

## **Eksportundersøkinga 2017**

Eksportverdien av dei norske kinofilmene frå 2015

## Eksportundersøkinga 2017

- Undersøkinga omfattar 23 norske kinofilmar med premiere mellom 1. januar og 31. desember 2015. Av desse var det fem dokumentarfilmar og fem barnefilmar.
- 18 av dei 23 filmene er selde til utlandet.
- Den samla verdien av den norske filmeksporten i 2015 er berekna til å vere 87,3 millionar kroner. Dette er 18,1 millionar kroner høgare enn filmene frå 2014, som var førre toppår i undersøkinga, og svarar til ein auke på litt over 26 prosent. Av dei 87,3 millionane utgjør 63,6 millionar (73 prosent) førehandssal i ulike former, mens etterhandssalet utgjorde 23,7 millionar (27 prosent).
- Dei tre 2015-filmene som hadde høgast eksportverdi selde for 67,3 millionar kroner til utlandet. Det er ein markant auke frå 2014 der dei tre høgaste filmene selde for 38,2 millionar kroner.
- Marknaden for sal av film på den internasjonale marknaden er ustabil og prega av store svingingar. Publikumpotensialet til dei enkelte filmene har mykje å seie for den samla eksportverdien til norsk film det enkelte året.

## Om undersøkinga

### Bakgrunn

Norsk filminstitutt (NFI) har sidan 2005 gjennomført undersøkingar av eksporten av norske kinofilmar. Den første undersøkinga omfattar åra 2002 til og med 2004. Sidan har undersøkingane vorte gjennomførte kvart år. Undersøkingane dannar dermed ein historisk serie frå og med kalenderåret 2002.

Fram til og med 2007 utførte konsulentfirmaet PriceWaterhouseCoopers (PwC) kartlegginga av eksportverdien til norsk film. Frå 2008 har NFI sjølv stått for datainnsamlinga og analysane. Eksportundersøkinga 2017, som er ei kartlegging av eksportverdien til dei norske kinofilmene frå 2015, er gjennomført i perioden august-november 2017.

### Føremål

Det har lenge vore eit politisk ønskje om auka eksport av norske audiovisuelle produkt. I St.meld. nr 30 (2014-2015) *Ein framtidssretta filmpolitikk* vert det lagt vekt på at ein marknad utanfor Noreg vil auke filmbransjen sitt inntekspotensial og kan bidra til å styrke økonomien i bransjen. Derfor har Nærings- og fiskeridepartementet og Kulturdepartementet satt opp eit råd for å styrke kulturelle og kreative bransjar og bidra til auka omsetjing og eksport, jamfør budsjettproposisjonen for 2017 frå Kulturdepartementet. Føremålet med eksportundersøkingane er å følgje utviklinga i utlandssalet av norsk kinofilm og undersøke om denne utviklinga samsvarer med dei filmpolitiske målsetjingane.

### Omfang, metode og avgrensingar

Årets undersøking omfattar dei 23 norske kinofilmene med premiere i kalenderåret 2015 (sjå Tabell 1). Opplysningar om dei enkelte filmene er henta inn frå dei respektive produsentane, og er i hovudsak baserte på salsoppgåver som produsentane har fått frå salsagentane sine. Vi har bedt produsenten gi oss følgjande opplysningar om dei enkelte filmene:

- Verdien av sal til utalandske marknader for alle utnyttingsvindaugane før frådrag av MG<sup>1</sup>, salskommisjon og kostnader.
- Korleis salet fordeler seg på førehandssal og etterhandssal.

Tal for enkeltfilmar vert behandla konfidensielt. Eksportinntektene er derfor, som i dei tidlegare undersøkingane, berre rapporterte akkumulert. Det vil seie som ein samla sum for alle filmene i undersøkinga, og ikkje spesifisert på den enkelte filmen.

