta förstärker också den syn som har delats i intervjuer med såväl producenter som filmkommissionärer, d v s att ett incitamentsystem är mer eller mindre ett krav för att ett land ska bli aktuellt för inspelningsbeslut.

Sammanfattningsvis kan följande sägas om Sveriges konkurrenssituation:

1. Avsaknad av produktionsincitament gör att Sverige inte kan konkurrera effektivt om internationella filmproduktioner (undantaget projekt med specifika lokaliseringskrav som av konstnärliga skäl inte går att erbjuda på annan plats).
2. En introduktion av incitament skulle möjliggöra för Sverige att konkurrera om fler produktioner till landet, d v s både behålla svenska produktioner som annars riskerar att förläggas utomlands samt attrahera utländska produktioner som väljer att spela in i andra länder.
3. Det förefaller inte finnas andra genomförbara åtgärder som Sverige skulle kunna implementera för att attrahera internationella filmproduktioner i närtid.

Den goda nyheten är dock att om Sverige har en ambition att attrahera flera internationella och behålla fler svenska produktioner så ser det inte ut som att det skulle krävas någon större omställning för branschen. På lite längre sikt finns det naturligtvis flera viktiga områden att se över, t ex organisation av filmstödssystemet, resursbasen av filmarbetare, utökning av utbildningsplatser etc.

Avslutningsvis, filmen är till syvende och sist är en kreativ process där varje filminspelning i sig är ett unikt projekt med sina egna behov, krav och preferenser. Att fortsätta vara lyhörd till filmarnas individuella önskemål är därför fortsatt av yttersta vikt för att attrahera filminspelningar, även med ett attraktivt produktionsincitament på plats.

BILAGOR

Bilaga A – Om Analytic Hierarchy Process

AHP-metoden bygger på parvisa jämförelse där utvärderingskriterierna ställs mot varandra i syfte att fastställa en viktning på en niogradig skala. Skalan är numerisk och översatt från utsagor i naturligt språk. Exempelvis innebär ett (1) att två kriterier bedöms vara likvärdiga och nio (9) att ett kriterium är extremt mycket mer att föredra än den andra.

Efter att jämförelserna mellan de olika kriterierna är gjorda gör man en s k konsistenskontroll av beslutsfattarens jämförelser för att säkerställa att svaren inte är alltför motsägelsefulla. Jämförelser som är självmotsägande, kallas inkonsistenta och graden av detta kan beräknas som ett toleransmått, en s k CR (*consistency ratio*). Ju högre konsistenskvoten är, desto mer självmotsägande är således matrisen. I vår undersökning har vi accepterat en relativt hög konsistenskvot (0,2), eftersom vi har relativt många kriterier att välja emellan. Noterar vi en marginell överträdelse av denna kvot har vi fört en dialog med respondenten för att se om motsägelserna kan minskas till en acceptabel nivå. Svar med allt för hög inkonsistens (t ex CR 0,5 eller mer) har vi lämnat åt sidan.

För att exemplifiera utifrån vår egen undersökning:

> *Producenterna får frågan om vad de anser om vikten av Produktionsincitament jämfört med vikten av Lokala kostnader, där de på en niogradig skala kan svara hur dessa två kriterier förhåller sig till varandra. Anser producenten att Produktionsincitament är lika viktigt som lokala kostnader blir svaret 1, om producenten anser att produktionsincitament är mycket viktigare än lokala kostnader blir svaret 7 och anser producenten att produktionsincitament är extremt mycket viktigare än de lokala kostnaderna blir svaret 9. Producenten får därefter frågan om hur produktionsincitament förhåller sig till tillgången till nationella och regionala fonder med en liknande parvis jämförelse. Producenten fortsätter tills samtliga variabler har jämförts med varandra. Svaren sätts därefter i en matris, där varje variabel jämförs med varandra och poängsätts som 9 om en variabel är betydligt viktigare än en annan till 1/9 om en variabel bedöms som helt oväsentlig i jämförelse med den andra. Då matrisen med variablerna är ifylld kan man räkna ut respektive kriteriums vikt och matrisens CR-värde. Det senare för att säkerställa att det inte förekommer alltför stor inkonsistens i respondentens utsagor.*

För en bra sammanfattning av hur AHP metoden kan användas rekommenderas t ex Geoff Coyles ”Practical Strategy. Open Access Material. AHP".

Bilaga B – Beskrivning av indexering av beslutskriterierna

För att jämföra ländernas beslutskriterier har vi valt att indexera dem utifrån en skala från 1 till 100, där 100 är det starkaste värdet medan 1 det svagaste. Indexeringen för beslutskriterierna beräknas utav en eller flera kriterier som därefter viktas och multipliceras till ett sammanhållet värde. Vi har i möjligaste mån försökt att utgå från vedertagna jämförelseindex (som t ex säkerhet, engelska kunskaper) men i de flesta fall har vi varit tvungna att skapa egna jämförelsetal.

Indexering har huvudsakligen skett enligt följande princip: *"Det undersökta landets värde delat med det högsta värdet i gruppen multiplicerat med 100."* I vissa fall där ett lågt tal har representerat ett bra värde (t ex lokala kostnader där låga priser är att föredra) har skalan inverterats.

Nedan följer en kortfattad beskrivning av hur vi har valt att indexera beslutskriterierna.

Skilled Work Force: Vi har utgått från Eurostats statistik på antalet anställda i produktion i vissa länder kombinerat med antalet personer sysselsatta i inom den upphovsrättsliga sektorn (att jämföras med den kreativa sektorn). Värdet har därefter poängsatts och indexerats med högst rankat land som bas enligt följande.

