

Effekter av en regional filmproduktion

- med utgångspunkt från en Jämt-Tröndersk filmkommission

Anna Jonsson och Robert Pettersson



Foto: Ulrika Östling



UTREDNINGSSERIEN



Effekter av en regional filmproduktion

- med utgångspunkt från en Jämt-Tröndersk filmkommission

Anna Jonsson och Robert Pettersson

Slutrapport

Förord

Filmpool Jämtland kontaktade genom Jämtlands läns landsting och Länskulturen Turismforskningsinstitutet ETOUR vid Mittuniversitetet under våren 2006. Kontakten gällde en föreslagen studie kring de regionala effekterna av en filmproduktion, samt förutsättningarna för en Jämt-Tröndersk filmkommission. Dessutom önskade man få det pågående filmprojektet "Varg" analyserat. Det senare har varit svårt att inrymma under projekttiden eftersom inspelningen av filmen har försenats och kommer att påbörjas först efter sommaren 2006.

Författarna önskar tacka de personer som välvilligt ställt upp och svarat på frågor om regionala filmsamarbeten och turism i filmens fotspår. Särskilt tack till uppdragsgivarna; Ingrid Printz och Eva Aspling. Utöver författarnas arbete har Magnus Johansson lämnat värdefulla bidrag till delen om samhällsekonomiska effekter.

Författarna, Östersund juni 2000

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING	4
INLEDNING	5
Uppdragets bakgrund	5
Problemformulering och syfte	5
Avgränsningar	6
Tillvägagångssätt	6
Några begreppsförklaringar	6
Rapportens disposition	7
SAMHÄLLSEKONOMISKA EFFEKTER.....	8
Vad avses med en samhällsekonomisk analys?	8
Samhällseffekter av en filmproduktion	8
Tänkbara effekter av en regional filmproduktion - exemplet Jämtland	10
Kostnader och intäkter utifrån exemplet Jämtland	10
FILM OCH TURISM.....	13
Turism i filmens spår	13
Filmturism och autenticitet	15
EXEMPEL PÅ FILMSAMARBETEN.....	17
Den Jämt-Trönderska filmkommissionen	17
Film i Väst	18
Filmpool Nord	20
SAMMANFATTANDE SLUTSATSER.....	24
Samhällsekonomiska effekter av filmproduktion	24
Filmturism och regional tillväxt	24
Slutsatser från de tre regionala exemplen	25
Filmkommissionens roll i en utvecklingsprocess	27
Filmkommissionen i framtiden	29
REFERENSER.....	31
Skriftliga källor	31
Muntliga källor	32
Internetkällor	32

SAMMANFATTNING

Föreliggande rapport belyser effekterna av regionalt producerad film med utgångspunkt från en föreslagen Jämt-Tröndersk filmkommission. Filmproduktionen har under de senaste årtiondena allt mer regionaliserats, en utveckling som inte varit Sverige och Norge undantagen. Mot denna bakgrund vill Filmpool Jämtland tillsammans med Trøndelag etablera en filmkommission med syfte att marknadsföra den jämt-trönderska regionen som ett attraktivt val av inspelningsplats.

Rapportens syfte är att undersöka effekterna av regionalt producerad film. Detta görs genom diskussioner kring regionala filmsamarbeten, film och turism, samhällsekonomiska effekter och de turistiska effekterna av en regional filmproduktion. Vad gäller turistisk efterfrågan görs jämförande utblickar på Film i Väst och Filmpool Nord. Rapporten är framtagen genom tidigare forskning på området och genom nytt intervju-material.

En samhällsekonomisk analys används för att bedöma positiva och negativa effekter och beskriva hur dessa gynnar eller drabbar olika individer. Problemet vid en samhällsekonomisk bedömning av en regional filmproduktion är att det inte går att förutse filmens mottagande. Det kan konstateras att filmproduktionen kan ge relativt stora effekter för regionen. De negativa effekterna är begränsade i tid och rum och hit hänförs bland annat buller och trängsel. De positiva effekterna märks till största delen i form av ökade intäkter, eventuell ökad sysselsättning och turism. Ekonomiska effekter av själva filmen riskerar att hamna utanför regionen.

