



Sammanfattning
Filmkonvent '10 i Piteå
1 - 2 december 2010



ett arrangemang av

filmpool N nord



Filmkonvent '10 i Piteå 1 - 2 december 2010

Innehåll:

Välkomna till Piteå	Sid 2
Sociala medier ger makt åt små filmmakare	Sid 3
Rikta blicken mot den manliga normen	Sid 5
Satsa på barnfilmen!	Sid 7
Vi ville göra en riktigt stor Millenniumfilm	Sid 9
Nytt filmavtal i december 2011?	Sid 10
Stereotyper och romantisering måste bort	Sid 12
Dokumentärfilmen är vild, vacker och modig	Sid 13
SVT: "Berätta för oss om det inte fungerar!"	Sid 14
Att lyckas i Hollywood – en checklista	Sid 16
Producenterna får ta smällen när pengar saknas!	Sid 17
Sätt Sverige på den globala filmkartan	Sid 19
Låt publiken marknadsföra filmen	Sid 20
3D ger en tydlig wow-effekt	Sid 21
Piraterna betalade vår film	Sid 22
I filmbranschen är det inte sexigt att vara kreatör	Sid 23

Dokumentation: Åsa Petersen
Stillbilder: Sarah Arildsson
Redaktör: Katja Härkönen

Välkomna till Piteå



– Filmkonventet är den viktigaste filmpolitiska sammankomsten i Sverige.

Med de orden hälsar moderatorn Anna Charlotta Gunnarsson 289 filmarbetare välkomna till Filmkonvent '10 på Acusticum i Piteå.

Här handlar det inte om glamour. Här gäller det att hitta lösningar och se framåt, säger Anna Charlotta.

– Efter konventet är det meningen att vi ska kunna gå lite rakare i ryggen och se lite längre.

Piteåsonen Sam Nilsson, före detta vd för Sveriges Television och hedersdoktor vid Luleå tekniska universitet, berättar historien om Acusticum.

Detta konserthus, i anslutning till musikhögskolan i Piteå, kom till när Piteå bestämde sig för att satsa på något annat än skogsindustrin.

Sam Nilsson tyckte att de dåvarande journalisthögskolorna var alldeles för storstadsfixerade. Därför skapades utbildningen i medie- och kommunikationsvetenskap vid LTU. Den förlades till Piteå. Här skulle både generationsväxlingen och teknikväxlingen inom medierna kunna ske.

– Piteå förlorade 800 jobb inom industrin med fick hit 1500 nya, säger Sam Nilsson.

Just nu byggs världens mest unika orgel på Acusticum. Den kostar 35 miljoner kronor och ska invigas 2012.

– Jag hoppas att Benny Andersson, blivande gästprofessor vid musikhögskolan, vill komponera en av låtarna till invigningen, säger Sam Nilsson.

Sociala medier ger makt åt små filmmakare



Thomas Mai, CEO på Festival Darlings, menar att internet har förändrat hur människor kommunicerar. Om du kan hantera nätets alla verktyg lever du i den bästa tiden någonsin. Om du inte kan det, är den här tiden skrämmande.

– Du måste förändras med möjligheterna för att lyckas, säger Thomas Mai på Skype från Brasilien.

Han ser en ny era för filmbranschen. Den moderna filmmakaren väntar inte på grönt ljus från finansärer eller distributörer utan använder nätet för att förverkliga sina filmdrömmar.

Pengar, marknadsföring och distribution – allt går via internet. Samtidigt ökar filmskaparens inflytande och kontroll över rättigheter och ekonomi.

– Med hjälp av sociala medier kan den lilla producenten göra det stora filmstudios gjorde förut, säger Thomas Mai.

Filmskaparna måste förstå att den traditionella affärsmodellen förändras. Nu gäller det att finnas där publiken finns och att låta publiken medverka i filmskapandet och marknadsföringen. Nyckeln är de sociala medierna.

Thomas Mai listar avgörande skillnader före internet och efter:

Gammal modell	Ny modell
Mellanhänder	Inga mellanhänder
Exklusivitet	Ingen exklusivitet
Territorier	Inga territorier
Fönster	Inga fönster
Hemlighetsmakeri	Transparens
En enda chans	Lång livstid
Få inkomstkällor	Många inkomstkällor

“Independent”

”Fandependent”

Gammal marknadsföring

Push (annonser, reklam)

Hook and sell (trailer)

I said so (reklamens påståenden)

Celebrity (stjärnor promotar filmen)

Text, print & e-mail

Community (slutna kretsar)

Ny marknadsföring

Pull (sociala medier)

Sample (provreleaser online)

Prove it (vinna publiken via sociala medier)

Everyday spokespersons (publiken tipsar)

Video

Connections (nätverk)

Ska man inte vara rädd för pirater, som kommer med sociala medier och gör att filmmakarna tappar intäkter? Thomas Mai svarar blixtnabbt:

– Om din film är ointressant för piraterna, hade du inte kunnat sälja den i alla fall. Dessutom är folk villiga att betala för originalet för att få bäst kvalitet.



