

Eksportundersøkelsen 2018

Eksportverdien av de norske kinofilmene fra 2016

Eksportundersøkelsen 2018

- Undersøkelsen omfatter 24 norske kinofilmer med premiere mellom 1. januar og 31. desember 2016. Av disse var det tre barnefilmer og seks dokumentarer.
- 19 av 24 filmer er solgt til utlandet.
- Den samlede verdien av den norske filmeksporten i 2016 er beregnet til å være på 103,4 millioner kroner. Dette er en økning på 16,1 millioner kroner fra 2015, som var det høyeste tallet tidligere registrert. Av de 103,4 millionene utgjør forhåndssalg 34,3 millioner (33 prosent) og etterhåndssalg 69,1 millioner kroner (67 prosent).
- De tre filmene med høyest eksporttall solgte film for over 84 millioner kroner. En markant økning fra foregående år hvor de tre filmene med størst eksporttall solgte for 67,3 millioner kroner.
- Markedet for salg av film på det internasjonale markedet er ustabil og preget av svingninger. Publikumpotensialet til de enkelte filmene har mye å si for den samlede eksportverdien til norsk film det enkelte året.

Bakgrunn

Norsk Filminstitutt (NFI) har siden 2005 gjennomført undersøkelser av eksporttall for norske kinofilmer. Den første undersøkelsen omfatter årene 2002 til og med 2004. Siden har undersøkelsen vært gjennomført hvert år. Eksportundersøkelsen 2018 ble, pga. kapasitetshensyn, utsatt ett år og gjennomført i perioden august-desember 2019. Til sammen danner undersøkelsen en historisk serie fra og med kalenderåret 2002.

Formål

I St. meld nr. 30 (2014-2015) *En framtidrettet filmpolitikk* legges det vekt på at et marked utenfor Norge vil øke filmbransjen sitt inntekspotensial og bidra til å styrke økonomien i bransjen. Formålet med eksportundersøkelsen er å følge utviklingen i utenlandssalget av norsk kinofilm og undersøke om denne utviklingen samsvarer med de filmpolitiske målsettingene.

Omfang, metode og avgrensninger

Årets undersøkelse omfatter 24 norske kinofilmer med premiere i kalenderåret 2016. Opplysninger om de enkelte filmene er hentet inn fra de respektive produsentene, og er i hovedsak basert på salgsoppgaver som produsentene mottar fra sine salgsagenter. Spesifikt har vi bedt produsentene gi oss følgende opplysninger om de enkelte filmene:

- Verdi av salg til norske og utenlandske markeder for alle utnyttingsvinduer før fradrag av MG¹, salgskommisjon og kostnader.
- Hvordan salgene fordeles seg på forhånds- og etterhåndssalg

Tall for enkeltfilmer behandles konfidensielt. Eksportinntektene rapporteres på, som i tidligere undersøkelser, kun i akkumulerte størrelser.

Det er viktig å understreke at eksportundersøkelsen ser på den totale eksportverdien til norsk filmproduksjon. Den totale salgsværdien som blir oppgitt er kalkulert som et bruttobeløp – før kommisjon/MG til salgsagentene er trukket fra. Eksportverdien er med andre ikke identisk med de faktiske inntektene produsentene sitter igjen med etter salg til utlandet.

Det finnes flere mulige feilkilder i det innsamlede datamaterialet. Produsenter kan utelate eller glemme å inkludere inntektskilder, f.eks. MG, som kan føre til en underrapportering av salgsinntekter. Tidshorizonten utgjør en annen mulig feilkilde, da det gjerne kan ta lang tid før en film får utnyttet sitt fulle markedspotensial gjennom ulike distribusjonsvinduer. Dette er årsaken til at undersøkelsen gjennomføres to år etter premieredato. Samtidig kan det ikke utelukkes at enkelte filmer fortsatt ikke har nådd sitt fulle salgspotensial.

På bakgrunn av disse, og andre forbehold, presiseres det at eksportundersøkelsen kun er ment til å gi et oversalg over verdien av salg av norsk film til utlandet. Undersøkelsen er ikke ment å gi en eksakt verdi, men presenterer et så godt bilde av situasjonen som mulig. Metoden som benyttes angir et forsiktig estimat. Gitt forbeholdene er det grunn til å tro at tallene som presenteres er underrapporterte. Salg av rettigheter skjer ofte i utenlandsk valuta. I undersøkelsen er disse beløpene, hvor mulig, omgjort til norske kroner etter Norges Banks vekslingskurs for da salget ble gjennomført. For ikke datofestet salg benyttes gjennomsnittlig vekslingskurs for 2016-2017.