Det går aldrig att garantera filmturism till ett område. Viktiga utgångspunkter att ta hänsyn till om filmen ska ha potential att locka turister till regionen är huruvida filmen är förankrad sedan tidigare genom litteraturen och om något i filmens karaktär kan fungera som en ikon som fångar tittarens uppmärksamhet. Filmens attraktionskraft är som störst i samband med premiären vilket innebär att man redan då bör vara förberedd för eventuell turism. I de jämförande exemplen urskiljs olika åsikter huruvida filmen genererar turism. Film i Väst visar upp en reserverad hållning medan Filmpool Nord har en mer positiv attityd. Filmturismen gynnas sannolikt bäst av ett gemensamt samarbete och ansvarstagande mellan filmkommissionen, turistnäringens aktörer och andra relevanta institutioner i samhället.

INLEDNING

Uppdragets bakgrund

De senaste årtiondena har filmnäringen mött en trend där filmproduktionen i allt större grad regionaliserats. Ledande internationella centrum för världens filmproduktion har traditionellt sett varit Los Angeles och Hollywood. Även den europeiska filmproduktionen har i huvudsak skett i storstäder. I slutet av 80-talet och i början av 90-talet togs initiativ i ett flertal europeiska regioner att skapa regionala produktionscentra för film (Christensen & Kempinsky, 2004). Detta samtidigt som filmindustrin uppmärksammade fördelar med att söka sig utanför storstadsmiljöer och studios förlagda till andra platser, som kan erbjuda prisvärda alternativ inkluderande attraktiva filmmiljöer och nödvändiga faciliteter.

Regionaliseringen av filmproduktionen har inte varit Sverige undantagen. Tidigare producerades nästan all film i Stockholm men regionaliseringen under 90-talet har betytt att cirka 60 procent av svensk film idag produceras runt om i landet. I Norge har också grunden lagts för regionalisering av norsk filmproduktion. Mitdnorsk Filmcenter etablerades under 2005 med uppgift att stimulera produktionen av film och utveckling av branschen på ett liknande sätt som skett i Sverige (Filmpool Jämtland, 2006).

Eftersom Filmpool Jämtland märkt ett ökat intresse av att förlägga filminspelningar i regionen tar de tillsammans med Trøndelag som första svensk-norska region initiativ till ett interregionalt gränsöverskridande samarbete genom en filmkommission vars främsta syfte är att marknadsföra regionen som ett attraktivt val av filminspelningsplats. En förprojektering pågår under 2006 som syftar till att utreda möjligheterna med en gemensam filmkommission för Jämtland och Trøndelag vars ambition är att bli ett attraktivt val av inspelningsplatser för nationella och internationella filmproduktioner. Bakom filmkommissions-samarbetet står på svensk sida Filmpool Jämtland, organiserad i Jämtlands läns landsting och på den norska sidan Sör-Trøndelag Fylkeskommune i samarbete med Nor-Trøndelag och Trondheim kommune som har nära kopplingar till Midt-norsk filmsenter.

Som en del av förprojekteringen har ETOUR fått i uppdrag av Filmpool Jämtland att rapportera tänkbara effekter av regional filmproduktion i Jämtland. Rapporten skall bidra med underlag inför ett beslut om en eventuell framtida satsning på en etablering av en Jämt – Tröndersk gränsöverskridande filmkommission.