- *Employment in Film Industry (Production):* statistik från Eurostat sammanställt av Statista (Motion Picture, Video and Television Production Activities) – 50 procent
- *Employment in Film Industry (Production) relative to total employment*, statistik från Eurostat sammanställt av Statista (Motion Picture, Video and Television Production Activities) – 40 procent
- *Andel anställda inom upphovsrättlisg verksamhet*:10 procent

Utbud av inspelningsmiljöer: Detta beslutskriteriet är naturligtvis mycket svår att mäta. Vi har dock försökt åstadkomma ett index genom att låta filmkommissionärerna med hjälp av frågeformulär svara på ett antal frågor om förekomsten av de allra vanligaste typerna av inspelningsplatser som därefter poängsattes upp till 26 poäng ("rikligt utbud" fick 2 poäng. Samtliga länder har därefter fått ett index beroende på hur många poäng de fick med 100 som maximalt värde.

Tillgång till inspelningsvänlig infrastruktur: Vi har delvis utgått på filmkommissionärernas svar på enkätundersökningen och dels från världsbankens infrastrukturindex. Vi viktade kriterierna här enligt följande:

- Tillgång till studios: Enkätsvaren – 40 procent
- Tillgång till uthyrningsföretag: Enkätsvaren – 30 procent
- Infrastrukturindex: Världsbanken – 30 procent

Jämförelsetalen var därefter baserade på det land som fick högst poäng.

Inspelningsvänlighet: Vi har här utgått från enkätsvar och kompletterat med epost frågor. Vi har även valt att inkludera Världsbankens *Ease of Doing Business Index*, en ranking som tar en rad faktorer i beaktning, däribland enkelhet att starta företag, betala skatter, att upprätthålla kontrakt, handla över gränser, erhålla krediter, att få byggtillstånd etc. som alla kan vara viktiga för att göra det enklare för inspelningen. Eftersom detta index är en rangordning av länder har vi utgått från en faktor 50 (annars blir landet som rankas på andra plats automatiskt hälften så starkt som landet som rankas på första plats)

Vi viktade detta index enligt följande:

- Processer och tid att skaffa inspelningstillstånd: Enkät samt epost – 40 procent.
- Enkelhet att kommunicera med myndigheter och andra offentliga aktörer: Enkäter - 20 procent
- Ease of doing business index: Världsbanken – 40 procent (med en multiplikator på 50).

Kunskaper i engelska: Utbildningsföretaget EF Education har tagit fram ett index för lokalbefolkningens kunskaper i engelska i världen. Vi har valt att använda oss av detta index i vår analys.

- Engelskkunskaper: EF English Proficiency Index – 100 procent.

Arbetstider: Vi har här i huvudsak utgått från svaren som erhållits från filmkommissionärerna om arbetstider. Indexet baseras på det land i gruppen som tillät längs arbetstider.

- Tillåtna arbetstider: Enkät – 100 procent.

Säkerhet: Vi har valt att utgå från World Internal Security and Police Index (WISP) som utvecklats av The Institute for Economics and Peace tillsammans med International Police Science Association.

- Säkerhet: WISP Index – 100 procent.

Tillgång till produktionsincitament: Att jämföra produktionsincitament med varandra är mycket svårt att göra rättvisande. Varje land har satt upp sitt eget unika incitamentsystem, med sina styrkor respektive svagheter som passar olika typer av produktioner. En del länder har valt skatterabatter, medan andra, som Belgien, har infört ett skattekreditsystem där investerare uppmuntras av att investera i film genom att tillåta avdrag på skatt. Eftersom varje produktion är unik måste därför producenten själv göra en bedömning utifrån sitt projekts utgångsläge och förutsättningar. Med detta sagt så är det inte så att jämförelser aldrig har gjorts. T ex har No Film School, ett viktigt digitalt nätverk för filmbranschen, gjort en sådan rangordning[21]. Information om incitament har främst hämtats från Olsberg – SPI:s Global Incentive Index, och kontrollerats med Olffi och ländernas officiella sidor om sina

[21] http://nofilmschool.com/2016/07/film-production-incentives-tax-incentives-movie-rebates

respektive produktionsincitament. För analysens skull har vi tagit fram en modell för att indexera produktionsincitamenten enligt följande sätt:

- Procentuellt värde av incitamentet: 50 procent
- Förekomsten av kulturellt antagningsprov: 15 procent
- Projekttak: Global Incentive Index: 15 procent
- Avsatt årlig budget för stödet: 20 procent
- Utläggskrav i landet: Global Incentive Index: 10 procent

För att undvika eventuella missförstånd menar vi med *produktionsincitament* ett typ av program som kan leda till kostnadsreducering för en filmbudget.

Tillgång till nationella och regionala fonder: Även denna jämförelse är komplicerad för att göra rättvisande eftersom fondernas konstruktion är så varierande. I vår kartläggning och analys har vi utgått från European Audiovisual Observatory's rapport (2016)[22] Olffi (https://www.olffi.com/) samt Chimney's katalog om filmfonder[23]. Vi har viktat enligt följande:

- Fondens budget: 20 procent
- Ansökningstak per projekt: 30 procent
- Typ av fond (selektiv eller automatisk): 5 procent
- Fonden bredd (t ex om TV-produktioner ingår): 10 procent
- Återbetalningskrav: 15 procent
- Krav på lokala utlägg: 15 procent
- Förekomsten av kulturellt antagningsprov: 5%

Lokala produktionskostnader: I vårt index har vi dels utgått enkätsvar om dagarvode för vissa nyckelfunktioner i produktionen samt levnadskostnadsindex från Numbeo. [24]

- Dagarvoden för nyckelpositioner: Enkätsvar – 60 procent
- Levnadskostnadsindex: Numbeo – 40 procent

[22] Public financing for film and television content" The state of soft money in Europe, European Audiovisual Observatory (Julio Talavera Milla, Gilles Fontaine, Martin Kanzler, July 2016)

[23] CHIMNEY'S Top 100 European Film Funds (2017)

[24] https://www.numbeo.com/cost-of-living/rankings_by_country.jsp?title=2017-mid&region=150

Valutarisken: I vår förenklade version har vi tittat på respektive valutas volatilitet under ett år gentemot amerikanska dollarn, och indexerat baserat på det land som har haft lägst valutarörelse. Vi har utnyttjat Oandas databas för syftet[25].