Rikta blicken mot den manliga normen



Kommer framtidens filmskapare från reklamen, högskolorna eller ska man börja med att koka kaffe? Hur påverkar karriärvägarna jämställdheten och den konstnärliga förnyelsen? Vem har makt att förändra strukturerna?

Charlotta Denward (i bilden till höger), produktionsstödschef på Filminstitutet, presenterar aktuell statistik.

– Det finns enormt många debutanter inom svensk film. Det är en bransch som är öppen för nybörjare, konstaterar hon.

Jämställdheten bland debutanterna är det tyvärr sämre ställt med. Mellan 2000 och 2009 utgjorde männen hela 77 procent av regidebutanterna för lång spelfilm. Kön fördelning såg ut som följer:

Manliga debutanter med konsulentstöd:	44%
Manliga debutanter utan konsulentstöd:	33%
Kvinnliga debutanter med konsulentstöd:	20%
Kvinnliga debutanter utan konsulentstöd:	3%

– Tio gånger så många män som kvinnor gör film med egna pengar, men får ändå upp filmen på bio, säger Charlotta Denward.

Även när det gäller debutanternas bakgrund finns stora könsskillnader. 42 procent av de manliga regidebutanterna är filmarbetare, men bara 6 procent av kvinnorna. 44 procent av de kvinnliga regidebutanterna kommer från teatern, men bara 20 procent av männen.

Kvinnor har alltså betydligt bättre chanser att få regissera långfilm om de kommer från teatern än om de kommer från filmen.

Anna Wahl (i bilden längst till vänster), genusprofessor vid KTH, säger att man måste rikta blicken mot den rådande normen bland filmarbetarna, alltså männen. Hur sker anrikningen av män i filmbranschen? Att söka problemet hos kvinnorna som "försvinner" vore bara att stärka könsrättvisorna.

– Diskriminering är sällan direkt och tydlig utan en serie icke-händelser. Det gäller att granska det som inte sker. Vem blir inte citerad, inte bekräftad och inte inbjuden?

Christer Nilsson, producent på GötaFilm, säger att 90 procent av filmförslagen han får in kommer från män. Han måste alltså vara extra noga med att läsa kvinnors förslag.

– Vi väljer inte bort kvinnliga talanger, men få tar kontakt med oss.

Göran du Rées, professor på Filmhögskolan i Göteborg, säger att skolan för en medveten diskussion om jämställdheten. Att ha med båda könen är ett kvalitetsbegrepp i sig, eftersom enkönet blir sämre.

– Det verkar tyvärr vara oerhört svårt för invandrade kvinnor att ta sig in på skolan. Det handlar nog om hur man formulerar sig.

Åsa Cederqvist regisserar reklamfilm och musikvideos. Hon säger att genibegreppet, som går igen i alla konstnärliga verksamheter, gör det svårare för kvinnor att ta sig fram i filmbranschen.

– Det tas för givet att geniet är en man.

Som kvinnlig reklamfilmsregissör är Åsa tvungen att vara mycket mer disciplinerad och tydlig i sina prestationer än manliga likar.

– Jag måste tydliggöra att uppdragsgivarna kan lita på mig. Att jag kan hantera en stor budget och föra projektet i hamn trots att jag inte är man.



Satsa på barnfilmen!



Barn är storkonsumenterna av film. Både på bio, dvd och tv. Ända har barnfilmen låg status och svårt att få finansiering.

– Barnfilmens status reflekterar barns status i samhället. Barnfilm anses inte lika fint som vuxenfilm, säger Johan Bogaues (i bilden till vänster), Filminstitutets avgående barn- och ungdomsfilmkonsulent.

Han sammanfattar och tackar för sina fem år på posten.

– Att få vara med och ge barn deras första bioupplevelse är otroligt häftigt.

Sverige gör oerhört bra animationsfilmer för de allra yngsta, säger Johan. "Lilla spöket Laban" och "Lilla Anna och långa faborn" är exempel på det. Sverige hittar även rätt ton i ungdomsfilmer som "I taket lyser stjärnorna" och "Tusen gånger starkare".

Nu drömmer Johan om att en film för mellanåringarna, alltså barnen i tioårsåldern, ska lyckas bli en publiksuccé.

– "Ett öga rött" och "Lasse-Majas Detektivbyrå" var bra filmer, men de blev inte nog publika.

Linda Hambäck (i bilden till höger), producent på Filmtecknarna, konstaterar att barn är framtiden. Varför satsar man inte på den?

– Förut byggde man pampiga, fina skolbyggnader. Nu låter man barnen gå i skola i baracker.

Hon har ett konkret förslag: Ge barnfilmen en egen matinétid i SVT på helgerna! Då öppnar man för kortare kvalitetsfilmer för 2-5 åringar.

Safa Safiyari, chef för SVT:s Barnkanalen, tycker att det är en bra idé.

– Men ett år har 52 veckor. Då behöver vi 52 filmer. Finns pengarna för det?

Gila Bergqvist Ulfung (i bilden längst till vänster), producent på Breidablick, säger att barn som ska utvecklas behöver få se sig själva agera, inte bara reagera. Därför behövs fler dramafilmer med barn i huvudrollen.