Problemformulering och syfte

Filmkommissionen och arbetet med denna förväntas gynna besöksnäringen på ett positivt sätt och erfarenheter visar att en ökning av turismen är att vänta de närmaste åren efter exponering av en region i en framgångsrik film eller ett TV-drama (Beeton, 2005). Av detta följer frågor kring vad som är en framgångsrik film och vad som bedöms vara en framgångsrik exponering av regioner i film (Lind, 2006). Vilka element bör film och tv-produktioner innehålla för att motivera tittarna att göra ett besök till den region produktionen utspelar sig i? En annan viktig

aspekt att ta hänsyn till är vad människor förväntar sig få se och uppleva på platsen. Perifera områden har nödvändigtvis inte den service, infrastruktur och faciliteter som krävs för att tillfredsställa turisternas behov och ge dem minnesvärda upplevelser.

Vid sidan av de beskrivna effekterna märks ett bredare samhällsligt perspektiv där olika samhällsekonomiska fenomen kan diskuteras. Vilka samhällsekonomiska effekter kan regionalt producerad film förväntas generera?

Mot denna bakgrund och att filmproduktioner kan antas generera regional tillväxt, syftar rapporten till att undersöka effekterna av en regional filmproduktion. Detta görs genom att diskutera regionala filmsamarbeten, film och turism, samhällsekonomiska effekter och de turistiska effekterna av en regional filmproduktion i Jämtland med jämförande utblickar på Film i Väst och Film pool Nord.

Avgränsningar

I dagsläget finns det i Sverige flera etablerade filmkommissioner och regionala produktionscentrum för film. De jämförande organisationerna har i denna rapport avgränsats till Film i Väst som är det mest etablerade regionala produktionscentrum i Sverige och Film pool Nord vars geografiska läge och miljö påminner om Jämtlands. Angående de samhällsekonomiska effekterna fokuseras i huvudsak på en regionalekonomisk bedömning av ett filmprojekt i Jämtland.

Tillvägagångssätt

Rapporten har tagits fram utifrån tidigare forskning som gjorts på området beträffande film, turism och dess effekter. Detta ger en referensram för bedömning av en Jämt-Tröndersk filmkommission. De jämförande exemplen Film i Väst och Film pool Nord samt informationen angående den Jämt-Trönderska filmkommissionen har sammanställts genom intervjuer med företrädare för respektive verksamheter och andra personer relevanta för rapportens uppdrag och syfte.

Några begreppsförklaringar

Filmkommission

En filmkommission är ett marknadsföringsorgan som vänder sig både till långfilmsproduktion och till reklamfilmsproducenter. Genom att attrahera filmproduktioner arbetar de med att utveckla och stärka näringslivet. Det sker genom olika marknadsföringsaktiviteter och nätverksbyggande. Det finns både nationella och regionala filmkommissioner där de nationella främst arbetar med att locka till sig utländska produktionsbolag, men de arbetar också för samarbete med de olika regionala kommissionerna. De regionala kommissionernas arbete syftar till att attrahera produktionsbolag till sina respektive regioner (Dahlström 2005).

En eventuell Jämtländsk-Tröndersk filmkommission behandlas mer ingående längre fram i rapporten.

Turism

Turism är ett komplext fenomen som består av olika komponenter och aktörer och påverkar en destination och dess lokalsamhälle både fysiskt, ekonomiskt och socialt. Grundläggande för att turism skall uppstå till en plats är att det finns en turistisk efterfrågan och ett turistiskt utbud som möts på en destination. Det krävs att den turistiska attraktionen är tillgänglig för turisterna, såväl fysiskt genom transporter till och från destinationen som mentalt genom information och marknadsföring. Även på destinationen krävs en turistisk infrastruktur med boende, mat och andra serviceinstanser. De effekter som turismen kan ge på en destination, positiva såväl som negativa, påverkas och bestäms av hur väl destinationens aktörer kan ta hand om och tillfredsställa turisternas förväntningar och behov. En genomtänkt och välplanerad turistattraktion kan ge stora vinster för lokalsamhället, samtidigt som en turistisk utveckling alltid kan medföra risker för lokalt boende, natur och kultur.

