



NORDISK FILM
FILMAFTALE 2015-2017
INDSPIL TIL FORHANDLINGER

Dansk film skal kobles på fremtidens internationale marked – ikke sættes af

Nordisk Films indspil til forhandlinger om filmaftale 2015-2017

Dansk film har i øjeblikket stor succes, men branchen er udfordret af den digitale udvikling og nye medievaner.

Udover et velfungerende offentligt støttesystem vil dansk film bero på nye bæredygtige forretningsmodeller, som optimerer indtjeningspotentialet i alle markedsvinduer.

Med dette oplæg har Nordisk Film valgt at fokusere på en række væsentlige forhold, som vi mener, bør diskuteres i forbindelse med en ny filmaftale. Ud over de forhold som fremlægges her, vil der være en række branchespecifikke forslag og ønsker fra de forskellige parter i værdikæden, som vi mener bedst fremføres af de enkelte brancheforeninger.

Indspil til forhandlingerne om en ny filmaftale:

1. Situation
2. Nordisk Films forslag til en ny indtægtsstruktur
3. Det Danske Filminstituts (DFI's) forslag
4. Opsummering

1. Situation:

Dansk film står stærkt

Dansk film er en publikumssucces, såvel i Danmark som i udlandet. Dansk film sælger lige nu bedre i udlandet, end da Dogme-bølgen var på sit højeste og høster massiv anerkendelse i udlandet – f.eks. var Zentropa i 2014 Oscar-nomineret for fjerde gang med 'Jagten'. De sidste 10 år har dansk film i snit stået for 25 procent af billetsalget i de danske biografer.

Successen skyldes et unikt økosystem, hvor de afgørende elementer er: Offentlig kulturstøtte, en velfungerende markeds- og konsulentordning, tv-tilskud, private investeringer samt et velfungerende marked bestående af flere kommercielle distributionsvinduer.

Ændring i medievaner, rammevilkår og indtjening

Digitale muligheder og nye medievaner udfordrer dog indtjeningen hos filmproducenter, distributører og biografer. Salget af fysiske film på DVD og Blu-Ray er faldet med 15-20 procent om året siden 2012 og forventes at falde med mere end 25 procent årligt de kommende år. Leje af fysiske film er faldet til en tiendedel. Ulovlig streaming af film på nettet er stigende, og selvom forbrugerne i stigende grad er digitale, så er der endnu tekniske barrierer, der hindrer fuld udnyttelse af mulighederne i det stigende digitale marked.

Filmstøtten er ikke blevet indeksreguleret i mere end otte år. Samtidig er de generelle produktionsomkostninger steget løbende. Denne situation, kombineret med at vilkårene for DFI-støtte er blevet stadig ringere for producenterne og at DVD salget samtidig er faldet kraftigt, har ledt til at producenterne siden 2004 har mistet 50 procent af deres nettoindtjening. Indtjeningsfaldet er sket på trods af stigende indtægter fra biografier og eksport samt det begyndende digitale salg. De hårdt pressede producenter har hidtil klaret sig med effektiviseringer, flere projektselskaber og færre fastansatte.

Det vigtige biograf-vindue

Biograferne er det indtjeningsvindue, hvor producenter og distributører tjener mest. Biograferne har i en årrække haft svag men gennemsnitlig stabil vækst. Da biograferne i dag betaler både procentuelt og nominelt højere filmleje til distributører og producenter, end man har gjort tidligere, er biografernes betydning for filmøkonomien både afgørende og stigende.

Biograferne har væsentlig betydning for spillefilmens overlevelse. Publikumstallet i biograferne er stabilt og har bevist, at på trods af mange skærme i de fleste hjem, så er oplevelsen ved at se en film i biografen stadig meget attraktiv. De betydelige indtægter fra biograferne, som kommer hele filmbranchen til gode, kan ikke substitueres med indtægter fra andre platforme. Det er derfor meget væsentligt at opretholde et stærkt biografmarked med en tydelig position som premiereplatform og en sund økonomi til fortsatte investeringer i biografoplevelsen.

Nye forretningsmodeller og internationale erfaringer

Det er åbenlyst afgørende for dansk films fremtid, at der findes nye indtjeningsmuligheder og etableres nye langtidsholdbare digitale forretningsmodeller.