Johan Bogaues poängterar att barnfilmen inte bara är underhållning.

– Ofta används den i skolans undervisning för att skapa diskussion om viktiga frågor.

Filmer för barn har ett jämnare intäktsflöde. Vuxenfilmen är ofta en färskvara, medan barnfilmen håller sig längre och vinner nya kullar tittare medan åren går.

– Därför måste man vara långsiktig när man jobbar med och investerar i barnfilm, säger Johan.

Börje Hansson (i bilden längst till vänster), produktionschef på SF, säger att svensk barnfilm har hög status internationellt sett. Men Sverige är ett litet land. Politiken måste satsa pengar på barnfilmen.

– Barn i dag ser mycket mer film än vad jag gjorde. Men på många av barnkanalerna går skitprogram. Det behövs ett politiskt ställningstagande för kvalitativ barnfilm.

Med barn- och ungdomsfilm menas film för åldrarna 2-16 år. Det är en bred målgrupp som måste delas upp bättre, säger Safa Safiyari (i bilden till höger).

– För att nå de äldre barnen kan vi använda sociala medier. SVT arbetar med ett blogg-drama för unga i åldern 12-15. Vi funderar på att köra långfilmsformat på webben.



Vi ville göra en riktigt stor Millenniumfilm



Författaren Stieg Larsson önskade att Millennium skulle bli en engelskspråkig film som kom ut i världen. Produktionsbolaget Yellowbird bestämde sig för att göra verklighet av det.

Det fanns tre scenarior. Att göra filmen själv med nordiska partners, att arbeta med en stor europeisk filmstudio eller att gå Hollywoodvägen.

Yellowbird valde Hollywoodvägen, säger producenten Sören Staermose.

– Vår ambition var att göra en riktigt stor film. Vi trodde att en stor budget skulle gynna innehållet.

Yellowbird förhandlade med Miramax, Sony och Disney. Det slumpade sig så väl att Sony hade en lucka för en storfilmspremiär i december 2011.

Sonys vd Michael Lynton besökte Stockholm i ett annat ärende. Då såg han Millenniumaffischerna och började läsa böckerna.

När Sony bestämde sig för att göra Millennium, med Scott Rudin som producent, gick det snabbt. Ett kontrakt mellan Sony, Yellowbird, Norstedts och familjen Larsson förhandlades fram och undertecknades.

Avtalsförhandlingarna rörde allt från merchandise till exporten av den svenskspråkiga Millenniumfilmen. Till sist nåddes en överenskommelse.

Nu har filmteamet varit i Sverige i tio dagar. Yellowbird läser manus och får sista ordet.

– Vi har alltid roligt och inga problem! Det är ett koncept för nästa filmavtal! säger Sören Staermose och skrattar.

Nytt filmavtal i december 2011?



Ett moderniserat filmavtal vore det allra bästa, säger Björn Rosengren, ordförande i Film- & TV-producenterna. Men alla måste vara med och betala. Därför kan lagstiftning inte uteslutas.

– Jag inser att lagstiftning vore komplicerat. Men filmavtalet, som Harry Schein och Sträng utformade, var också ifrågasatt när det kom.

Film- & TV-producenterna vill att alla filmdistribuerande aktörer, även videodistributörer och internetleverantörer, ska vara parter i ett nytt filmavtal. Annars kräver producenterna lagstiftning, som i Polen och Frankrike.

I Polen säger lagstiftningen att alla som visar film måste vara med och betala.

– Denna lag har gjort att antalet producerade filmer har fördubblats och att publiken för inhemsk film har tiodubblats, säger Björn Rosengren.

Film- & TV-producenterna vill ha ett teknik- och konkurrensneutralt produktionsstöd, som kan utgå oavsett distributionsform.

– En films distribution måste bestämmas utifrån filmens egna förutsättningar. Det nuvarande systemet, som kräver biografdistribution, riskerar att hämma utvecklingen av nya visningsfönster.

Ett annat krav från Producentföreningen är att produktionsstödet från Filminstitutet ska tillfalla producenten. Inte som nu tillgodoräknas också offentliga aktörer som SVT och regionala filmfonder.

– Det skulle öka produktionsbolagens möjligheter att uppnå lönsamhet i projekten och attrahera privata satsningar, säger Björn Rosengren.

Bengt Toll (i bilden längst till vänster), tillförordnad vd för Filminstitutet, säger att SFI arbetar för ett utvecklat och breddat filmavtal. Men glöm inte att inget parti på den politiska skalan, åtminstone från Socialdemokraterna till Moderaterna, vill att statskassan ska ge mer pengar till filmen.

– Pengarna räcker bara för stöd till 13 filmer om året. Det är för lite för att få volym och utveckling, säger Bengt Toll.

Han vill att en särskild del av stödet ska gå till TV-drama. Och borde det inte vara dags för en talangutvecklingspott?

Thomas Eskilsson, Film i Väst, säger att filmbranschen befinner sig i en extremt snabb omvandling. Därför måste filmavtalet vara flexibelt och rörligt. Det gäller att öppna för crossmedia och andra former av rörlig bild.