Filmturism

Den generellt accepterade definitionen innebär att filmturism refererar till den turism som kommer till inspelningsplatsen efter en framgångsrik film producerad i en specifik region. Dock går det att urskilja många olika typer av filmturism där filmen har olika karaktär och funktion i förhållande till turismen. Filmen kan vara den primära reseanledningen där filmen i sig är ett tillräckligt starkt motiv för att genomföra resan. Filmen kan också fungera som en sekundär reseanledning, vilket innebär att besök på inspelningsplatserna blir en del av en större resa. Filmturismen kan kommersialiseras, vilket exempelvis kan innebära att attraktioner konstrueras i anslutning till inspelningsplatsen eller att guideade turer anordnas. Ytterligare ett exempel på filmturism är besök i olika studios (Beeton, 2006).

TV-turism

Eftersom även TV-serier kan vara regionalt producerade och skapa en turism är det värt att nämna att det finns en viss skillnad mellan filmturism och TV-turism. TV-serier spelas ofta in under längre tidsperioder och ses också under en längre tid än fallet för en film. Regionen där serien utspelar sig finns i människors tankar och medvetande. Tittarna utvecklar ett förhållande till seriens berättelse och till dess karaktärer som behålls över tiden, vilket förstärker önskan om att resa till platsen. Tv-serier tenderar därför att ha en mer långsiktig påverkan än vad filmer har om inte filmen blir extremt populär (Beeton, 2006).

Rapportens disposition

I rapportens inledande kapitel presenteras en bakgrund till den ökade regionaliseringen av filmproduktion, rapportens uppdrag och syfte samt vilka avgränsningar som gjorts. Vidare redogörs för aktuella begreppsdefinitioner som är grundläggande för innehållets förståelse. Det andra kapitlet inleds med en presentation av samhällsekonomiska effekter i allmänhet, dessa tillämpade på exemplet Jämtland i synnerhet. Därefter följer ett avsnitt om hur film kan generera turism. Kapitlet avslutas med olika exempel på filmsamarbeten från Film i Väst och Filmpool Nord där även den Jämt-Trönderska filmkommissionen behandlas mer ingående. De framkomna slutsatserna avslutar rapporten

SAMHÄLLSEKONOMISKA EFFEKTER

Att göra en bedömning av en filmproduktions samhällseffekter är ett omfattande och delvis svårt uppdrag. Det beror dels på att filmens mottagande inte går att förutse, dels på att flera av de tänkbara effekterna är mycket svåra att värdera i mätbara och jämförbara enheter.

Nedan diskuteras vad en samhällsekonomisk analys är, hur den förhåller sig till en filmproduktion och slutligen vilka effekter en regional filmproduktion kan få utifrån exemplet Jämtland. Resonemangen kan ses som underlag för en förfinad bedömning och en fördjupad diskussion.

Vad avses med en samhällsekonomisk analys?

En samhällsekonomisk bedömning av ett projekt görs för att ta reda på om projektet ger medborgarna i en studerad region en större ”nyttöknings” än de resurser projektet tar i anspråk. Ordet nytta används för att många av de effekter som ska beaktas i en samhällsekonomisk analys är immateriella och därmed svåra att kvantifiera, exempelvis effekter på arbets- eller naturmiljö. Teoretiskt sett ska alla effekter som kan uppstå till följd av ett projekt beaktas, men i praktiken avgränsas oftast bedömningarna till att endast innefatta effekter som kan anses få stort genomslag på resultatet, och som i någon mening kan anses vara möjliga att kvantifiera. Även framtida konsekvenser, så långt som det är möjligt, ska beaktas.

Lite förenklat går arbetet med en samhällsekonomisk analys ut på att identifiera alla positiva och negativa effekter och beskriva hur de gynnar eller drabbar olika individer. Effekterna kvantifieras och värderas.