Vi håber, at filmbranchen kan undgå nogle af de faldgruber, som den internationale musikindustri har oplevet, fordi branchen ikke reagerede i tide og endte med et marked med én reel salgskanal i form af iTunes plus et fåtal af abonnementstjenester såsom TDC Play.

Filmbranchen har her en unik mulighed for at bygge et langt mere dynamisk digitalt marked med flere salgskanaler og spillere. De nye digitale afsætningsmuligheder for film i Danmark opvejer på nuværende tidspunkt slet ikke tabet i fysisk salg, men ikke desto mindre er det et marked i rivende udvikling med nye lokale og internationale aktører, der alle ser dansk film som et væsentligt og nødvendigt indhold på deres video on demand-platforme.

Udviklingen i USA tyder på, at det kan lykkes at etablere et online digitalt salg af film i et nyt vindue efter biografen, hvor det fysiske DVD-salg hidtil har ligget. Det amerikanske EST-vindue (Electronic Sell Through = digitalt salg) er eksklusivt og er etableret tre uger før, at filmen kan lejes digitalt. Det eksklusive EST-vindue har været en stor succes i USA med vækstrater på 30 og 50 procent de forgangne to år. I 2014 forventes yderligere 70 procent vækst til en 'consumer spending' på over to milliarder dollars. Dette er anseeligt og svarer til ca. 10 % af det samlede 'home entertainment'-marked i USA.

Alle lande forventes at følge efter den amerikanske model, som alle de større filmstudier i USA herunder Warner, Sony, Universal, Disney og Fox bakker op om. Selskaberne ser EST-vinduet som den primære vækstmotor de kommende år med et potentiale til at substituere væsentlige dele af indtægterne fra det faldende fysiske salg og leje af film.

Markederne for digitalt salg er endnu ikke etableret i samme omfang udenfor USA, til trods for at det fysiske salg af DVD og Blu-Ray, bl.a. i Danmark, falder voldsomt og hurtigere end i USA. Det er derfor presserende for dansk film med en ny indtægtsmodel.

Nuværende indtjeningsvinduer for film

Den nuværende vinduesstruktur for salg af film i Danmark består af fem vinduer. Hvert af disse vinduer har en eksklusivitetsperiode i forhold til det næste vindue. Det vil sige, at DVD-salget først kan begynde fire måneder efter, at filmen har fået premiere i biografen, men DVD'er kan reelt stadig sælges i butikken i flere år. Vinduesstrukturen tilsigter, at hver film bedst muligt opnår sit fulde indtjeningspotentiale.

VINDUER	BIOGRAF	DVD BLUE RAY TVOD (DIGITAL LEJE) EST (DIGITAL EJE)	BETALINGS TV PREMIUM SVOD (NYE TILER I DIGITAL ABONNEMENT)	PUBLIC SERVICE TV	KATALOG SVOD (ÆLDRE TITLER I DIGITAL ABONNEMENT)
VINDUETS START FRA BIO PREMIERE	0-4 MD ->	4-12 MD ->	12-24 MD ->	24 MD ->	36 MD ->
EKSEMPLER PÅ AKTØRER	DANSKE BIOGRAFER	FYSISK DETAILHANDEL DIGITAL: TDC, STOFA, ITUNES, XBOX	VIASAT FILM, CMORE NETFLIX	DR, TV2	VIAPLAY, NETFLIX

2. Nordisk Films forslag til ny indtægtsstruktur

- En løsning som tilsigter at skabe sunde levevilkår for den danske filmbranche

Situationen understreger, at det også fremover er vigtigt for dansk film med et velfungerende støttesystem og en finansiering, der bygger på privat kapital, offentlig støtte og indskud fra tv-stationer.

Derudover er det helt afgørende, at den danske filmbranche, DFI, public service-tv og de kommercielle aktører i de kommende år samarbejder om, at optimere indtjeningsvilkårene i alle markedsvinduer med hver deres eksklusivitetsperiode – naturligvis i en balance mellem sund konkurrence, indtjening og forbrugernes forventning om tilgængelighed.

Det er desuden en helt afgørende faktor, at vi følger den internationale udvikling, så der også i Danmark etableres et 'digitalt køb' af film til erstatning for nedgangen i DVD-markedet. Vi vurderer, at digitalt køb efterfulgt af digital leje har et vækstpotentiale til at komme tæt på tidligere tiders høje salg på markedet for fysisk salg og leje.