Undersøkinga ser på den totale eksportverdien til norsk filmproduksjon. Den akkumulerte salsverdien som blir oppgitt, er derfor kalkulert som eit bruttobeløp – altså før kommisjon/MG til salsagentane er trekt frå. Verdiberekninga er såleis ikkje identisk med dei faktiske inntektene til produsentane frå sal til utlandet.

Det kan finnast feilkjelder i det innsamla datamaterialet. Ei av desse kan vere at produsentane utelat eller gløymer å inkludere MG, og dermed underrapporterer salsinntekta. Ei anna moglege feilkjelde har å gjere med tidshorisont. Eksportundersøkinga er gjort to år etter at filmene hadde premiere. Filmene har dermed hatt tid til å nå ut til store delar av marknaden. Samstundes er det filmar som enno ikkje har nådd sitt fulle potensial. Undersøkinga gir derfor ikkje eit endeleg bilete av den samla eksportverdien til filmene.

---

<sup>1</sup> MG (minimumsgaranti) er ein garanti salsagenten betaler produsenten når kontrakten blir inngått. Sidan minimumsgarantiar inneber ein risiko, blir dei i hovudsak brukte berre i tilfelle der salsagenten ønskjer å sikre seg ein antatt lukrativ film.

På bakgrunn av disse forholda blir det presisert at eksportundersøkingane berre gir eit overslag over verdien av salet av norsk film til utlandet. Undersøkingane gir seg ikkje ut for å vere eksakte, men søkjer å presentere eit så godt bilete av situasjonen som mogleg. Metoden som ligg til grunn, gir eit moderat estimat. Det er med andre ord grunn til å tru at tala som kjem fram er underrapporterte heller enn overrapporterte.

Sal av rettar skjer som regel i euro (EUR) eller amerikanske dollar (USD), men òg i anna valuta. I undersøkinga er desse beløpa rekna om til norske kroner etter Noregs Banks gjennomsnittlege vekslingskurs for 2015.

Tabell 1 – Norske premierefilmer 2015

<b>Tittel</b>	<b>Produksjonsselskap</b>
Brødre	Fenris Film
Bølgen	Fantefilm
De nærmeste	Maipo Film
Den tilfeldige rockestjernen	Medieoperatørene AS
Dirk Ohm - Illusjonisten som forsvant	MER FILM
Doktor Proktors tidsbadekar	Maipo Film
Drone	Flimmer Film
Dryads - Girls don't cry	Dryads AS
Hevn	Den siste skilling AS
Høst	Beacon Isle Production
Høvdinger	Høvdinger Film AS
Julekongen - Full rustning	Storm Films AS
Karsten og Petra på safari	Cinenord Kidstory
Knutsen & Ludvigsen og den fæle Rasputin	Tordenfilm
Kvinner i for store herreskjorter	Motlys AS
Louder Than Bombs	Motlys AS
Pøbler	Fuglene AS
Solan og Ludvig - Herfra til Flåklypa	Maipo Film
Staying Alive	Maipo Film
Søsken til evig tid: Amerikareisa	FIMfilm AS
Villmark 2	Handmade Films in Norwegian Woods
Wendyeffekten	Wendyeffekten AS
Å vende tilbake	Filmbros AS