Samhällsekonomiska bedömningar görs i första hand för projekt där en stor del av investeringskostnaden finansieras med offentliga medel och där det därför kan vara av intresse för medborgarna att få en inblick i det totala utfallet av deras gemensamma insats. I vissa fall, så som detta, kan en samhällsekonomisk bedömning motiveras av att ett projekt, oavsett om det är offentligt eller privat finansierat, är så pass stort i förhållande till en regions totala ekonomi att det kan generera kraftfulla spridningseffekter. En ytterligare anledning kan vara att projektet genererar positiva eller negativa externa effekter som influerar medborgare och företag i en region. I fallet med en filmproduktion kan en sidoeffekt till exempel vara att inspelningsplatsen marknadsförs via slutprodukten, (dvs filmen), vilket kan leda till en för inspelningsplatsen ökad turism. Hur kraftfull denna effekt är och under hur lång tid den verkar är en bedömningsfråga och i en samhällsekonomisk analys kan flera olika scenarier behöva beaktas.

Samhällseffekter av en filmproduktion

Hur kan en filmproduktion karaktäriseras? Enligt Stern, Svensson och Toll (2003) kan en långfilmsproduktion sägas framställa en kulturprodukt som genererar ett upplevelsevärde hos

sin publik samtidigt som den genererar sysselsättning, efterfrågan hos underleverantörer och intäkter till företagen i branschen. Den karaktäriseras av att avancerad produktionsteknik kombineras med konstnärlig gestaltning. Stora ekonomiska och personella resurser omsätts under en begränsad tid under inspelningsprocessen.

För att kunna göra en samhällsekonomisk bedömning av en filmproduktion krävs det att projektet specificeras så detaljerat som möjligt. Ett filmprojekt kan vara utspritt både i tid och rum och det blir därmed viktigt att skapa sig en uppfattning om var olika utlägg sker och hur olika kostnader fördelas på regioner, boendeformer, trafikslag etc. Det är också viktigt att kunna bedöma hur inspelningen rent fysiskt kan komma att inverka på den plats där inspelningen sker.

Det är svårt att överblicka exakt hur ett filmprojekt ser ut och hur detaljerat en filmproduktion projekteras, men nedan listas ett antal utläggsposter som kan anses vara viktiga att precisera för att kunna uttala sig om en filmproduktions samlade samhällseffekter.

Sysselsättning

Det är viktigt att klargöra hur många personer projektet sysselsätter en given tidpunkt och på en given plats. För att kunna uppskatta regionala effekter av de extra arbetstillfällen som skapas krävs också en bedömning av hur många som anställs ”på plats” och hur många som temporärt reser in till en region för en arbetsuppgift, antal arbetade timmar för olika typer av arbetskraft och vilken ersättning som utgår. Det är också av intresse att uppskatta hur mycket fritid olika delar av personalen har att spendera i olika regioner. Detta för att kunna bedöma hur de spenderar egna pengar på nöjen, mat, resor och så vidare.

Boende

Vilken typ av boende används av de inblandade i produktionen? Även här är det viktigt att tidpunkt, plats och genomsnittliga utlägg kan bestämmas så detaljerat som möjligt. Denna post blir ofta ganska omfattande. Nämnas kan till exempel produktionen av den tyska långfilmen *Schneeland* som spelades in i Jämtland och Härjedalen för några år sedan. Under fem veckor alstrade produktionen hela 1750 hotellnätter (FilmPool Jämtland, 2006).

Kommunikationer

Hur fördelas kostnaderna för resor på olika färdssätt och mellan vilka orter kommer personal och material att röra sig?

Anläggningar

Kommer projektet att bygga eller konstruera anläggningar, och i vilken utsträckning kommer eventuella anläggningar att kunna användas även efter inspelningen?