¹ MG (minimumsgaranti) er en garanti for fremtidig inntekt salgsagenten betaler produsenten når kontrakten blir inngått. Siden signering av en MG innebærer risiko for salgsagent, blir de i hovedsak brukt i tilfeller der salgsagenten ønsker å sikre seg rettighetene til en antatt lukrativ film.

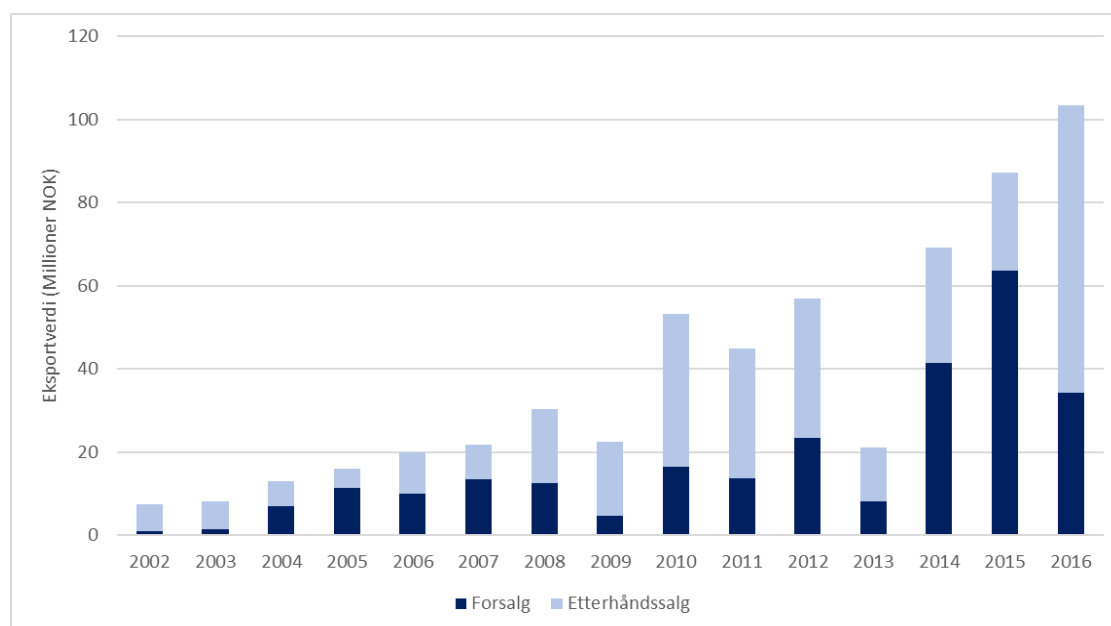
Resultat

Den samlede eksportverdien for norske kinofilmer med premiere i 2016 er beregnet til å være 103,4 millioner kroner. Dette er den høyeste verdien målt siden undersøkelsens oppstart, og over en tidobling siden 2002². Av de 103,4 millionene var 69,1 etterhåndssalg og 34,2 forhåndssalg. Dette reverser en trend man så i 2014 og 2015 hvor forhåndssalget utgjorde en stadig større del av det totale salget. For en oppsummering av eksportverdiene siden undersøkelsens oppstart se tabell 1 og figur 1.

Tabell 1- Eksportverdi, norske kinofilmer, 2002-2016. Beløp i millioner kroner.

År	Forsalg	Etterhåndssalg	Total eksportverdi	Antall filmer
2002	1,0	6,4	7,4	16
2003	1,5	6,6	8,1	17
2004	7,1	6,0	13,1	18
2005	11,3	4,6	15,9	19
2006	10,1	9,8	19,9	20
2007	13,4	8,3	21,7	22
2008	12,5	17,9	30,4	21
2009	4,6	17,9	22,5	22
2010	16,4	36,9	53,3	25
2011	13,6	31,4	45,0	32
2012	23,3	33,7	57,0	23
2013	8,2	12,8	21,0	24
2014	41,5	27,7	69,2	34
2015	63,6	23,7	87,3	23
2016	34,2	69,1	103,4	24

Figur 1 – Utvikling i eksportverdi av norske kinofilmer, 2002-2016



² Justert for inflasjon var eksportverdien i 2002 10,4 millioner. Det er med andre ord over ti ganger så høy eksportverdi, også når man justerer for inflasjon.