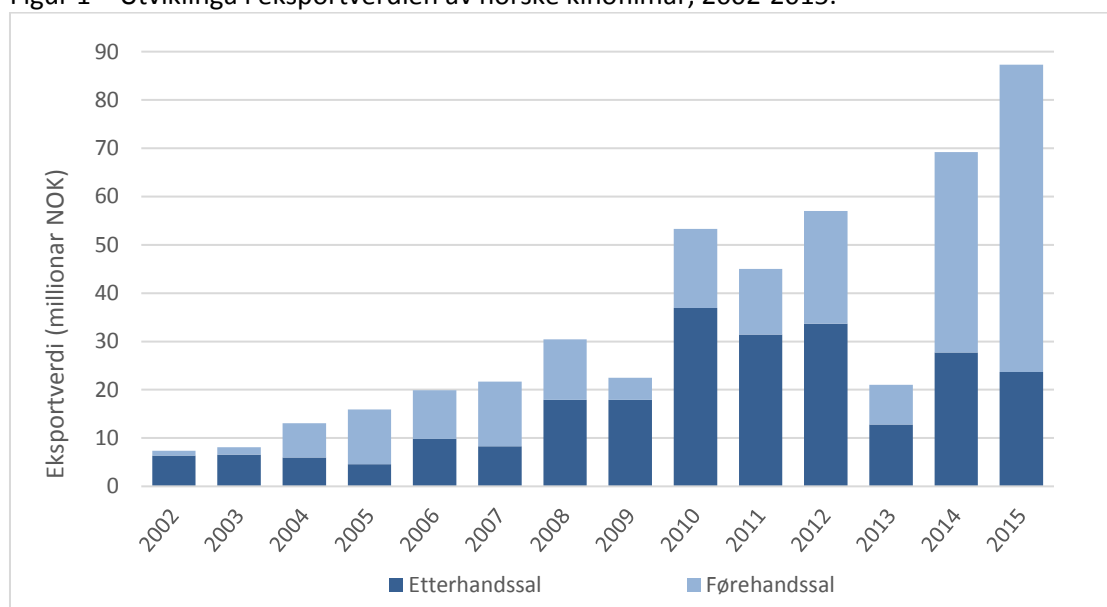
## Resultat

Den samla eksportverdien til filmene frå 2015 er berekna til å være 87,3 millionar kroner (sjå Tabell 2). Av dette er 23,7 millionar berekna til å vere etterhandssal, mens rekordhøge 63,6 millionar er førehandssal.<sup>2</sup> Eksportverdien registrert for 2015-filmene er dermed 18,1 millionar kroner høgare enn eksportverdien til det tidlegare toppåret 2014. Dette utgjer ein auke på litt over 26 prosent.

Tabell 2 - Eksportverdien av norske kinofilmar, 2002-2015. Beløp i millionar kroner.

År	Førehandssal	Etterhandssal	Total eksportverdi	Tal på filmar
2002	1,0	6,4	<b>7,4</b>	16
2003	1,5	6,6	<b>8,1</b>	17
2004	7,1	6,0	<b>13,1</b>	18
2005	11,3	4,6	<b>15,9</b>	19
2006	10,1	9,8	<b>19,9</b>	20
2007	13,4	8,3	<b>21,7</b>	22
2008	12,5	17,9	<b>30,4</b>	21
2009	4,6	17,9	<b>22,5</b>	22
2010	16,4	36,9	<b>53,3</b>	25
2011	13,6	31,4	<b>45,0</b>	32
2012	23,3	33,7	<b>57,0</b>	23
2013	8,2	12,8	<b>21,0</b>	24
2014	41,5	27,7	<b>69,2</b>	34
2015	63,6	23,7	<b>87,3</b>	23

Figur 1 – Utviklinga i eksportverdien av norske kinofilmar, 2002-2015.



<sup>2</sup> Historisk gjennomsnittlig fordeling mellom førehandssal og etterhandssal vert brukt i tilfelle der rapporteringa har vore mangelfull.