- Forex Trading: Oanda – 100 procent

[25] Volatilitet: https://www.oanda.com/forex-trading/analysis/historical-value-at-risk-calculator

BILAGA C: ENKÄTER

C1: Enkät till producenter

Enkäten designades och skickades med hjälp av verktyget SurveyMonkey (formateringen och utseendet är därför anpassat till detta dokument).

Enkätens namn: Decision making variables and their Importance for choosing film locations.

SECTION A: COMPARING ATTRIBUTES IN THE GROUP "EASE OF PRODUCTION"

The questions in this section aim to weigh the variables concerned with the ease of filming in a country, and attribut that may indirectly affect the cost of production.

The variables we aim to weigh are:
a) Skilled work force**: i.e. accessibility to a skilled crew base.**

b) Diversity of locations**: The level of options for film locations and environments that a country can offer.**

c) Film Friendliness**: How swift and easy a country is to navigate in order to obtain permissions, deal with bureaucracy and public bodies etc.**

d) English proficiency**: How easy is it to communicate in the English language in a country.**

e) Accepted working hours**: What types of restrictions are there for working hours, and what are the accepted working hours in the country.**

f) Safety and Security**: How is the personal security in the country, including the risks of people being physically assaulted or falling victim to other types of crime.**

g) Availability of infrastructure**: "Easiness to find studios, film equipment rental companies and means of transportation."**

Please rate the most important variable from 1 to 9 in a pairwise comparison where:

(0 or 1) **means that both variables are** equally important

(3) **means that one variable is** moderately more important **than the other**

(5) **means that one variable is** much more important

and (9) **means that one variable is** absolutely more important **than the other**

1. When answering the following questions, we would like you to take into consideration your latest project as an example if appropriate. Please specify the genre of film and budget range (it's possible to tick more than one box):

- ☐ Action/Adventure
- ☐ Animation
- ☐ Comedy
- ☐ Crime
- ☐ Drama
- ☐ Epics / Historical
- ☐ Horror
- ☐ Musical
- ☐ Science Fiction / Fantasy
- ☐ Thriller
- ☐ War
- ☐ Western
- ☐ TV Series
- ☐ Budget below 2 Million Euro
- ☐ Budget between 2 and 10 M Euro
- ☐ Budget between 10 and 50 M Euro
- ☐ Budget above 50 M Euro
- ☐ Other (or comment if not applicable)

2. Between **"Skilled work force"** and **"Diversity of locations"**, how would you grade their comparative importance to each other? Note that 0 or 1 means that both variables have equal importance and that 9 means that one of the variables is absolutely more important than the other.

9 Skilled work force 1 Equal Importance 1 Diversity of Location 9

3. Between **"Skilled work force"** and **"Availability of infrastructure"** (e.g. studios, hotels, logistics)?

9 Skilled work force 1 Equal Importance 1 Availability of infrastructure 9

4. Between **"Skilled work force"** and **"Film Friendliness"** (permits, customs, bureaucracy etc)?

9 Skilled work force 1 Equal Importance 1 Film Friendliness 9

5. Between **"Skilled work force"** and **"English proficiency"**?

9 Skilled work force 1 Equal Importance 1 English proficiency 9

6. Between **"Skilled work force"** and **"Accepted working hours"**?

9 Skilled work force 1 Equal Importance 1 Accepted working hours 9

7. Between **"Skilled work force"** and **"Safety & security"**?

9 Skilled work force 1 Equal Importance 1 Safety & security 9

8. Between **"Diversity of locations"** and **"Availability of infrastructure"**?

9 Diversity of locations 1 Equal Importance 1 Availability of infrastructure 9

9. Between **"Diversity of locations"** and **"Film friendliness"**?

9 Diversity of locations 1 Equal Importance 1 Film friendliness 9

10. Between **"Diversity of locations"** and **"English proficiency"**?

9 Diversity of locations 1 Equal Importance 1 English proficiency 9

11. Between **"Diversity of locations"** and **"Accepted working hours"**?

9 Diversity of locations 1 Equal Importance 1 Accepted working hours 9

12. Between **"Diversity of locations"** and **"Safety & Security"**?

9 Diversity of locations 1 Equal Importance 1 Safety & Security 9

13. Between **"Availability of infrastructure"** and **"Film Friendliness",** how would you grade their comparative importance?

9 Availability of infrastructure 1 Equal Importance 1 Film friendliness 9

14. Between **"Availability of infrastructure"** and **"English proficiency level"**?

9 Availability of infrastructure 1 Equal Importance 1 English proficiency 9

15. Between **"Availability of infrastructure"** and **"Accepted working hours"**?

9 Availability of infrastructure 1 Equal Importance 1 Accepted working hours 9

16. Between **"Availability of infrastructure"** and **"Safety & Security"**?

9 Availability of infrastructure 1 Equal Importance 1 Safety & Security 9

17. Between **"Film friendliness"** and **"English proficiency level",** how would you grade their comparative importance?