– Varför inte ge stöd till tv- och dataspel?

Apropå kravet att produktionsstödet ska tillfalla producenten säger Thomas Eskilsson att nyckeln till framgång är affärsmodellerna, inte produktionsstödet.

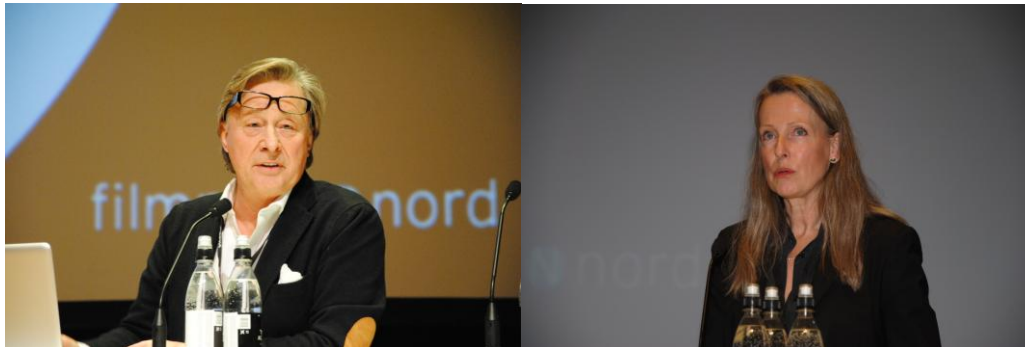
– Filmproducenterna har extremt svårt att tjäna pengar i hela Europa. Det måste hända något med affärsmodellerna. Jag hoppas att filmregionerna och Producentföreningen kan samarbeta för att skapa nya intäkter.

Charlotte Ingvar-Nilsson (i bilden till höger), departementsråd på Kulturdepartementet, säger att regeringen vill ha ett nytt och breddat filmavtal. Direktiven är ännu inte helt tagna, men snart ska en förhandlingsman eller -kvinna för regeringens räkning utses.

– Ambitionen är att ett nytt filmavtal ska vara klart i december 2011.

Charlotte Ingvar-Nilsson vill inte säga något om regeringens förhandlingsstrategier. Men hon konstaterar att om inte Björn Rosengren hade haft sin nuvarande position, "skulle han vara en kandidat som regeringens förhandlare".

– Jag kan väl byta position! replikerar Björn Rosengren (i bilden till vänster).



Stereotyper och romantisering måste bort



Äntligen har Norden en samlande filmkraft för den samiska befolkningen.

– Vi har ett behov av att berätta våra egna berättelser. Stereotyper och romantisering måste bort, säger Anne-Lajla Utsi (i bilden till vänster), direktör för Internasjonalt Samisk Filmsenter i Kautokeino.

Samerna är ofta osynliga i majoritetssamhällets offentliga rum.

– Det är ett hot mot vår existens. Vi behöver spegla oss själva genom filmmediet.

Det samiska filmcentret, som etablerades för ett år sedan, har redan mycket goda samarbetspartners i andra urfolk i Kanada, Australien och Amerika.

– Urfolken tar tillbaka sin historia och sin kultur, säger Anne-Lajla.

Åsa Simma (i bilden till höger) har utvecklat ett manus till en tv-serie för samiska barn. Hon säger att tv-mediet kan spela en viktig roll för att hjälpa samiska barn att utveckla sin identitet.

– Äldre samiska damer fick berätta vad de ville ge vidare till yngre generationer samer. Utifrån det skrev vi manus till en serie i åtta delar.

Filmpool Nord har samproducerat massor av samiska filmer genom åren. Per-Erik Svensson, vd för Filmpoolen, säger att tanken är att de tre sametingen ska samäga det samiska filmcentret.

– Men så länge det saknas en naturlig svensk samepartner är Filmpool Nord beredda att ta det svenska ansvaret. Då behöver vi ett nationellt uppdrag från regeringen.

Dokumentärfilmen är vild, vacker och modig



– Dokumentärfilmarens drivkraft är besatthet. Och så saknas det fem miljoner. Det är också dokumentärfilmarens vardag.

Tove Torbiörnsson, avgående dokumentärfilmskonsulent på Filminstitutet, höll ett känsloladdat tal när hon tackade för sig.

Under sina år som konsulent har Tove gått igenom 1600 ansökningar och gått in i 200 projekt. Filmerna har handlat om tillståndet i världen.

Tove berättar om en film från Guantanamobasen som "fullständigt krossade hennes sinne för verkligheten". Bilderna visade hur förhørsledare pressade en pojke.

– Detta sker nu! Mitt i vår terroristhets. Politikerna skyr inga medel och människovärdet måste försvaras.

Dokumentärfilmen är vild, vacker och otroligt modig, säger Tove. Vi får aldrig vara tama i vårt försvar av dokumentärfilmen.

– Filmarna riskerar sina liv för att skildra tillståndet i världen och för att försvara demokratin.

Tove säger att det är ett privilegium att vara filmkonsulent. Hon har haft fem fantastiska år och kommer att sakna sina medarbetare oerhört.

– Tack allihopa!