Övriga utlägg

Vilken övrig typ av konsumtion, exempelvis rekvisita, catering, tjänster som bevakning, brandskydd, och så vidare kommer projektet att generera och på vilka platser kommer tjänsterna/varorna att upphandlas?

Tänkbara effekter av en regional filmproduktion - exemplet Jämtland

De flesta samhällsekonomiska bedömningar utgår från en specifik nation. Att den totala bedömningen görs utifrån nationen, även om en investering görs i en viss region, har att göra med att en stor del av de spridningseffekter som ett filmprojekt kan ge upphov till hamnar utanför produktionsregionen, samt att satsade offentliga medel är av intresse för samtliga medborgare. Ett projekt med statlig finansiering kan exempelvis vara samhällsekonomiskt lönsamt i ett nationellt perspektiv, samtidigt som enskilda regioner gynnas respektive missgynnas av projektet. I denna rapport behandlas en regionalekonomisk bedömning utifrån ett tänkt filmprojekt i Jämtland.

Även om en del av de ekonomiska effekterna av en filminspelning i Jämtland kan tänkas inverka på andra delar av landet, exempelvis genom effekterna från turismen, är det framförallt den Jämtländska ekonomin som kommer att påverkas.

När det gäller de samhällsekonomiska effekterna kan en satsning på ett filmprojekt i stora drag jämföras med satsningar på ett större evenemang. Det är därför värdefullt att titta på de studier som gjorts kring effekterna av tidigare evenemang i Jämtland. Ett värdefullt jämförelsematerial för analysen är också den bedömning av ett eventuellt vinter-OS 2014 som Statskontoret genomfört (Statskontoret, 2005).

Kostnader och intäkter utifrån exemplet Jämtland

En filmproduktions kostnader

Om vi utgår ifrån att filmproduktionen inte producerar något som kräver underhåll under en längre period kan kostnaderna för projektet beräknas som Jämtlands andel av produktionskostnaden. Framförallt består denna kostnad av den jämtländska andelen av de statliga medel som satsas i filmproduktionen samt de regionala skattefinansierade medel som satsas.

De privata investeringar som görs av jämtländska produktionsbolag samt företag från Jämtland som går in och finansierar projektet mot exempelvis produktplaceringar bör också ingå som en kostnadspost. Dessa företag investerar mot bedömningar av hur mycket pengar filmen kan tänkas spela in samt hur stort marknadsföringsvärde filmen kan tänkas ge. Utifrån ett antagande om att filmen genererar en intäkt för de privata investerarna vars nettovärde i princip motsvarar den investering som görs, kan man i allmänhet bortse från denna del av beräkningen när man diskuterar en filmproduktions totala samhällseffekter.

En filmproduktions intäkter

När det kommer till en filmproduktions intäktssida ställs man inför det faktum att många effekter är svåra att kvantifiera eller uttrycka i kronor och ören. Vanligtvis brukar intäktssidan delas upp i följande grupper:

- Direkta effekter
- Indirekta effekter
- Inducerade effekter
- Externa effekter

Intäkter genom direkta effekter

För Jämtlands del skulle de direkta effekterna utgöras av Jämtlands andel av de intäkter som har med själva filmproduktionen att göra. Dessa består i första hand av den jämtländska arbetskraftens inkomstskatt, men även av en ökad efterfrågan på varor och tjänster.

Det är viktigt att klargöra hur många personer projektet sysselsätter en given tidpunkt på en given plats och om dessa personer är boende i den region inspelningen sker, vilken ersättning som utgår och hur fördelningen mellan arbetstid och fritid ser ut. Vid en bedömning är det viktigt att avgöra om det tillskott av arbetstillfällen som filminspelningen ger upphov till kan utnyttjas vid sidan om befintliga anställningar eller utav arbetslösa. Om så inte är fallet tränger produktionen endast undan arbetskraft från andra delar av den regionala arbetsmarknaden.