9 Film friendliness 1 Equal Importance 1 English proficiency 9

18. Between **"Film friendliness"** and **"Accepted working hours",** how would you grade their comparative importance? w

9 Film friendliness 1 Equal Importance 1 Accepted working hours 9

19. Between **"Film friendliness"** and **"Safety & Security"**? w

9 Film friendliness 1 Equal Importance 1 Safety & Security 9

20. Between **"English proficiency"** and **"Accepted working hours",** how would you grade their comparative importance? w

9 English proficiency 1 Equal Importance 1 Accepted working hours 9

21. Between **"English proficiency"** and **"Safety & Security"**?

9 English proficiency 1 Equal Importance 1 Safety & Security 9

22. Between **"Accepted working hours"** and **"Safety & Security",** how would you grade their comparative importance?

9 Accepted working hours 1 Equal Importance 1 Safety & Security 9

SECTION B: COMPARING ATTRIBUTES IN THE GROUP "ECONOMIC ATTRACTIVENESS"

The questions in this section aim to weigh the variables concerned with a direct financial impact on a film production.The variables we aim to weigh here are:

a) Production incentives: **i.e. availability and benefit level of national production incentives in a country.**

b) National and regional funds: **i.e. availability of funding schemes for the production. Here, we also take into consideration co-production opportunities.**

c) Local costs: **i.e. cost of services and products in the country of shooting.**

d) Foreign Exchange Risk: **Risk exposure to currency fluctuations.**

Please rate the most important variable from 1 to 9 where:
(0 or 1) **means that both variables are** equally important
(3) **means that one variable is** moderately more important **than the other**
(5) **means that one variable is** much more important
and (9) **means that one variable is** absolutely more important **than the other.**

23. Between **"Availability of film incentives"** and **"Availability of national and regional funds",** how would you grade their comparative importance? Note that 0 or 1 means that both variables has equal importance and that 9 means that one of the variables is absolutely more important than the other.

9 Availability of film incentives 1 Equal Importance 1 Availability of funds 9

24. Between **"Availability of film incentives"** and **"Local costs"**

9 Availability of film incentives 1 Equal Importance 1 Local costs 9

25. Between **"Availability of film incentives"** and **"Foreign Exhange Risk"**

9 Availability of film incentives 1 Equal Importance 1 Foreign Exchange Risk 9

26. Between **"Availability of national and regional funds"** and **"Local costs"**, how would you grade their comparative importance?

9 Availability of funds 1 Equal Importance 1 Local costs 9

27. Between **"Availability of national and regional funds"** and **"Foreign Exchange Risk"**?

9 Availability of funds 1 Equal Importance 1 Foreign Exchange Risk 9

28. Between **"Local costs"** and **"Foreign Exchange Risk"**, how would you grade their comparative importance?

9 Local costs 1 Equal Importance 1 Foreign Exchange Risk 9

Section C: Final questions

29. In your opinion, is there one particular variable or requirement that a country must meet

to be considered as a shooting location? If so, which one, and why?

- Yes
- No

If yes, please specify and comment

30. To the best of your knowledge, what countries have the most attractive film incentives? If possible, please mention them in order of preference. (Please note that we in this question are only interested in how producers perceive the different countries' incentives, not their actual offerings. You may want to consider value of the incentive, ease of administration, speediness of recovery, or any other attributes of your liking).

31. To the best of your knowledge, what countries have the most attractive funding opportunities? If possible, please mention them in order of preference. (Please note that we in this question are only interested in how producers perceive the availability of funds. You may want to consider the size of the fund, requirements, ease of administration, or any other attributes of your liking for the productions of your interest).

32. Are there any other significant decision making criteria that you feel have been omitted in this survey? If so, which ones, and how would you rank them compared to the variables mentioned in this survey?

33. If you are using a weblink, please enter your name and email address (may be useful for possible follow up questions and analysis).

C2: Enkät till filmkommissionärer

Enkätens namn: Location Survey

1. Please state your name and the country (or location) that you represent:
2. How many feature films are you able to fully support with below-the-line crew positions? (i.e. indicate the size of your local crew base)
3. How much is an average day of filming cost?
4. What is the average rate for the following key positions (in Euros)?

   Production Manager

   First Assistant Director

   Location Manager

   Electrician

   Production Assistant

5. What sort of film locations can your country offer?

Environment	Yes, a lot	To some extent	No
Sea ports	Yes, a lot	To some extent	No
Beaches	Yes, a lot	To some extent	No
Mountains	Yes, a lot	To some extent	No
Deserts	Yes, a lot	To some extent	No
Forests	Yes, a lot	To some extent	No
Snow	Yes, a lot	To some extent	No
Historical sites	Yes, a lot	To some extent	No
Sky scrapers & towers	Yes, a lot	To some extent	No
Castles & fortresses	Yes, a lot	To some extent	No
Farms & fields	Yes, a lot	To some extent	No
Bridges	Yes, a lot	To some extent	No
Lakes & rivers	Yes, a lot	To some extent	No
Religious temples	Yes, a lot	To some extent	No
Others (please specify)	Yes, a lot	To some extent	No

6. Is a producer required to obtain a shooting permit for public locations?

- Yes
- No
- Other (please specify)

7. If the answer was yes to the above question, can you please specify the process & timeline to obtain a permit? w

8. How much does it cost to obtain a permit?

- Free of charge
- Below €100
- Between €100- €500
- Above €500
- Other (please specify)

9. How easy is it to deal with official government bodies to plan filming requirements? e.g. Police, customs, army, ministries, etc..