En dokumentärfilmare som sökte stöd från Filminstitutet sa att han var nöjd "om det bara blev några magiska ögonblick".

– Dessa magiska ögonblick, som vi kan kalla livsluft, är dokumentärfilmen till för, säger Tove.

SVT: "Berätta för oss om det inte fungerar!"



På Filmkonvent '09 höll Daniella Prah, producent på Filmkreatörerna, ett modigt och uppskattat tal om hur illa filmarbetare kunde behandlas av SVT.

På Filmkonvent '10 berättar Piodor Gustavsson, programbeställare på Kultur & Drama, och Charlotte Hellström, projektledare på SVT Dokumentär, vad som har hänt sedan dess.

Hur ser SVT på sin roll som maktfaktor i Filmsverige, när det gäller kontakter med branschen? Hur jobbar man konkret för att förbättra relationen till filmarbetarna?

Piodor Gustavsson säger att SVT investerar 400 miljoner kronor årligen i projekt med svenska upphovsmän och producenter.

– När mer populistiska programtyper, som drar stor publik till låg budget, vinner mark kan utrymmet för film minska. Det är det stora hotet. Vi som jobbar med film på SVT behöver politiskt stöd och stöd från filmbranschen. Vi vill satsa på mångfald, kvalitet och brett utbud.

Charlotte Hellström tycker att det var jättemodigt av Daniella Prah att hålla sitt tal på Filmkonvent '09. Sedan dess har SVT Dokumentär tillmötesgått filmarnas önskemål att kunna skicka in material digitalt. Man har även bestämt att ingen filmare ska behöva vänta i mer än fyra veckor på beslut.

– Det ska bli en mer transparent process, säger Piodor.

– Kom och berätta för oss om något inte fungerar! säger Charlotte.

Kristina Åberg, ordförande i Film- & TV-producenternas filmsektion, säger att det aldrig har varit ett bättre samtal mellan SVT och producenterna än nu.

– Det är vi tacksamma och glada för, även om det är hemskt att man ska behöva vara tacksam för det.

SVT och filmproducenterna har kommit överens om att ha en ständig arbetsgrupp som talar om uppförandekoden och affärsvillkoren. Hur ska man uppträda mot varandra? Vilket ägande och rättigheter ska SVT ha?

– Producenterna vill inte bli ett Manpower för SVT. Vi vill behålla ägandet och bygga värden i våra bolag, så att vi kan bli en stark filmbransch, säger Kristina.

Piodor säger att Kultur & Drama har enats med producenterna om att ta fram en gemensam budgetmall. I grunden för filmprojekten ska det alltid ligga en realistisk budget med ersättningar som råder i branschen.

Daniella Prah säger att hennes mejlkorg var överfull när hon kom hem från Filmkonvent '09. Filmarbetare ur alla yrkesgrupper hörde av sig – även sådana som jobbade internt på SVT och mådde dåligt.

Daniella har inte jobbat med SVT sedan dess.

– Men nu kan man kanske gå tillbaka till SVT med sina programförslag, om en förändring kommer till stånd.

Dokumentärfilmaren Ingela Lekfalk medverkar på telefonlänk. I arbetet med "Hur kunde hon" mötte Ingela olika ansvariga utgivare på SVT i Umeå och i Stockholm.

Ingelas erfarenhet (från "Jenny, Gud och tystnaden", "Hur kunde hon" och "Tjejer Typ Tolv") är att kunskapen i Umeå är mer skiftande och ojämn. De medför att de kan vara räddare än Stockholm att säga ja till oberättade historier om människor och samhället.

– Om man får nej på det ena stället, kan man få ja på det andra. Men risken är att nej hänger med hela vägen. Det kan vara både plus och minus med att ha olika redaktioner.

Ingela ber SVT att vara "kopiöst rädda" om dokumentärfilmarna.

– Vi jobbar gratis! När vi kommer med känsliga och nya ämnen är det viktigt att ni lyssnar noga. Annars blir den svenska dokumentärfilmen enkelspårig med söta berättelser om gubbar och gummor i stugor.



Att lyckas i Hollywood – en checklista



Med Millennium-succén är svensk film hetare än hetast internationellt. Men vad krävs egentligen för att Hollywood ska göra en remake på en svensk film?

John Nordling, producent på EFTI, berättar hur det gick till när "Låt den rätte komma in" såldes till Hollywood – och blev "Let Me in".

Redan för fem år sedan läste John Nordling Låt den rätte komma in. Han tyckte att John Ajvide Lindqvists debutroman skulle göra sig fantastiskt på filmduken, även i Hollywood.

Men hur skulle det lyckas? Det räcker inte med att sälja en option på filmrättigheterna till Hollywood. De flesta filmoptioner når aldrig så långt som till en verklig film.

John Nordling listar fyra framgångsfaktorer för att lyckas göra en remake i Hollywood:

1) Åk till Hollywood och träffa folk. Man måste tillbringa tid där och nätverka. Man behöver inget specifikt ärende för att boka möten. Folket i Hollywood förstår värdet av att nätverka.