Tabell 2 – Norske premiefilmer 2016

Tittel	Produksjonsselskap
El Clasico	Turbin Film
Pyromanen	Glør Film
Supervention 2	Field Productions AS
Birkebeinerne	Paradox Film
Kongens Nei	Paradox Film
Det som en gang var	Pryserfilm
Alt det vakre	Motlys
Cave	Filmbros
Sensommer	Filmbros
Barneraneren	Medieoperatørene
Børning 2	Filmkameratene
Løvekvinnen	Filmkameratene
Grand Hotel	4 ½ Fiksjon
Kvar Song Ei Soge	Villa Lofoten
Gilberts Grusomme Hevn	Maipo
Mannen fra Snåsa	Speranza Film
Snekker Andersen og Julenissen	Fantefilm
Dyrene i Hakkebakkeskogen	Qvisten Animasjon
Huset	Sanctum Film
Magnus	Moskus Film
Welcome to Norway	Motlys
Gråtass - Gøy på Landet	Cinenord Kidstory

Historisk utvikling

Den historiske oversikten i eksportverdien til norske kinofilmer kan observeres i figur 1. Man observerer at man etter et svakt år for eksport av norsk film i 2013 har hatt en jevn og sterk vekst i eksportverdien de siste tre årene. Resultatene fra og med 2013 tyder på at den lave eksportverdien for 2013-filmene først og fremst var et uttrykk for tilfeldig variasjon, mer enn et varig brudd i utviklingen med høye og stigende eksportverdier. Akkumulert vekstrate³ for perioden er på totalt 20,7 prosent. Salget av norsk film til utlandet økte i snitt med om lag en femtedel for hvert år i perioden.

Drivkrefter

Grunnleggende kan økning eller reduksjoner i eksportverdien knyttes til to ulike forhold, endring i volum (antall filmer) eller endring i pris og/eller antall salg per film. Endring i volum kan igjen enten komme som følge av at flere filmer produseres, eller at flere av de produserte filmene blir eksportert.

Norsk films potensiale på det internasjonale markedet styres av en rekke faktorer i og utenfor kontrollen til produsenter og distributører. Makroøkonomiske forhold, f.eks. endringer i valutakurs, økonomisk vekst og nedgang m.m. vil påvirke norsk films eksportpotensial, og er utenfor aktørenes kontroll. Hvilke filmer som produseres, evne til å rette seg mot internasjonale markeder, knytte

³ Akkumulert vekstrate eliminerer svingninger fra et år til et annet og gir et klarere bilde på tendenser og hvor sterke de er gjennom hele perioden.

kontaktnettverk m.m. er derimot områder norske aktører kan påvirke. I tillegg til dette kommer teknologisk utvikling som f.eks. fremvekst av strømmetjenestene som vil påvirke konsummønstre globalt og som kan føre til økt konkurranse så vel som økte muligheter for eksport for norsk film.