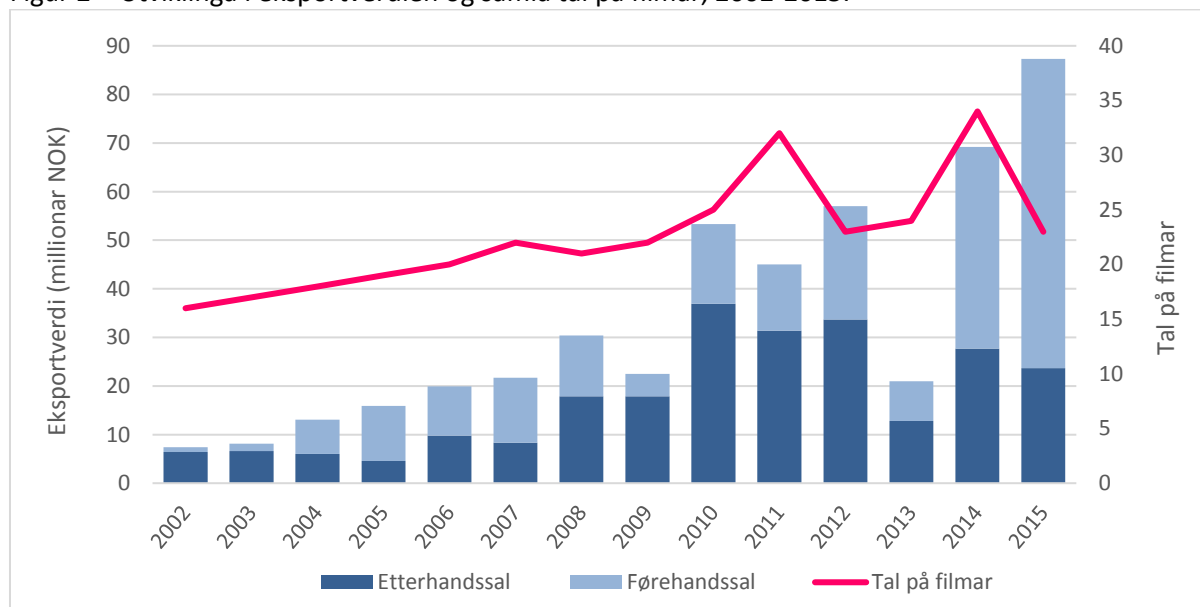
## Historisk utvikling

Den historiske oversikta i Figur 1 syner at det var ein jamn auke i utlandssalet av norsk film frå 2002 til 2008. I 2009 viste salet ein nedgang, noko som truleg hadde samband med den internasjonale finanskrisa, som gjorde at filmkjøparane vart meir forsiktige. Årene 2010, 2011 og 2012 var svært sterke år for norsk filmeksport, medan salsnivået sank igjen i 2013. Sjølv om filmene frå 2013 gjorde det godt på den norske kinomarknaden, vart ikkje interessa frå utlandet like stor. Dei rekordhøge resultatane for 2014- og 2015-filmene kan tyde på at den lave eksportverdien for 2013-filmene heller var eit uttrykk for tilfeldig variasjon enn eit varig brot i utviklinga med stigande eksportverdiar. Akkumulert vekstrate (CAGR)<sup>3</sup> for perioden 2002 til 2015 var på 19,3 prosent. Dette tyder at salet av norske filmar til utlandet auka med om lag ein femtedel for kvart år i perioden.

## Drivarar bak eksportverdien

Ei endring i eksportverdien kan skyldast to forhold, anten endring i *volum* av selde filmar til utlandet eller endring i *salsprisen* for filmene. Endringa i volum kan komme frå endring i tal på produserte filmar, eller at fleire av dei produserte filmene vert eksportert. Dette kan skyldast at dei norske filmene har vorte meir interessante for utlandet, eventuelt kan det vere distribusjon/marknadsmessige forhold som gjer at filmene i større grad når ut til nye marknader. Makroøkonomiske forhold påverkar betalingsviljen og prisen for eit «luksusgode» som audiovisuelle produkt i høgare grad enn prisen på nødvendighetsgode som mjølk og brød. Nye digitale plattformer med auka mogelegheit for deling endrar også betalingsviljen for audiovisuelle produkt og kan gje svekka vilkår for distributørar når dei skal forhandle prisar på verdsmarknaden.

Figur 2 – Utviklinga i eksportverdien og samla tal på filmar, 2002-2015.