Nordisk Film ønsker at beholde og styrke dansk films kulturelle og publikumsmæssige succes. Det, mener vi, kræver en bæredygtig filmøkonomi, der følger internationale vilkår og udnytter de nye digitale muligheder.

Nordisk Film foreslår derfor:

A. En ny vinduesstruktur med nye indtjeningsmuligheder

a. Introducere et nyt tre ugers eksklusivt EST-vindue (digitalt eje) efter biografvinduet

- En vigtig ny vækstmotor sammen med digitalt leje parallelt med, at fysisk salg og leje falder.

b. Forkorte biografvinduet - fra fire måneder til tre måneder og to uger

- For at gøre plads til det nye EST-vindue foreslår vi, at biografvinduet forkortes med 2 uger. Filmen når dermed de øvrige salgsvinduer og tv-stationer hurtigere uden at forringe indtjeningspotentialet i det vigtige biografvindue væsentligt.
- Biograferne forhandler det nye vindue individuelt med hver filmudlejer.

c. 'Fast track' for film med lille biograf-potentiale til øvrige salgsvinduer

- Nordisk Film mener, at det kan være hensigtsmæssigt at mindre film uden stort biografpotentiale kommer hurtigere frem til vinduerne efter biografvinduet og tilsvarende hurtigere frem til visning på public service tv.

d. Dele betalings-tv og premium SVOD-vinduet i 2 perioder

- Betalings-tv vinduet er i dag et vigtigt indtjeningsvindue for producent og distributør. Konkurrencen om disse rettigheder vil blive intensiveret fremadrettet blandt eksisterende betalings tv-aktører og nye premium SVOD aktører. Det er vores vurdering, at værdien af betalings-tv/premium SVOD vinduet vil kunne vokse med 40% inden 2020 ved opdeling af det nuværende vindue i 2 perioder, således at der skabes yderligere indtjeningsmuligheder for producenterne.

Nordisk Films beregninger viser, at forslaget om ny vinduesstruktur vil være en katalysator for de markante vækstrater, som vi (under rette forudsætninger) forventer indenfor digitalt salg og leje af film de kommende år. (*bilag 1*)

Nordisk Films forslag skal sammenlignes med DFI's forslag (mere herom senere), som ifølge vores beregninger vil føre til en markant indtægtsnedgang for producenterne på op imod 50 mio. kr. om året.

Vores forslag vil medføre ny vækst i et digitalt eje vindue (EST), som vi forventer vil være en afgørende drivkraft i at genvinde den tabte omsætning på det fysiske marked. Vores forventning er, at det samlede digitale marked i 2020 vil udgøre ~700 mio. kr., som svarer til værdien af det samlede fysiske marked anno 2011 – et marked, som forventes helt at bortfalde indenfor en årrække.

Forslag til ny vinduesstruktur

NUVÆRENDE VINDUER	BIOGRAF	DVD, BLUE RAY TVOD, EST	BETALINGS TV PREMIUM SVOD	PUBLIC SERVICE TV	KATALOG SVOD		
NUVÆRENDE START FRA BIO PREMIERE	0-4 MD ->	4-12 MD ->	12-24 MD ->	24 MD ->	36 MD ->		
FORSLAG TIL VINDUER	BIOGRAF	EST	DVD BLUE RAY TVOD	BETALINGS TV 1 PREMIUM SVOD	BETALINGS TV 2 PREMIUM SVOD	PUBLIC SERVICE TV	KATALOG SVOD
FORSLAG TIL VINDUETS START FRA BIO PREMIERE	0 MD - > 3 MD 2 UGE	3 MD 2 UGE - > 4MD 1 UGE	4 MD 1 UGE -> 9 MD	9 -> 16 MD	16 -> 21 MD	21 -> 33 MD	33 -> 45 MD

B. TV-drama i DR skal lægge flere produktioner ud til eksterne producenter og Public Service-Puljen udvides.

I den nuværende medieaftale skal DR hvert år udlægge produktioner og produktionsfaciliteter til et beløb af 250 mio. kr. (2014 tal), hvoraf max. 60 mio. kr. må være til udstyr. I aftalen indgår dog ikke specifikke krav om, at DR skal udlægge tv-drama produktion til eksterne producenter, og det er meget uheldigt. Forbrugerefterspørgslen på høj-kvalitets tv-drama er høj og åbner op for yderligere indtjeningsmuligheder for de private filmproducenter.