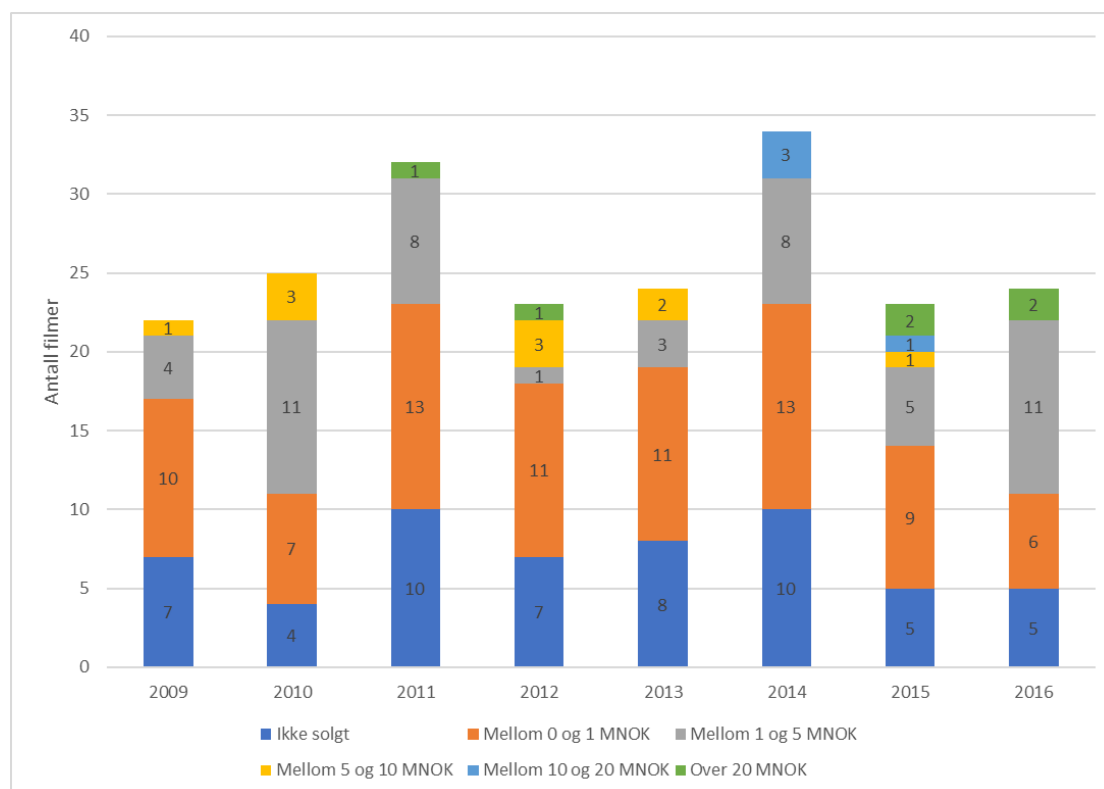
Denne undersøkelsen har ikke som ambisjon å undersøke hvilke faktorer som har drevet vekst og eller nedgang av norsk films eksportverdi for filmene i utvalget.

Men noen nøkkelpunkter rundt fordelingen av filmene og salgsverdi kan man se direkte fra dataene, og kan være verdt å nevne:

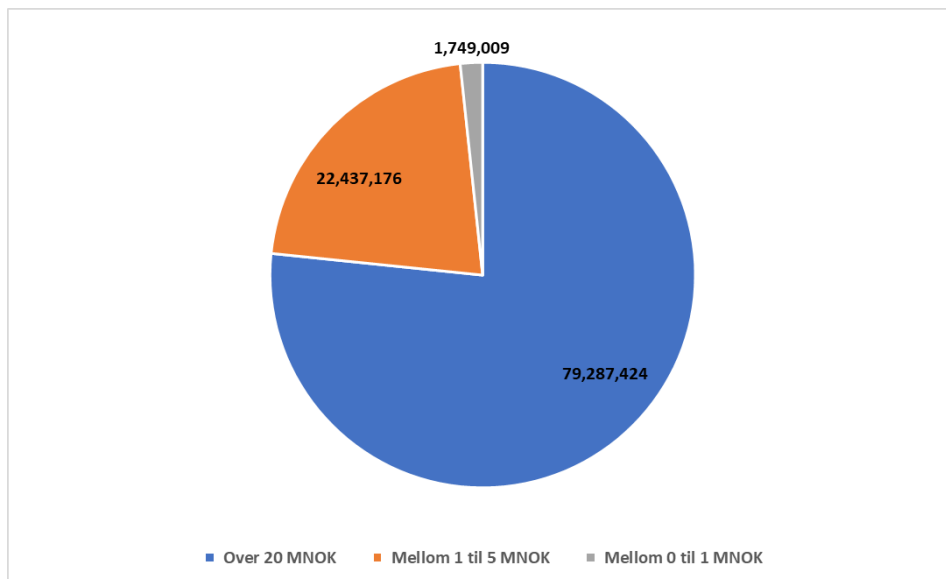
- Antall filmer og total eksportverdi har svak eller ingen klar korrelasjon. Det vil at vekst i antall produserte filmer fra ett år til et annet fører ikke automatisk til høyere eksport.
- Figur 2 angir hvor mange filmer som befinner seg i ulike segmenter av total eksportverdi. Man kan se at det er en vekst i antall filmer som har en eksportverdi på mellom 1 og 5 MNOK. Det kommer ikke frem fra figuren, men de aller fleste av disse befinner seg nærmere 1 enn 5 MNOK i eksportverdi.
- Fordelingen av det totale salget mellom de ulike filmene kan sees i figur 3 (neste side). Her ser man med tydelighet at de største filmene utgjør en klar majoritet av den totale eksportverdien, nesten åtti prosent av den totale eksportverdien. Dette er i tråd med en utvikling man også så i 2015, hvor de største filmene opplever den største veksten. Den nest største posten utgjøres av filmer med et salg på mellom en og fem millioner kroner. Selv om det