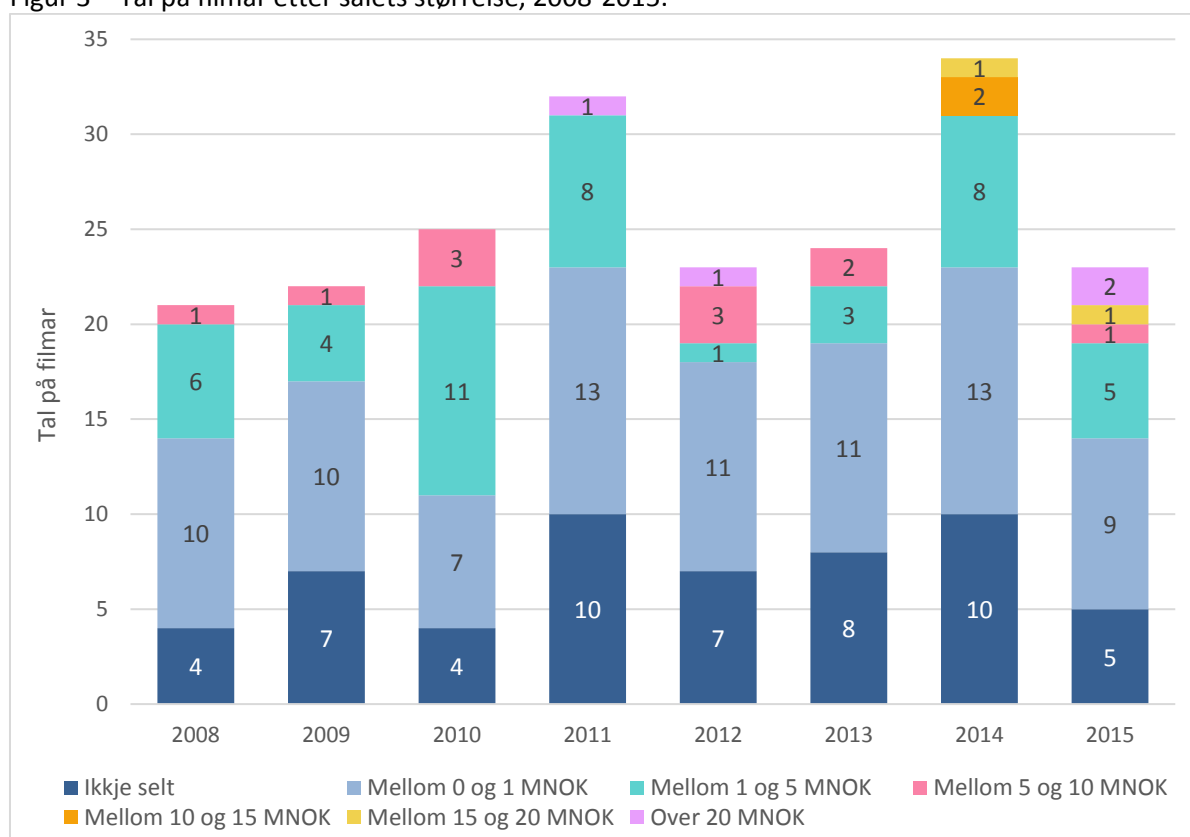
Figur 2 viser utviklinga i eksportverdi frå 2002 stilt saman med utviklinga i tal på norske kinopremierar. I åra frå 2002 til 2007 steig både talet på filmar og eksportverdien jamt, frå høvesvis 16 til 22 filmar og frå 7 til 22 millionar kroner. I denne perioden ser det altså ut til å vere ein klar positiv samanheng mellom eksportverdi og produksjonsvolum. I perioden frå 2008 til 2015 ser likevel ikkje dette forholdet ut til å vere like eintydig. Det var ein film mindre i 2008 enn i 2007, men trass i det steg eksportverdien frå 22 til 30 millionar kroner i perioden. I åra frå 2010 til 2012 var det eit relativt høgt tal produserte filmar i kombinasjon med høge eksportverdiar, men 2013 svikta utlandssalet til tross for eit relativt godt produksjonsvolum.