DR er i dag den største danske producent af tv-drama og producerer i dag det meste af deres tv-drama selv, uden at disse produktioner på noget tidspunkt bliver sendt i udbud hos de private producenter. Vi anbefaler at DR i fremtiden pålægges at udlægge flere tv-drama produktioner til de eksterne producenter for at styrke disses indtjeningsmuligheder og samtidig sikre, at der produceres på markedsvilkår.

Yderligere anbefaler vi, at man udvider Public Service-Puljen med midler, som er øremærket produktion af høj-kvalitets tv-drama til de øvrige tv-aktører. Dette vil yderligere medvirke til at styrke det private produktionsmiljø betydeligt samt sikre, at licensbetalerne får indholdet produceret til konkurrencedygtige priser.

C. Antallet af film på Markedsordningen bør hæves til 50%

Generelt er der stor tilfredshed med Markedsordningen som funktion. Det anbefales, at Markedsordningen tildeles 50 procent af støttemidlerne til spillefilm. En sådan regulering vil sikre, at man i lidt højere grad end i dag prioriterer film, som forventes at have en bred publikumsappet og dermed er de film, som skal bære markedet økonomisk.

D. Bibeholde tv-støtte fra tv-stationerne

TV-stationerne bidrager i dag med 2 x 60 mio kr. årligt i støtte til produktion af dansk film. Vi er glade for den nuværende ordning, idet den bidrager til at få tv-stationernes kvalificering af potentialet af de film, som de støtter. TV-stationerne er samtidig med til gøre flere af filmprojekterne mere attraktive for et bredere publikum. Det er afgørende, at den samlede støtte fastholdes, fordi vi i modsat fald vil forringe producenterens finansieringsforhold og indtjeningsmuligheder væsentligt. Det er afgørende, at støtten bibeholdes i samme form som i dag og ikke kan benyttes til at købe flere rettigheder, købe tidligere film releases eller til produktion af tv-drama, da producenterne dermed vil komme til at mangle afgørende finansieringsmidler.

3. DFI's forslag:

DFI arbejder sideløbende med Nordisk Film på at komme med en række forskellige forslag til forandringer af de nuværende branche- og støttevilkår for dansk film. I forbindelse med forhandlingerne om en ny filmaftale er Nordisk Film kommet i besiddelse af et dokument udarbejdet af Det Danske Filminstitut. Heri opstilles konkrete forslag til en markant forandring af indtjeningsstrukturen i dansk film. Nordisk Film er ikke en del af dette forslag og kender kun til overskrifterne i forslaget, ikke desto mindre er disse så markante, at vi ønsker at udtrykke vores bekymring.

Forslaget kort fortalt

DFI's forslag, som vi kender det, vil forkorte biografvinduet fra fire til to måneder og indføre et tidligt TVOD-vindue (digital leje) for danske tv-distributører og teleselskaber som TDC, Stofa og Boxer. Konstruktionen introducerer en 'medlemsordning', som i praksis vil gøre det mere end svært for udenlandske operatører at indtræde.

Vinduet skal løbe i 10 måneder, indtil filmen frigives til public service tv. Minimum 15 film ud af 20 DFI-støttede film skal omfattes. De danske operatører skal som modydelse bidrage med 25 mio. kr. årligt, som integreres i støttepengene fra DFI. Dertil kommer 25 mio kr. via Copydan betalinger. Fravælger producenten ordningen, mister filmen 25 procent af støtten.

Den nedenstående model viser den nuværende vinduesstruktur samt strukturen i DFI's forslag.

NUVÆRENDE VINDUER	BIOGRAF	DVD BLUE RAY TVOD (DIGITAL LEJE) EST (DIGITAL EJE)	BETALINGS TV PREMIUM SVOD (NYE TILER I DIGITAL ABONNEMENT)	PUBLIC SERVICE TV	KATALOG SVOD (ÆLDRE TITLER I DIGITAL ABONNEMENT)
NUVÆRENDE START FRA BIO PREMIERE	0-4 MD ->	4-12 MD ->	12-24 MD ->	24 MD ->	36 MD ->
DFI FORSLAG	BIO 0-2MD >	TVOD EST 2-12 MD ->	PUBLIC SERVICE TV SVOD 12 MD ->		

Nordisk Film vurderer, at DFI's forslag vil have følgende konsekvenser:

A. Omsætningsfald i biografen

Konsekvensen af et markant forkortet biografvindue fra fire til to måneder, vurderes at medføre et omsætningsfald på 25-30 procent i biograferne. Dette vil sandsynligvis føre til lukninger af et væsentligt antal biografer. De øvrige biografer vil samtidig reagere med et ønske om at betale tilsvarende lavere filmleje for sikre deres overlevelse.