Det er samtidig viktig å påpeke at det lave antall filmer som sees på i undersøkelsen gjør at tallene er svært sensitive for tilfeldige variasjoner. Det er med andre ord usikkert om punktene over markerer en generell trend.

Figur 2 – Antall filmer etter salgstørrelse



Figur 3 – Andel salg etter salgsstørrelse



Kinobesøk, Norge og utland

Eksportverdien av norske kinofilmer består av alle salg av norske kinofilmer til utlandet. Ideelt sett skulle man hatt gode data hvor mye som er solgt til hvilken plattform og til hvilken pris. Men slik detaljert informasjon er vanskelig eller umulig å få tilgang til.

Selv om digitale plattformer stadig vokser og blir viktigere i det internasjonale filmmarkedet gjenstår kino som den viktigste salgskanalen for spillefilm i Norge, og suksess på kino er etter alle solemerker fortsatt en god indikator for samlet interesse og etterspørsel etter norsk film i utlandet.

Ved hjelp av kinobesøksdatabasen Lumiere Pro kan vi kartlegge kinobesøket til norske filmer i utlandet⁴. I tillegg til Europa dekker nå databasen en rekke større internasjonale markeder⁵.

De norske kinofilmene med premiere i 2016 hadde det høyeste samlede besøket på kino i Norge siden eksportundersøkelsen ble iverksatt (se figur 3). Internasjonalt var resultatene ikke like gode, med et samlet besøk like under 2015, og ca. en halv million lavere enn toppårene 2011 og 2012. Det er allikevel godt over snittet gjennom perioden som ligger på ca. 750 000 besøk.

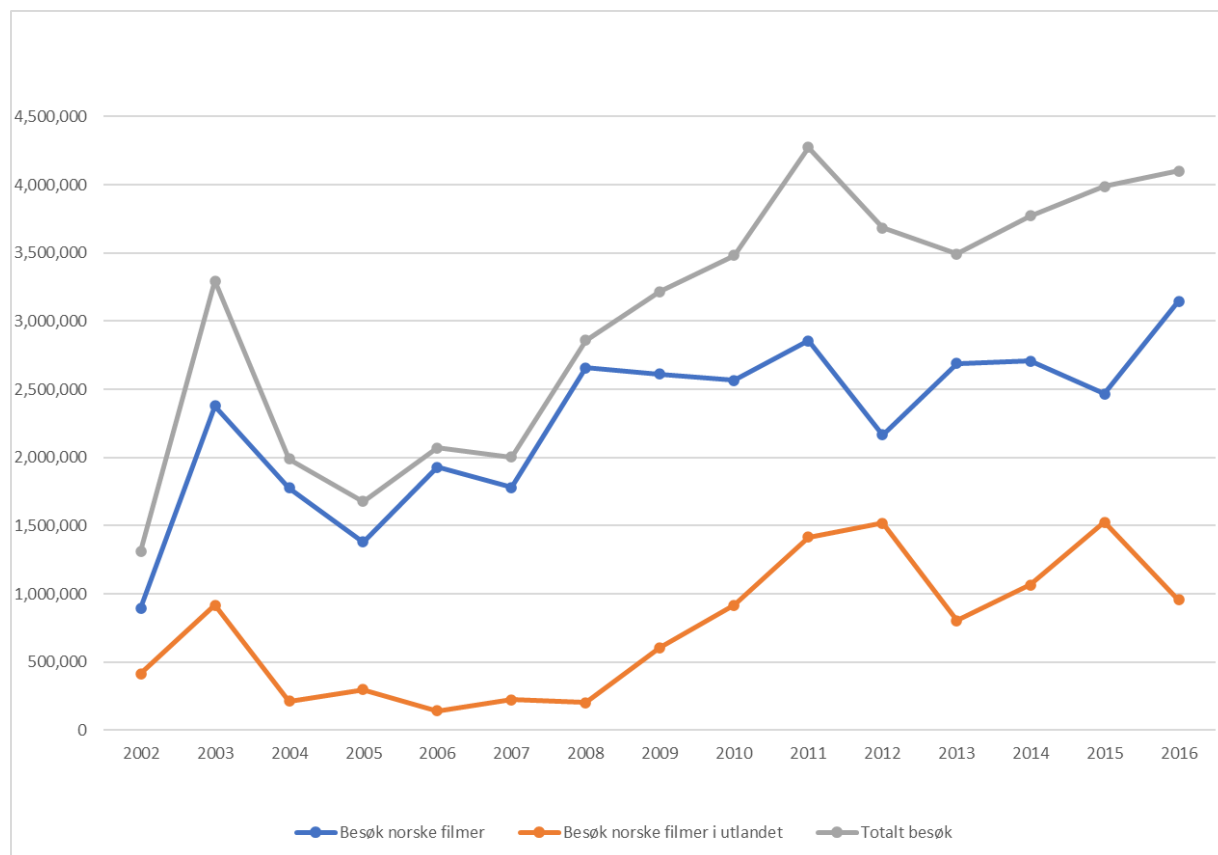
Kinofilmene fra 2016 representerer den største eksportverdien av norsk film vi har målt siden undersøkelsens oppstart. Man kan se at dette er til en viss grad reflektert i besøket av norsk film på kino i utlandet. Samtidig viser tallene at det virker som en rimelig antagelse at en betydelig andel av utenlandssalget ikke er direkte relatert til kinobesøk, da 2016 hadde et betydelig mindre besøk enn f.eks. 2015, da eksportverdien også var betydelig lavere. Dette understrekes ytterligere av 2016 hadde en mindre andel forhåndssalg enn 2015. Forklaringen ligger dermed ikke i store