<sup>3</sup> CAGR-målinga eliminerer svingingar frå eit år til et anna og gir eit bilete på tendensen og kor sterk den er gjennom heile perioden.

Også tala for 2014 og 2015 bekreftar at auka volum ikkje nødvendigvis er ein føresetnad for høg eksportverdi. I 2015 hadde 23 norske filmar premiere på norske kinoar, og det er 11 færre filmar enn i toppåret 2014. Trass i dette hadde 2015-filmene ein samla eksportverdi som var over 26 prosent høgare enn i 2014.

Kva skuldast dette flyktige forholdet mellom produsert volum og eksportverdi? For ein relativt liten filmnasjon som Noreg vil kva for filmar som vert produsert kvart enkelt år ha stor tyding for eksportverdien. Filmernes kvalitet og/eller om dei er basert på ein internasjonalt kjent historie kan ha stort utslag for utlandssalet. Figur 3 illustrerer dette. Den viser talet på sal til utlandet kvart år fordelt etter størrelse på salet.

Figur 3 – Tal på filmar etter salets størrelse, 2008-2015.



Totalt 18 av 2015-filmene vart selt til utlandet. Det er ein nedgang i volum frå dei 24 filmene som vart selt i 2014. Når vi observerer at eksportverdien aukar frå 69,2 til 87,3 millionar kroner frå det eine året til det andre, skyldas det først og fremst at størrelsen på sala aukar. I 2014 vart filmen med høgast eksportverdi selt for mellom 15 og 20 millionar kroner, medan dei to nest høgaste vart selt for mellom 10 og 15 millionar kroner. I 2015 vart dei to filmene med høgast eksportverdi selt for over 20 millionar kroner, og utgjorde ein mykje høgare total verdi enn tilsvarende filmar året før. I den historiske utviklinga ser vi at år 2011 og 2012 også hadde ein film kvar som vart selt for over 20 millionar kroner, men filmene med nest høgast eksportverdi låg eit godt stykke under denne verdien.

Til saman vart dei tre filmene som hadde høgast eksportverdi i 2015 selde for 67,3 millionar kroner til utlandet, mens dette talet var betydeleg lågare på 38,2 millionar kroner i 2014. Dette tydar på ei utvikling der utlandssalet på dei største filmene går opp. Med eit relativt lite utval filmar kvart år er det likevel viktig å hugse på at eksportverdien er sensitiv for tilfeldig variasjon. Det er derfor viktig å sette augeblikksbiletta som dei årlige eksportverdiene representerer inn i ein større samanheng. Først i

ettertid vil ein få svar på om eit avvikande resultat er uttrykk for eit brot i utviklinga eller tilfeldig variasjon.