2) Hitta en bra amerikansk medspelare. Någon som har tillgång till nätverket i Hollywood. Man behöver en "manager" för att navigera rätt. Någon som kan ringa runt och bjuda in rätt personer till filmvisningar.

3) Starta en hype. Filmen måste bli en snackis för att nå framgång. I Hollywood funkar det så att folk blir intresserade av en film när andra är det.

– De kan ringa och säga: "Jag är intresserad av din film, vad handlar den om?" Det kan verka bakvänt, men så är det, säger John Nordling.

4) Välj rätt köpare. EFTI valde medvetet bort de största studiorna i Hollywood. Hos dem är risken att manuset blir liggande i en hög och dammar.

– Det gäller att hitta ett produktionsbolag med lagom mycket egna pengar, som gör verklighet av alla filmprojekt de köper in, säger John Nordling.

Producenterna får ta smällen när pengar saknas



Upptampade filmstigar fungerar inte längre. Det blir alltmer komplicerat för branschen att tjäna pengar.

– Säkra filmkort, som att göra film av bra böcker, är fortfarande inte svåra att finansiera. Men hur blir det med de andra filmerna? De udda och nyskapande som flyttar branschen framåt?

Det undrar Lasse Blomgren (i bilden till vänster), vd för Filmlance International.

Han ser en problematisk roll för filmproducenterna när filmbranschen omstruktureras. Alla går på helspänn och relationer prövas. Då blir producenterna ett slags medlare. De ska få alla inblandade parter att bli nöjda.

Lasse målar upp sin bild av det nuvarande Filmsverige:

Filminstitutet har inga kommersiella incitament och besitter därför modet att satsa på ”svår” film.

SVT borde ha samma incitament och mod som Filminstitutet, men säger att ”public service är under attack”. Därför satsar SVT på publiksifferhöjare.

Filmregionerna profilerar sina regioner. Skapar arbetstillfällena och drar turister. De är inte bara ute efter att tjäna pengar.

Distributören är en kommersiell aktör.

Producenten är utsatt. När alla andra aktörer i ett filmprojekt har tyckt och tänkt får producenterna sy ihop paketet. Om problem uppstår i den kreativa processen får producenten själv betala för att kunna hålla vad den lovat.

Brita Sohlberg, partner i Nordsvensk filmunderhållning, säger att deras uppgift är att tjäna pengar på affären. De har ingen annan agenda.

– Vi vill gärna komma in tidigare i processen, inte när allt är halvklart. Vi går gärna tillbaka till standardavtal med total insyn.

Gunnar Carlsson, ansvarig för långfilmsproduktionen på SVT, säger att SVT samproducerar och köper förköpsrätter på ungefär 20 filmer varje år. Av dessa investerade pengar får SVT tillbaka ungefär fem procent.

– Hur ska producenterna kunna tjäna pengar på film? Hur ska vi få tillbaka en större del av kakan som skapas? Det fungerar inte att bara lämna vinster till stora distributörer. Vi måste titta på både fönster och releaser.

Per-Erik Svensson (i bilden till vänster), vd för Filmpool Nord, säger att det är kul att tjäna tillbaka pengar även om man är en filmregion. I snitt får Filmpoolen igen 20 procent av pengarna de satsar i en film.

– För oss handlar det om att ha en bredd i hur vi väljer filmer. Vi ska göra både smal och kommersiell film och ha olika genrer i repertoaren.

Lone Korslund, ansvarig för nordiska samproduktioner och förvärvanden på nordisk Film, säger att kändisfaktorn är viktig. En känd bok, regissör eller plats kan sälja en film till den breda publiken.

– Men det är svårt att sälja den konstnärliga och värdefulla filmen. Det blir bara svårare.

Charlotta Denward (i bilden till höger), produktionsstödschef på Filminstitutet, säger att SFI höjde sina stöd för att skapa en bättre affär för producenter och privata investerare.

– Mycket mjuka pengar ger mer hårda pengar. Producenterna ska inte behöva satsa så mycket av sitt eget kapital. Det gäller att få in nya pengar i svensk film.



Sätt Sverige på den globala filmkartan



Inrätta en svensk filmkommission nu! Det säger Ingrid Rudefors från Filmpool Stockholm Mälardalen och Berit Tilly från Filmpool Nord.

De får medhåll av Sue Hayes (i bilden). I tio år var hon en av nyckelpersonerna bakom filmkommissionen i London, där hon arbetade med filmer som Closer och Bourne Ultimatum.

Aptiten på svensk film är enorm. Efter filmer som Millennium och Låt den rätte komma in vill världen veta mer.

– Hur ni nytta av det, hur når ni rätt klienter? Med en webbportal och ett nationellt kontor ger ni den internationella filmbranschen en dörr in i landet, säger Sue Hayes.

London står för en stor del av den växande brittiska filmproduktionen. Media är den tredje största arbetsgivaren i Storbritannien.

Filmkommissionen i London växte ur viljan att göra något som fick staden att bli riktigt filmvänlig. Det formades en överenskommelse mellan många olika aktörer: "Vi vill att det ska funka för filmare att arbeta här!"