- Very easy, we have a seamless process
- Sometimes challenging, it requires a lot of follow up
- Not east at all, there's lots of bureaucracy
- Other (please specify)

10. Do you have full service technical rental companies?

- Yes you can find any equipment you need
- Yes but we lack certain specialised equipment
- Not really you still need to bring cameras and major equipment from neighbouring countries
- We really lack technical infrastructure
- Other (please specify)

11. How many sound stages are available in your country?

- None
- Less than 5
- Between 5-10
- More than 10
- If more than 10, please specify how many or comment

12. What are the acceptable working hours in your country for a shoot day? (before any overtime is calculated)

- 8 hour work day
- 10 hour work day
- 12 hour work day
- 14 hour work day
- Other (please specify)

13. Are there any strict union regulations that a producer needs to consider when filming in your country?

14. How many foreign productions (feature films and/or TV series) do you shoot on average a year? (if the numbers vary greatly please indicate the numbers of the past 2 years)

15. From your experience please rate the following variables that fall under 'Ease of production' in order of importance to an international producer when considering a filming location (1 being the most important variable, and 8 the least important).

- Skilled Workforce
- Diversity of Locations
- Availability of Infrastructure (sound stages, technical equipment, etc...)
- Film Friendliness (ease of obtaining permits, support of govt offices, film commissions etc..)
- English proficiency
- Accepted working hours
- Safety & Security

16. Following up from Q14, from your experience please rate the following variables that fall under 'Economic attractiveness' in order of importance to an international producer when

considering a filming location (1 being the most important variable, and 4 the least important).

- Tax incentives/ rebates
- Availability of national & regional funds
- Exchange rate fluctuations

17. Is there anything of significance for your country as a filming location that has not been covered in this questionnaire and that you would like to add?

BILAGA D: Källor

Rapporter och litteratur

- Robert D. Hisrich, ” International Entrepreneurship, Starting, Managing and Developing a Global Venture”, Sage Publications 2009.
- *2016 Feature Film Study*, Film L.A. Inc
- *Impact Analysis of Fiscal Incentive Schemes Supporting Film & Audiovisual Production in Europe*, Olsberg – SPI, European Audiovisual Observatory (2014)
- Merkhofer, M.W. (1999). Assessment, Refinement, and Narrowing of Options. In: Dale, V.H., & English, M.R. (Eds.) Tools to aid environmental decision making. New York: Springer
- T. L. Saaty, "The analytic hierarchy process: planning, priority setting, resources allocation", McGraw-Hill, 1980.
- ”The Application of AHP Approach for Evaluating Location Selection” International Journal of Research in Business and Social Science IJRBS Vol.2 No.4, 2013 ISSN: 2147-4478
- Public financing for film and television content” The state of soft money in Europe, European Audiovisual Observatory (Julio Talavera Milla, Gilles Fontaine, Martin Kanzler, July 2016)
- CHIMNEY'S Top 100 European Film Funds (2017)

Internetdatabaser:

- European Audiovisual Observatorys websida (http://www.obs.coe.int/)
- http://www.kftv.com/
- Goepel, Klaus D., BPMSG AHP Excel template with multiple inputs, version 04.05.2016 – http://bpmsg.com, Singapore 2013
- Goepel, Klaus D, https://bpmsg.com/ahp-group-consensus-indicator-how-to-understand/
- http://nofilmschool.com/2016/07/film-production-incentives-tax-incentives-movie-rebates
- https://www.numbeo.com/cost-of-living/rankings_by_country.jsp?title=2017-mid&region=150
- https://filminginfinland.fi/cash-rebate/?gclid=EAIaIQobChMI2PuE2v7I1wIVx04YCh3wJAptEAMYASAAEgJuOPD_BwE
- https://filminginfinland.fi/cashrebate/?gclid=EAIaIQobChMI2PuE2v7I1wIVx04YCh3wJAptEAMYASAAEgJuOPD_BwE

- http://www.bfi.org.uk/film-industry/british-certification-tax-relief/about-tax-relief
- https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/film-production-company-manual/fpc50100
- https://www.oanda.com/forex-trading/analysis/historical-value-at-risk-calculator
- EF: http://www.ef.se/epi/
- Statista: www.statista.com
- Worldbank: https://lpi.worldbank.org/
- Worldbank: http://www.doingbusiness.org/rankings
- World Internal Security and Police Index: http://wispindex.org/
- http://variety411.com/production-incentives/
- Production Value https://focal.ch/prodvalue/working_conditions/germany.html#.WgyUwLaZPOT
- Olffi Film Fund directory https://www.olffi.com
- http://www.cineuropa.org/p.aspx?t=index&l=en
- Entertainment Partners https://www.epfinancialsolutions.com
- http://www.thelocationguide.com
- Swedish Film Instutute www.sfi.se

Intervjuer

Vi vill rikta ett stort tack till följande personer som har bistått med viktiga kommentarer och givande information i samband med utformningen av enkätundersökningen samt bidragit med förslag på respondenter bland filmkommissionärer och producenter.

