

Familie- og kulturkomiteen
Delt ut under høring

Vår dato 13.10.2015

Høring- Meld. St. 30 (2015-2015) En framtidrettet filmpolitikk

NHO Reiseliv viser til Meld. St. 30- En framtidrettet filmpolitikk, sendt på høring 29. mai 2015, og vil i det følgende kommentere forslaget. NHO Reiseliv vil konsentrere seg om kapittel seks i meldingen, Norge som attraktivt innspillingsland.

NHO Reiseliv støtter regjeringens forslag om å opprette en filmincentivordning i Norge. NHO Reiseliv mener det er behov for en incentivordning for både norsk og utenlandsk film- og tv-produksjon, dette fordi det vil både ha positive kulturpolitiske og næringspolitiske sider.

Norge taper i den internasjonale konkurransen

Det er flere eksempler på at Norge blir valgt bort i konkurransen med andre land som filminnspillingssted, grunnet at Norge ikke tilbyr noen form for utgiftsrefusjon, og derfor blir for dyrt. Et eksempel er den norske filmen *Død Snø 2*, hvor filmselskapet fikk tilbakebetalt åtte millioner kroner av et produksjonsbudsjett på 43 millioner, ved å velge Island. Det er i dag mange land som allerede har en incentivordning, dette taler for at Norge også må få en slik ordning på plass. Hvis Norge ikke innfører en incentivordning, vil det være tilnærmet umulig å få utenlandske- og innenlandske filmprosjekter til Norge. Norge har et unikt produkt med vår enestående natur, og som i seg selv er et konkurransefortrinn, og som vil bli ytterligere forsterket med en incentivordning.

Undersøkelser viser at incentivordning fører til flere turister

For næringslivet generelt vil en incentivordning kunne stimulere til en betydelig omsetning. For reiselivsnæringen spesielt vil selve film- og tv-produksjonen gi inntekter til området hvor filminnspillingen skjer, i tillegg til at det vil gi en unik Norges-reklame. Det er utfordrende å måle effektene av en slik ordning på reiselivsnæringen, da det er mange faktorer som påvirker hverandre, og derfor vanskelig å isolere reiselivseffekten. De tallene som er tilgjengelig som viser effekten for hvordan film- og tv-produksjon slår ut for reiselivsnæringen er svært positive.

Oslo Economics gjorde en utredning for kulturdepartementet, og viser i sin utredning til at 6 av 100 besøkende til New Zealand sier at Ringenes Herre er grunnen til besøket. 40 millioner turister årlig velger reisemål ut ifra hvor filmer og/eller TV-serier er spilt inn. I England viser en studie at eksponering gjennom film og TV står for om lag 1 av 10 årlige besøk til landet. Et nyere eksempel er Disney-filmene *Frozen* som har det norske vinterlandskapet som utgangspunkt for sin filmproduksjon. Dette har gitt resultater i form av tall fra Visit Norways amerikanske nettportal viser at søkningen etter flyreiser fra USA til Norge økte med 153 prosent i perioden 28. november - 31. januar 2014, sammenlignet med tilsvarende periode for ett år siden.

På oppdrag fra NHO Reiseliv har TNS Gallup gjennomført en undersøkelse om hvordan film og tv påvirker nordmenns reisevaner. Blant 1000 spurte, svarer 42 prosent at de lar seg inspirere av steder de har sett i filmer og serier når de planlegger feriereiser. To av fem oppgir at de faktisk har valgt reisemål ut fra hvor filmer eller serier er spilt inn.

Den islandske modellen bør velges

NHO Reiseliv er enig med regjeringen at det må være et enkelt, effektivt og transparent tilskuddssystem, der tilskuddsordningene er fleksible, men også forutsigbare. Dette er avgjørende for at ordningen skal lykkes. NHO Reiseliv støtter anbefalingen fra Oslo Economics i sin utredning om at den islandske modellen oppfyller de punktene best, og det er den modellen som også bør velges i Norge. Ordningen bygger på en enkel modell, slik at det er lett for ulike aktører å sette seg inn i. Det er også en fordel at ordningen allerede har blitt ESA-godkjent.

Et nasjonalt kontaktpunkt

For at ordningen skal kunne utnytte potensialet til det fulle, er det nødvendig at det finnes en sentral aktør som kan markedsføre ordningen i utlandet. Ordningen må være utformet på en slik måte at det er enkelt for utenlandske produsenter som vurderer Norge som innspillingslokasjon, å få den informasjon de trenger. Dette taler for et nasjonalt kontaktpunkt som i tillegg til å ha kontakten med utlandet, også koordinerer ordningen ut mot regionene.

Regjeringens budsjettprioriteringer er en start

NHO Reiseliv viser til regjeringens fremlagte statsbudsjett for 2016, hvorav regjeringen har bevilget 45 millioner kroner til incentivordningen. NHO Reiseliv er glad for at regjeringen prioriterer å bevilge midler til ordningen, og mener dette er en start. Samtidig mener NHO Reiseliv at størrelsen på bevilgningen må øke i fremtidige budsjetter.

Med vennlig hilsen
NHO Reiseliv

Kristin Krohn Devold
Administrerende direktør

Ingjerd Sælid Gilhus
Næringspolitisk fagsjef