– Filmkommissionen försäkrar att din produktion kan ske så snabbt och effektivt som möjligt till en så låg kostnad som möjligt. Det handlar om allt från att spela in filmen till att bo, äta och transportera sig, säger Sue Hayes.

En filmkommission skulle skapa jobb, synliggöra talanger och öka det globala intresset för filmlandet Sverige, menar hon.

I nuläget drivs förslaget till en svensk filmkommission ideellt av Ingrid Rudefors och Berit Tilly. De konstaterar att de flesta andra länder har en nationell filmkommission. Men om man googlar på en sådan i Sverige hittar man ingenting.

Allt från stora till små filmproduktioner räknas för ett litet land som Sverige. Globala aktörer kan spendera allt från 10 000 till 500 miljoner kronor om de väljer att spela in en film här. Pengar som skulle gå rakt in i den lokala ekonomin.

– Det är väldigt enkelt. Vi vill finnas på de globala filmmakarnas karta! säger Ingrid och Berit.

Låt publiken marknadsföra filmen



Teamet bakom "Jag saknar dig" bestämde sig tidigt för att satsa på transparens istället för hemlighetsmakeri.

– Det gällde att inkludera publiken i filmskapandet istället för att exkludera den, säger producenten Olle Lundqvist.

Han har tillbringat många år i kulturbranschen och bland annat grundat stadsfestivalen Piteå Dansar och Ler.

Redan i uppbyggnaden av Piteå dansar och ler förstod Olle Lundquist att människors nätverkande bär en väldig kraft. Festivalen fick snabbt en trogen bas av besökare som gav den publicitet.

Marknadsföringen av "Jag saknar dig", som bygger på Kinna Gieth och Peter Pohls roman, började redan under inspelningen i Piteå hösten 2009.

Via en webbkamera kunde intresserade följa filminspelningen på nätet. Studenter från medieutbildningen i Piteå har producerat bakom kameran-filmer som publiceras på YouTube.

Internet erbjuder väldigt starka verktyg om du kan använda dem på rätt sätt, säger Olle Lundquist.

– Ännu finns ingen riktigt bra affärsmodell för sociala medier och nätet, men det kommer att komma.

3D ger en tydlig wow-effekt



Många vill och få vågar. Men 3D som filmformat är här för att stanna. Hur bör man tänka kreativt, tekniskt och ekonomiskt när man väljer 3D? Några av branschens föregångare ger svar.

Aarne Moberg, exekutiv producent på Stereoscope, konstaterar att utvecklingen går snabbt. 3D är redan ett globalt fenomen. På världens 12 största filmmarknader har 15 procent av skärmarna konverterats till digital 3D.

– Publiken är villig att betala mer för 3D. I genomsnitt ökar biografernas intäkter med 21 procent per titel.

Nu börjar 3D spridas till hemmen. Det sker via blu-ray, tv och dataspel. Storbolagen satsar miljoner på att få fram användarvänlig hårdvara.

Aarne Moberg presenterar en checklista för den som vill producera film i 3D:

- Tänk på att 3D påverkar alla stadier i inspelningen av en film.
- Goda förberedelser är nyckeln till att hålla budgeten under kontroll.
- Tänk på att du inte kan fixa till fel i postproduktionen. Postproduktionen måste alltså starta samtidigt som inspelningen.
- Du behöver jobba med en stereographer från första början.
- Fundera tidigt på vad du ska konvertera från 2D till 3D.

Forskningen visar att film i 3D ger en tydlig wow-effekt. Publiken är mer engagerad och närvarande och minns bättre vad den sett. Ändå är den nordiska filmbranschen sen att hänga på 3D-tåget.

– Om vi inte gör något kommer Hollywood att dominera 3D-marknaden totalt, säger Aarne Moberg.

Anders Bohman, fotograf på Kronjuvelerna, säger att det var fantastiskt att ge sig ut i ett nytt landskap med ny teknik.

– Även om bara 25 procent av filmen fotas i 3D upplever vi slutresultatet på ett annat sätt.

Det stora problemet med att fota Kronjuvelerna var inte 3D-tekniken, utan hur man skulle kombinera 3D med 2D. För den del av filmen som skulle fotas i 2D saknades tillräckligt bra teknik. Slutresultatet blev inte nog bra, så Kronjuvelerna gjordes till slut inte i 3D.

– Men inom ett halvår finns tekniken, säger Anders Bohman.

Piraterna betalade vår film



Den svenska filmen *Granny's Dancing on the Table* segrade nyligen i crossmediatävlingen *Power to the Pixel* i London.

Producenten Helene Granqvist (i bilden till vänster) och regissören Hanna Sköld (i bilden till höger) berättar om den vindlande vägen till framgång – från nätet ut i vida världen.

Deras sätt att arbeta med film är ett lysande exempel på Thomas Mais teori som inledde Filmkonventet.

Helene och Hanna samarbetar både med piraterna (the crowd) och den konventionella filmbranschen. Det har blivit deras framgångsrecept.

– Konflikten mellan det nya och det gamla är inte fruktbar. Det gäller att få det bästa av två världar, säger Helene.