B. Betalings-tv vindue kan helt forsvinde

I DFI's forslag vil det nuværende indtjeningsvindue: Betalings-tv og premium SVOD helt forsvinde. Filmen vil i stedet være tilgængelig på gratis public service-tv efter blot 12 måneder. Dermed forsvinder det eksklusive vindue til betalings-tv og premium SVOD i perioden 12-24 måneder efter biografpremiere. Det vil ikke være muligt at sælge rettigheder til betalings-tv og premium SVOD parallelt med, at filmene findes gratis 'on demand' hos DR og TV2.

C. Ingen mulighed for nyt digitalt salgsvindue

DFI's forslag levner ikke plads til, at Danmark får etableret og udviklet et eksklusivt EST-vindue (digitalt salg) i perioden efter biografpremieren, sådan som det (som nævnt ovenfor) allerede er sket i USA med en forventet vækst på 70 % til et marked på to mia. dollars i 2014.

D. Dansk enegang udenfor markedet

Selv om teleselskaberne og tv-distributørerne i DFI forslaget bidrager med finansiering, vil det ikke opveje de negative effekter ved at sætte dansk film uden for markedet. Den statslige regulering af et fremrykket vindue til fordel for de lokale teleselskaber og tv-distributører vil være ødelæggende for dansk films markedsvilkår og fremtidige indtjeningsscenarier, idet man med denne aftale reducerer antallet af potentielle aftagere af film, herunder internationale aktører.

E. Filmmarkedet overlades til operatører uden film som kerneforretning

De danske teleselskaber og tv-distributører, som også er stærkt udfordret af den globale digitale konkurrence, har en interesse i at kunne vise danske film eksklusivt og beholde danske kunder. Teleselskaberne har interesse i at vise danske film stort set gratis – på samme måde som musiktjenester i dag er en del af teleselskabernes tilbud – for at sikre sig kundernes loyalitet. Det vil være med til at devaluere værdien af film, og når dette skred først er sket, kan værdien af danske film ikke genskabes.

F. Risiko for mindre kulturel bredde

Dertil kommer, at finansiering gennem teleselskaber eller tv-operatører betyder en aktør mere, der ønsker indflydelse på hvilke film, der skal produceres. Dette øger risikoen for at filmene mister kulturel bredde og værdi.

Samlet set estimerer vi, at det fremførte DFI forslag kan koste filmbranchen op imod 50 mio. kr. om året i mistet indtjening og anser det for at være yderst skadeligt for både nuværende og fremtidige aktører i filmbranchen. Nordisk Film ønsker ikke at støtte ovennævnte DFI forslag og dermed gøre dansk filmproduktion afhængig af en presset dansk telebranche.

4. Opsummering:

Nordisk Films forslag fokuserer på at skabe de grundvilkår, som sikrer de bedste vilkår for den samlede filmbranche, der i dag både leverer indhold, som er efterspurgt af den danske befolkning og som medvirker til at gode og vigtige fortællinger om vores kultur og levevis, på dansk, bliver fortalt, delt og forædlet. Dette forudsætter et levedygtigt økosystem, som kontinuerligt udvikler sig i takt med forandringerne i markedet, dog uden at sætte hele branchen over styr ved at introducere drastiske ændringer uden hold i virkeligheden.

Bilag 1.

Nedenstående graf viser Nordisk Films markedsforventninger frem til år 2020, såfremt Nordisk Films anbefalinger til ny vinduesstruktur implementeres. Tallene repræsenterer markedsværdien for *alle* film i millioner Euro på det nordiske marked.

Fremskrivningerne er baseret på erfaringerne i Norden og på udviklingen i USA.

Det forventes, at det fysiske marked (video eje & leje) henover perioden vil forsvinde og erstattes af digitale distributionsformer.

Udviklingen peger imod et dyk i den samlede markedsværdi frem til 2016, hvorefter især digitalt eje (EST) vil vokse markant således, at den samlede markedsværdi igen vil udvikle sig positivt og i 2020 nå samme niveau som i 2011/2012.