- Berit Tilly, f d Filmkommissionär, Filmpool Nord
- Ingrid Rudefors, f d Filmkommissionär, Filmregion Stockholm Mälardalen
- Johan Holmer, generalsekreterare, Film & TV-producenterna
- Jonas Feinberg, marknads- och kommunikationschef, Filmregion Stockholm Mälardalen
- Jonathan Olsberg, Chairman, Olsberg - SPI
- Kristina Åberg, producent och medgrundare, ATMO
- Mika Romanus, Förbundsdirektör, Teaterförbundet
- Mia Uddgren, Filmkommissionär, Filmregion Stockholm Mälardalen
- Mikael Svensson, Filmkommissionär, Film i Skåne

- Peter Garde, VD, producent från Danmark
- Ronan Girre, CEO, ACE
- Tomas Eskilsson, tf. produktionschef, Film i Väst
- Alla producenter och filmkommissionärer som deltagit i undersökningen och tagit sig tid till att svara på enkätfrågorna för genomförandet av denna analys

Vi vill även rikta ett särskilt tack till följande personer som på olika sätt bidragit med rapportens framställande:

- Love Ekenberg, professor i datavetenskap och systemvetenskap, Stockholms Universitet, för orientering kring beslutsteori.
- Elisabet Gustavsson, regissör EG-film, som bistått med korrekturläsning och kommentarer från en regissörs perspektiv.
- Göran Svensson, doktorand i optimering och systemteori, KTH för rådgivning kring beslutsmodeller och indexering

Vi vill avslutningsvis tacka beställarna, i synnerhet Jonas Vilhelmsson, Svenska Filminstitutet, och Klas Rabe frånTillväxtverket, för ett givande samarbete med värdefulla kommentarer under hela projektet gång.



Författare

Patrick El-Cheikh

E-post: patrick@fikra.se

Linda Mutawi

E-post: linda@fikra.se

www.fikra.se

BILAGA 3

Datum

2017-12-13

1 Våra övriga bedömningar och rekommendationer

I den här bilagan bedömer vi vad mer som skulle kunna utvecklas i nuvarande situation för att få fler filminspelningar och filminspelningseffekter i Sverige, utöver förslaget i vår rapport i kapitel 8. Rekommendationerna grundas i tydliga behov som framkommit i utredningsarbetet och vi bedömer att åtgärderna är relevanta för att uppnå de effektmål regeringen angivit som önskvärd följd av fler filminspelningar i Sverige.

Vi bedömer att vårt förslag i kapitel 8 om att införa en produktionsrabatt är den enskilda åtgärd som kommer att ha allra störst påverkan på antalet filminspelningar i Sverige. Vi har därför valt att komplettera med våra övriga bedömningar och rekommendationer i denna bilaga.

Våra bedömningar utgår från de fakta och slutsatser vi redovisar i kapitel **5 Nuläge** och kapitel **6 Analys** i vår rapport.

Vidare överväger vi olika sätt att genomföra de rekommenderade åtgärderna. Vi beskriver varför vissa sätt är bättre och andra sämre.

1.1 Gör en behovsanalys gällande grundläggande filmutbildningar, kompetensförsörjning och behov för högre studiokapacitet i Sverige

Om staten inför en produktionsrabatt för filminspelningar, kan tillväxten inte öka omedelbart mer än vad respektive region har kapacitet till. Vi kan då få en begränsad ökning av antalet nya jobb och tillväxten för ekonomin som helhet.

Det finns därmed en risk för en negativ effekt av ett svenskt produktionsincitament, eller kanske snarare en risk för att de förväntade positiva effekterna för svenskt näringsliv bromsas. Det kan bli så att fler stora internationella film- och teveproduktioner i Sverige leder till brist på både kompetens och infrastruktur, i alla fall på kort sikt, innan svenska aktörer hunnit komma ikapp.

Film- och tevebranschen utvecklades svagt 2010–2015. Därför måste vi anta att branschens kompetensutveckling och utbyggnad i dag har avstannat på grund av låg aktivitet. Teaterförbundet har noterat att det redan nu ibland har varit svårt att hitta viss personal, under perioder när antalet film- och teveproduktioner i Stockholmsområdet har ökat. Om efterfrågan ökar plötsligt kan branschen därför få brist på inspelningsstudior och på specialistkompetenser som manusförfattare, kvalificerade linjeproducenter, platschefer med assistenter, ljudtekniker och ljussättare. Om

man hanterar den ökade efterfrågan klokt kan däremot utbudet av kompetent personal öka, samtidigt som yngre personer kan etablera sig och därmed göra den svenska kompetensbasen mer dynamisk.

Vi rekommenderar därför att regeringen gör en behovsanalys och eventuellt förändrar förutsättningarna för grundläggande filmutbildningar i Sverige samt svensk kompetensförsörjning till fler filminspelningar i Sverige. Detta bör ske i samråd med branschorganisationerna Film- och TV-producenterna, Teaterförbundet och olika utbildningsaktörer.

Vi rekommenderar vidare att regeringen låter de fyra regionala produktionscentrumen i samråd med föreningen Filmregionerna göra en behovsanalys och förslag på planering för högre studiokapacitet i Sverige.

Sannolikt vore det också effektivt att införa mer flexibla arbets- och sovtider för svensk personal under filminspelningar. Detta är dock rimligen en fråga för arbetsmarknadens parter. Men vi har förstått det som att Teaterförbundet är preliminärt positiva till en dialog för att skapa avtal och överenskommelser som gynnar alla inblandade vid olika filminspelningar.

1.2 Verka för att harmonisera produktionsincitamenten i de nordiska länderna, och undersök förutsättningarna för att etablera en gemensam nordisk filmkommission eller motsvarande för marknader utanför Europa

En produktionsrabatt i Sverige skulle ge de nordiska länderna nya möjligheter att utveckla sitt samarbete för att attrahera internationella filminspelningar. Produktionsrabatten skulle också påverka konkurrensen mellan de nordiska länderna, så att regelverket kan behöva harmoniseras.