### 2015-filmene på kino

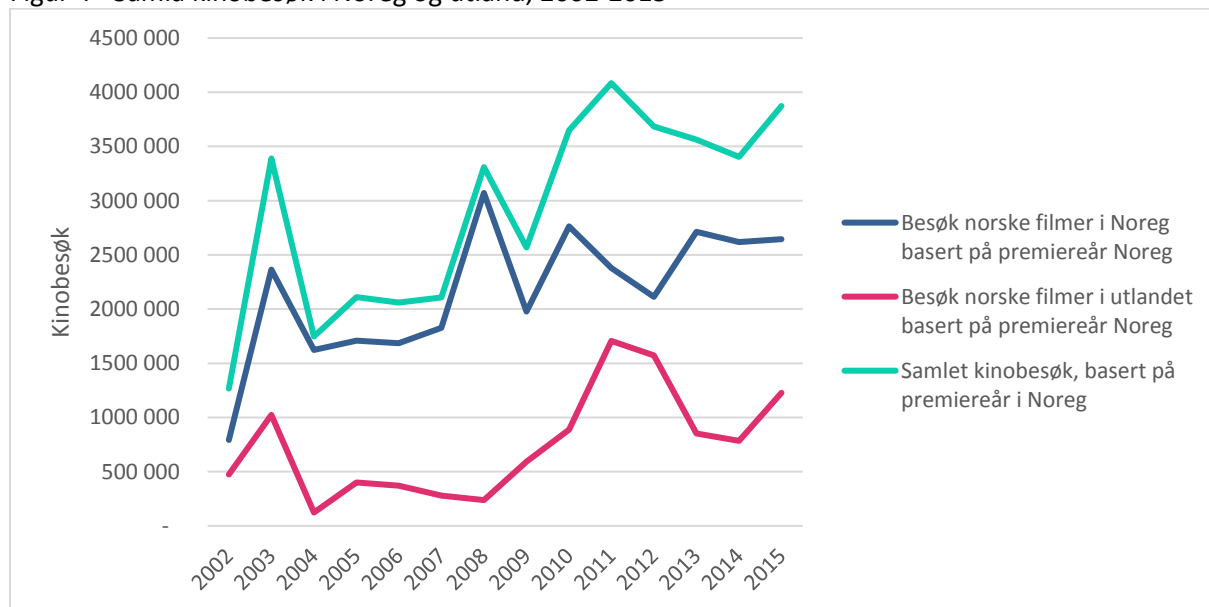
Eksportverdien av norske kinofilmar består av alle sal av norske kinofilmar til utlandet. Dette tyder at sal til alle visningsplattformer er inkludert. Ideelt skulle ein hatt informasjon om kor mykje som vart selt til kva plattform og til kva for ein pris. Det ville gitt ei fullstendig oversikt over samansetnaden til eksportverdien. Dette er detaljert informasjon som det er vanskeleg å få tilgang til. Ein høg eksportverdi kan tyde at filmen er solgt til god pris, men sjølv om det ofte er ein samanheng, treng det ikkje tyde at filmen er selt til mange land eller at filmen har hatt mange tilskodarar.

Kino har tradisjonelt stått for størsteparten av finansieringa av filmproduksjon i Noreg og utlandet, og besøkstal for kino er truleg framleis ein rimeleg indikator for samla interesse og etterspurnad etter ulike produksjonar.

Ved hjelp av kinobesøksdatabasen LumierePro er det mogeleg å kartleggje kinobesøk på norske filmar i utlandet.<sup>4</sup> I tillegg til Europa dekkjer basen 12 andre internasjonale marknader<sup>5</sup>. Basen er altså ikkje fullstendig på verdsbasis, men dekkjer antakeleg dei viktigaste marknadene for norsk film<sup>6</sup>.

Filmene med premiere i Noreg i 2015 hadde med 3,8 millionar besøkjande det nest høgaste samla besøket på kino i Noreg og utlandet dei siste 14 åra (sjå Figur 4). Besøket i Noreg er på høgde med dei beste norske kinoårgangane, sjølv om 2,6 millionar besøkjande er eit stykke bak filmene med premiere i 2008. Disse hadde 3,1 millionar besøkjande på norske kinoar. Gjennomsnittleg besøk i utlandet har frå 2002 lege på 752 000. Filmene frå 2015 hadde eit samla besøk i utlandet på 1 228 640, og låg dermed høgt over gjennomsnittet, sjølv om filmene frå 2011 og 2012 låg enda høgare.

Figur 4 - Samla kinobesøk i Noreg og utland, 2002-2015<sup>7</sup>



<sup>4</sup> LumierePro-databasen er laga av European Audiovisual Observatory.

<sup>5</sup> USA, Canada, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Mexico, Venezuela, Australia, New Zealand, Sør-Korea, Kina.

<sup>6</sup> Besøkstal for europeiske land vert tilpassa for basen av ulike europeiske film/kinoinstitusjonar. Tal for andre land vert samla inn av det private firmaet Rentrak. Firmaet er lite open om kjelder og moglegheita for å overprøve tala er derfor avgrensa. Ein bør derfor utvise spesiell forsiktighet ved bruk av resultatata frå disse landa.