⁴ Lumiere Pro er utviklet av European Audiovisual Observatory.

⁵ Argentina, Australia, Brasil, Canada, , Kina, Colombia, Hong-Kong, Japan, Sør-Korea, Mexico, New Zealand, Singapore, USA

minimumsgarantier tilknyttet optimisme rundt internasjonalt kinosalg. Det store etterhåndssalg må stamme fra salg av rettigheter over andre plattformer enn kun kino med tilhørende omsetning.

Figur 4 – Samlet kinobesøk i Norge og utland, 2002-2016



Tabell 3 (neste side) understreker dette poenget. Det var totalt fem filmer i utvalget som ikke hadde internasjonalt salg, men dobbelt så mange filmer uten internasjonalt kinosalg. Vi ser ellers at filmer som gjorde det godt i utlandet også gjorde det godt på det norske kinomarkedet. To filmer skiller seg riktignok ut, *Dyrene i Hakkebakkeskogen* som hadde nesten 41 prosent av sitt totale kinobesøk utenfor Norge, og *Welcome to Norway* som hadde over tre ganger så mange billetter solgt internasjonalt som nasjonalt.

Tabell 3 – Kinobesøk for norske premiefilmer 2016 i Norge og utland

Kinofilmer med premiere 2016	Besøk Norge	Besøk utland	Totalt besøk
Kongens nei	734387	213283	947670
Snekker Andersen og Julenissen	524363	188069	712432
Børning 2	441780	1143	442923
Dyrene i Hakkebakkeskogen	440142	302104	742246
Birkebeinerne	271980	6927	278907
Mannen fra Snåsa	168370	1849	170219
Gråtass gøy på landet	90120	23920	114040
Gilberts grusomme hevn	67915	3003	70918
Welcome to Norway	53267	181693	234960
Gråtass gir gass	51858	10331	62189
Supervention 2	44462	764	45226
Løvekvinnen	40050	9159	49209
Pyromanen	38819	887	39706
Grand Hotel	34859	0	34859
Rosemari	26723	0	26723
Cave	22379	0	22379
Barneraneren	15256	0	15256
Huset	13944	0	13944
Magnus	13614	13062	26676
El Clasico	11128	0	11128
Kvar song ei soge	4108	0	4108
Sensommer	2587	0	2587
Det som en gang var	2446	0	2446
Alt det vakre	2276	0	2276