Flera regioner och länder arbetar i dag aktivt med att sälja in samarbeten med, och färdiga produkter från, film- och teveprojekt i det egna territoriet till tänkbara investerare och beställare internationellt. De använder bland annat särskilda så kallade filmkommissionärer.

Ju längre bort från Europa, desto mer tenderar marknadsaktörer att se på Norden och Skandinavien som ett och samma område med liknande kvaliteter för filminspelningar: god kompetens, hög säkerhet, långa perioder med mycket dagsljus, långa perioder med mycket snö med mera. De nordiska länderna är också mycket små i ett internationellt perspektiv. De kan därför gynnas av att agera samlat.

Vi har sett ett visst intresse för att försöka utveckla en gemensam nordisk filmkommission eller motsvarande, riktad mot marknader utanför Europa. Sedan tidigare finns redan till exempel ett nätverk av nordiska filmkommissioner, Scandinavian Locations, som har underlättat produktionssamarbeten och riktat samlad information mot internationella producenter sedan 2009. Vi bedömer att det nordiska marknadssamarbetet skulle bli betydligt enklare i alla former om de olika ländernas produktionsincitament harmonierade med varandra.

Inom Europa konkurrerar de nordiska länderna i hög grad med varandra om filminspelningar. Vi bedömer därför att ett nordiskt marknadssamarbete gentemot den europeiska marknaden vore olämpligt. Däremot vore det lämpligt att försöka skapa så jämlika konkurrensvillkor som möjligt mellan de nordiska länderna. Även här

vore det alltså önskvärt att ländernas produktionsincitament harmonierade med varandra.

Flera nationella aktörer i Norden, inklusive vi i denna rapport, riktar framförallt blicken mot Finland för att välja lämpliga beloppsnivåer och beloppsgränser för statlig produktionsrabatt. Både Sverige och Danmark tar just nu fram underlag för beslut om produktionsincitament. Men både Finland och Norge har uppenbara behov av att justera beloppsnivåerna och beloppsgränserna i sina produktionsrabatter. I Norge tycks det dock behövas större och fler ändringar än i Finland.

Island har en särställning: Där har man använt produktionsincitament en längre tid, med delvis andra konkurrensmedel och mer direkt kopplat till turism. Vi bedömer därför att det kan vara svårt att inkludera Island om våra rekommendationer genomförs, och kanske inte heller önskvärt.

1.3 Väg in hur filminspelningar påverkar internationell kulturturism i politikutvecklingen för svensk besöksnäring

Vi har konstaterat att filminspelningar påverkar den turistekonomiska omsättningen i en kommun, en region eller ett land. Omsättningen påverkas omedelbart under inspelningen, men framförallt över betydligt längre tid, genom filmturism.

När filmturisterna är internationella besökare som konsumerar i Sverige så uppstår export. Regionens attraktionskraft och varumärke stärks ju fler internationella filmturister som kommer, och ju mer intressant regionen blir som filmturistmål bland internationella målgrupper. Detta förstärker också bilden av Sverige som filmland och varumärket Sverige internationellt.

En produktionsrabatt skulle kunna förstärka dessa effekter, inte minst för att fler internationella produktioner skulle spelas in i Sverige.

Vi har vidare konstaterat att effekterna tycks bli starkare och mer långsiktiga om berörda aktörer och intressenter samverkar, för att kvalitetssäkra till exempel marknadsanalys och marknadsföring. Det finns flera framgångsrika exempel på samarbeten med goda resultat. En del aktörer inom besöksnäringen anser till exempel att filmer kan stärka besöksnäringens produktutveckling för internationella besökare. Vi har dock uppfattat att det behövs mer utveckling, till exempel i strategidokument. De aktörer som utvecklar besöksnäringen och de som utvecklar filmturismen är inte alltid är bekanta med varandras verksamheter. Detta gäller för aktörer på både regional och nationell nivå.

Vi bedömer därför att Sverige skulle kunna få större synergieffekter. Berörda aktörer skulle kunna få fler tillfällen att samarbeta och lära av varandra, och samordningen skulle kunna utvecklas både regionalt och nationellt.

Visit Sweden gör löpande marknadsundersökningar som visar efterfrågan från utvalda marknader och målgrupper. Utifrån dem väljs ett par strategiska utvecklingsområden ut för Sverige som besöksmål. Möjligen skulle film kunna bli ett sådant utvecklingsområde.

Regeringen har tillsatt en statlig offentlig utredning på temat *Sveriges besöksnäring – en samlad politik för upplevelsebaserad tillväxt* (N 2016:4). Den färdiga utredningen överlämnades till regeringen den 4 december 2017. Utredningen nämner kulturturism när den föreslår olika strategiska insatsområden.

Vi rekommenderar därför att regeringen väger in hur filminspelningar påverkar internationell kulturturism i politikutvecklingen för svensk besöksnäring.

1.4 Utred förutsättningarna för nationellt främjande av företag med verksamhet som berör digital innovation och export grundad i rörlig bild och konvergerande medieformer

Vi ser en snabb och accelererande utveckling inom digital produktion av rörlig bild. Dagens teknik gör det möjligt att virtuellt skapa i princip alla miljöer som behöver visas i det färdiga resultatet. Med tiden kan detta tänkas förändra vilka inspelningsplatser som producenter och produktionsbolag väljer. Vi bedömer därför att regeringen bör ta hänsyn till detta i sin politikutveckling. Regeringen bör göra det som behövs för att behålla intresset för att välja Sverige som inspelningsplats, även i ett eventuellt förändrat produktionslandskap där de fysiska inspelningsmiljöerna möjligen får mindre betydelse än i dag för de olika aktörernas beslut.