<sup>7</sup> Utland er her definert som marknadene som er dekt av LumierePro-databasen.



Eksportverdien for 2015-filmene er den høgaste som er målt nokosinne, og dette vert til ein viss grad spegla i utlandsbesøket på kino (sjå Tabell 3). Som vi ser var *Bølgen* mest besøkt i både Noreg og utlandet, med overlegen god margin. Faktisk vart den nesten dobbelt så godt besøkt i Noreg som filmen som kom på andre plass, *Solan og Ludvig – Herfra til Flåklypa*, og nesten fire gonger så godt som den nest mest besøkte i utlandet, *Louder than bombs*. *Bølgen* vart satt opp på minst 20 utenlandske marknader og den høgaste delen besøk er registrert i Mexico med over 500 000 besøkjande. Også i Chile, Venezuela, Frankrike og Polen har filmen gjort det bra. I eit historisk perspektiv er det den fjerde mest besøkte norske filmen i utlandet sidan 2000. På første, andre og tredje plass ligg *Hodejegerne* (2011), *Kon-Tiki* (2012) og *Elling* (2001).

Også *Louder than bombs* vart godt besøkt i utlandet, og vart selt til over 30 land. Den hadde eit noko beskjede besøk i Noreg på 22 560, men hadde høge besøkstal i Frankrike (45 600) og Mexico (43 700). Andre filmar, som *Julekongen – Full rustning*, hadde gode besøkstal i Noreg, men står utan registrert besøk i utlandet.

Av dei 23 norske premierefilmene vart 18 filmar selt og 5 ikkje selt til utlandet. Av filmene som blei selde vart 11 satt opp på kino i utlandet. Dei 7 filmene som vart selt til utlandet, men ikkje står registrert med kinobesøk, har truleg vorte selt til andre eller fleire visningsplattformer enn kino. Eksportverdien til disse filmene utgjør berre 8 prosent av den samla eksportverdien. Dette kan vere ein stadfesting på den betydelege rolla til kinoane i inntekspotensialet til filmene.

Tabell 3 – Kinobesøk for norske premierefilmar 2015 i Noreg og utland

Kinofilmar med premiere i 2015	Premieredato	Besøk i Noreg*	Besøk i utland*	Samla besøk*
Bølgen	28.08.2015	833 390	825 329	1 658 719
Solan og Ludvig - Herfra til Flåklypa	25.12.2015	439 852	90 360	530 212
Doktor Proktors tidsbadekar	16.10.2015	253 269	38 077	291 346
Julekongen - Full rustning	13.11.2015	291 201	-	291 201
Karsten og Petra på safari	04.09.2015	254 327	30 621	284 948
Louder Than Bombs	02.10.2015	22 560	233 410	255 970
Knutsen & Ludvigsen og den fæle Rasputin	25.09.2015	223 435	3 617	227 052
Staying Alive	16.01.2015	82 201	-	82 201
Villmark 2	09.10.2015	65 098	-	65 098
Søsken til evig tid: Amerikareisa	13.11.2015	33 750	-	33 750
Pøbler	21.08.2015	26 824	439	27 263
Kvinner i for store herreskjorter	06.03.2015	22 442	1 644	24 086
Drone	27.02.2015	20 735	759	21 494
Hevn	06.11.2015	14 081	2 169	16 250
Brødre	20.03.2015	12 464	2 213	14 677
Wendyeffekten	11.09.2015	12 473	-	12 473
De nærmeste	27.03.2015	9 149	-	9 149
Dryads - Girls don't cry	07.08.2015	7 367	-	7 367
Den tilfeldige rockestjernen	13.03.2015	6 483	-	6 483
Høst	16.10.2015	4 555	-	4 555
Dirk Ohm - Illusjonisten som forsvant	27.03.2015	3 257	-	3 259
Å vende tilbake	27.02.2015	2 777	-	2 777
Høvdinger	17.07.2015	1 699	-	1 699

\*Besøk gjeld for 2015 og 2016