Hannas första film "Nasty Old People" släpptes på Pirate Bay eftersom publiken – eller 15 miljoner människor – finns där.

– Jag sökte inte filmstöd. För om jag ska lägga energin på att hitta producent och finansiering är risken att jag förlorar min kreativitet för berättelsen, säger Hanna.

Hon valde istället att ta ett banklån på 100 000 kr och att be sina vänner om hjälp. Filmen spelades in på nio månader. Sedan kom Helene in i bilden som producent. Hon lyckades hitta pengar till postproduktionen.

Redan första kvällen på Pirate Bay åstadkom "Nasty Old People" en jätteexplosion. Det tog 12 sekunder innan folk började ladda ner filmen. Efter tre dagar hade Hannas blogg haft besökare från 13 länder. De första två dagarna översattes filmen till 17 språk.

– Efter en vecka visades filmen på en biograf i ryska Vladostok, säger Hanna.

I dag är Hannas banklån återbetalat av fildelare som donerade pengar.

"Nasty Old People" har bland annat kunnat ses på filmfestivalen i Barcelona.

– Det handlar om relationer. Folk måste få känna att de spelar roll, att de är medproducenter. Människor säger att de känner sig som en del av en fredsrörelse när de är med och delar filmen, säger Hanna.

Helene Granqvist tycker att vi ska se människors behov i 3D.

– När vi gör affären tänker vi i tre valutor: ekonomiskt, socialt och kulturellt. Kreativitet ger pengar, men pengar ger inte kreativitet.

Hon poängterar att det är skillnad på crossmedia och transmedia. Crossmedia är när medier rör sig mellan olika tekniska plattformar. Transmedia är när medier rör sig mellan plattformar och människor. Hanna och Helene sysslar snarare med det senare.

Hanna interagerar med publiken när hon skriver manus. Ett sätt är att göra dataspel. Beroende på hur spelarna väljer att agera utvecklas berättelsen. Man bidrar alltså till själva filmen när man spelar. Ett annat sätt är att jobba med manuset på Facebook.

– För mig som kreatör är skapandeprocessen, inte slutresultatet, den viktigaste biten. Jag vill se vad som händer med mig och andra när vi skapar tillsammans.

Kodorden för Helene och Hanna är delaktighet, tillgänglighet och samtidighet.

– Piraterna har betalat vår film, trots att alla säger att pirater inte vill betala för sig. Det visar att man måste bygga en relation med publiken tidigt, säger Helene.

I filmbranschen är det inte sexigt att vara kreatör



Sara Kadefors avslutar Filmkonvent '10. Hon är den hemliga gäst som under dagarna två har lyssnat, antecknat och dragit slutsatser av det som sagts.

– Ur mitt kreatörsperspektiv är sammanfattningen av filmkonventet att det inte finns några pengar. Men att det finns gott om män som drar över tiden.

Sara Kadefors är journalist, författare och manusförfattare. Hon säger att det finns ett attitydproblem gentemot kreatörer i filmbranschen.

– Kreatören är förutsättningen för att det över huvud taget ska bli en film. Ändå blir hon ofta sedd som en jobbig typ som kommer dragandes med sina idéer och ska ha betalt.

Som kreatör gäller det att vara glad och tacksam, säger Sara Kadefors. Många kreatörer är rädda för att kritisera branschen. Det är tyvärr en befogad rädsla, eftersom inga jobb betyder inga pengar.

Sara Kadefors påminner om vad Ingela Lekfalk sa tidigare på dagen: "Ni ska vara kopiöst rädda om oss dokumentärfilmare!"

– Kreatören är en skör individ, som inte söker jobb på Konsum direkt. Det går rakt in i hjärtat på oss kreatörer om vi inte ens får svar på våra förslag.

Sara Kadefors anknyter till Filmkonventets diskussion om SVT:s relation med filmskaparna. I branschen snackas det om att kreatörer aldrig får igenom projekt på SVT om de inte är kändisar eller känner någon chef i huset.

– Jag vet inte hur det är med det, men vänskapskorruption är svår att komma ifrån. Många har rest ihop och gjort gemensamma jobb. Som upphovsman kan man känna att det viktigaste inte är ens idéer, utan ens nätverk.

Hur går det för en kvinnlig manusförfattare som vill göra sin egen regi?

– Dåligt. Ingen blir glad, säger Sara Kadefors.

Hon fick en inbjudan till ett frukostmöte om "inspiration och motivation för kvinnliga regissörer". Det var magstarkt, med tanke på att kvinnor som kommer med konkreta idéer att regissera ofta möts med totalt ointresse.

– I den här branschen är det inte vara sexigt att vara en medelålders kreatör med berättelser. För det är ju traditionellt kvinnligt. Istället premieras teknisk kunskap. Reklammanen får göra film.

Vill vi att filmbranschen ska bli mer jämställd måste vi göra något konkret, avslutar Sara Kadefors.

– Förra årets hemliga gäst Gunnar Bergdahl föreslog en filmkonsulent som bara sysslar med kvinnors film. Kanske är det dags att göra verklighet av den idén?



ett arrangemang av

filmpool  nord