Det som i dag är digital efterproduktion kan vara morgondagens produktion av rörlig bild. I viss mån är vi redan där. Medan film- och tevebranschen generellt hade en svag tillväxt 2010–2015, så var tillväxten exceptionellt stark för digital produktion och efterproduktion samma period. Antalet företag ökade från 186 stycken 2010 till 829 stycken 2015. Företagens totala omsättning växte från 265 miljoner kronor 2007 till 759 miljoner kronor 2016, en tillväxt på 186 procent. Den explosiva tillväxten sker framförallt på marknaden för visuella effekter (VFX), då VFX-företag kan verka även på en marknad som är fristående från den vikande marknaden för filminspelningar i Sverige. Vi bedömer dock att Sverige kan få ett ännu bättre läge inför framtiden om vi inför ett produktionsincitament och därmed får fler filminspelningar – detta kan ge synergieffekter i kombination med den svenska VFX-marknaden.

Vi ser också exempel på en tilltagande mediekonvergens. Produktionen av rörlig bild flyter mellan olika kulturuttryck och medieformer. Den statliga medieutredningen från 2017 (SOU 2016:80) konstaterar att ”digitaliseringen omkullkastat grundläggande förutsättningar för den del av näringslivet som på olika sätt är kopplad till medielandskapet.” Det är sannolikt ingen slump att världens största mötesplats för kulturella och kreativa näringar, SXSW i USA, består av de tre delfestivalerna Film, Musik och Interaktivt samt mötet mellan dem. Regionalt utvecklingsansvariga aktörer i Sverige har noterat möjligheten för regional tillväxt som finns i mediekonvergensen kring rörlig bild. Exempelvis driver Filmregion Stockholm-Mälardalen just nu det EU-finansierade mångmiljonprojektet *Smart kreativ stad – en ny modell för film, digital media och innovativa processer i hållbar stadsutveckling*.

Den internationella studien *Cultural times – the first global map of cultural and creative industries* belägger att digitala kulturprodukter blivit den överlägset största inkomstkällan i den internationella digitala ekonomin. Det beror till stor del på att det som kulturföretag skapar och producerar ofta är immateriellt. Det företagen gör lämpar sig alltså väl för digital produktion och distribution, det kan lätt flyttas till andra platser i världen och det kan många gånger skapas med digitala verktyg. Den digitala dimensionen kan sannolikt till stor del förklara att de kulturella och kreativa företagen i Sverige exporterar nära dubbelt så mycket som genomsnittet av landets företag, och att de är mer innovativa än genomsnittet.

De senaste åren har EU-kommissionen arbetat med att ta fram en strategi för och implementera en digital inre marknad för EU. EU-kommissionen har då ökat möjligheterna för kulturdriven innovation och distribution. EU-kommissionen har nämligen sett stora chanser för både ökat kulturskapande och för tillväxt i denna digitala kontext.

I maj 2017 publicerade EU-kommissionen också en studie om hur konkurrenspositionen för filmbranschen och andra kulturella och kreativa delbranscher påverkas av digitalisering, *Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age*. Studien visar att digitaliseringen påverkar marknadsdynamiken och branschstrukturen kraftigt. Det uppstår många nya affärs- och intäktsmöjligheter. Men det uppstår också en rad nya hinder och utmaningar som politikerna i EU behöver möta. Annars riskerar fördelarna att väga lättare än nackdelarna.

Vi bedömer att Sveriges konkurrenskraft kommer att bero allt mer på hur väl vi står oss i den digitala konkurrensen. Vi bedömer att Sverige i dag saknar ett nationellt strategiskt arbete kring dessa frågor ur perspektiven film- och teveproduktion och kulturdriven tillväxt. Till exempel: Efterfrågan skulle öka naturligt om fler internationella produktioner med större VFX-budgetar skulle spelas in i Sverige. På kort sikt är detta inte helt oproblematiskt, då kompetensbasen redan närmar sig full kapacitet. Det saknas bland annat programmerare, designer och grafiker. Vi har inte kunnat bedöma om regeringen möter detta behov i sina satsningar på att förbättra det svenska näringslivets kompetensförsörjning.

Vi noterar att 2017 års statliga medieutredning apropå digitaliseringen drog slutsatsen: ”Utan ett strukturerat innovationsarbete med utgångspunkt i användarnas behov, utan ny kompetenstillförsel, framgångsrik dataanalys och en interaktionsdesign i framkant torde många även tidigare framgångsrika medieföretag gå svåra år till mötes.” Utredningen lämnar dock inga förslag för hur utmaningarna – eller möjligheterna – kan mötas ur näringspolitiskt perspektiv, eftersom utredningens uppdrag varit avgränsat till ett strikt kulturpolitiskt mandat.

Vi rekommenderar därför regeringen att fortsatt låta utreda förutsättningarna för nationellt främjande av företag med verksamhet som berör digital rörlig bild och digitala konvergerande medieformer. Syftet är att Sveriges konkurrenskraft ska vara långsiktigt stark och att exporten ska öka, tack vare digital innovation inom film- och teveproduktion och angränsande områden.

Tillväxtverket
Swedish Agency for Economic
and Regional Growth

Tel 08-681 91 00
tillvaxtverket.se

Tillväxtverket stärker Sverige genom att stärka företagens konkurrenskraft
Vi skapar bättre förutsättningar för företagande och bidrar till attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas. Våra verktyg är kunskap, nätverk och finansiering: Kunskap om företag och regioner. Nätverk för effektiv samverkan. Och finansiering som stärker näringslivet. Tillväxtverket är en myndighet under Näringsdepartementet med 400 anställda och med kontor på nio orter.

tillväxt
verket