I Jämtlands län är det i princip endast Östersunds kommun, och i någon mån Åre, som kan sägas ha en arbetsmarknad inom områden som kan relateras till filmproduktion¹. År 2001 hade Östersund, enligt den registerbaserade arbetsmarknadsstatistiken, 242 förvärvsarbetande inom detta område, vilket motsvarar åtta promille av det totala antalet sysselsatta det året. För riket var motsvarande andel drygt sju promille. För övriga kommuner i Jämtland uppgår antalet sysselsatta inom detta område till omkring ett tiotal, eller en till ett par promille. Oavsett var i Jämtland produktionen sker är det sannolikt att en stor andel av dem som sysselsätts regionalt kommer att ha sin bostad i Östersund, eller möjligen i Åre.

När det gäller den ökade efterfrågan på varor och tjänster är det viktigt att de satsade medlens alternativa användningar beaktas, dvs. om de pengar som satsas i Jämtland skulle ha satsats i alla fall, men i något annat projekt eller för något annat ändamål. Framförallt gäller detta för de regionala offentliga medel som satsas. Den konsumtion som finansieras med medel utifrån kan i stora drag betraktas som ett extra tillskott.

I bedömningen av effekterna av den ökade efterfrågan är det av vikt att eventuella kapacitetstak beaktas. Om företag i Jämtland inte kan möta den ökade efterfrågan kan de inte dra full nytta av efterfrågeökningen.

Vid värderingen av den ökade nyttan av konsumtionstillskottet är det dessutom viktigt att undersöka om de marknader som efterfrågan riktar sig emot kan anses kännetecknas av perfekt konkurrens. Om det finns inslag av monopol på en marknad kommer inte varorna eller tjänsternas prissättning vara optimal i ett samhällsekonomiskt perspektiv. Relaterat till detta är också bedömningar av huruvida en ökad efterfrågan kan tänkas påverka priserna. Om den ökade efterfrågan pressar upp priserna påverkas övriga konsumenter negativt.

De områden som kommer att möta en efterfrågeökning är i första hand boende, resor samt restaurang och livsmedel och det är det mervärde som skapas inom dessa sektorer som ska beaktas i en samhällsekonomisk analys.

Intäkter genom indirekta effekter

De indirekta effekter utgörs av de Jämtländska företagens köp av tjänster och varor till följd av den efterfrågeökning som filmproduktionen skapar. Det uppstår så kallade

¹ De verksamheter som har betraktats som relaterade till filmproduktion är Film- och videoproduktionsbolag, biografverksamhet, radio- och TV-bolag, artister och producenter av konstnärliga etc. alster, teater- och konserthusföretag samt nyhets- och bildbyråer.

multiplikatoreffekter. Att bedöma de totala effekterna på den jämtländska ekonomin kan endast göras via någon regionalekonomisk modell, exempelvis rAps (regionalt analys- och prognosystem). Viktigt att beakta vid beräkningar av de indirekta effekterna är att en stor del av dessa kan komma andra regioner till del eftersom en stor del av de insatsvaror som används i den jämtländska produktionen importeras. De problem som gäller vid värderingen av de direkta effekterna gäller även för de indirekta effekterna.

Intäkter genom inducerade effekter

De ökade inkomster som genereras av filmproduktionen kommer antingen att investeras eller konsumeras vilket i sin tur får efterverkningar på ekonomin. Här ligger exempelvis bedömningar av hur de som anställs inom filmproduktionen väljer att spendera sin inkomst under sin fritid. De ökade investeringarna kan dessutom leda till att Jämtland blir bättre rustat för att hantera ytterligare filminspelningar. De inducerade effekterna kan sägas bli svårare att hantera i takt med att undersökningsperioden blir längre.

Externa effekter

Med externa effekter avses effekter som inte beaktas av produktionsbolaget, men som ändå inverkar på invånare och företag i Jämtland. Det kan finnas externa kostnader i form av upplevt buller, miljöpåverkan, trängselproblematik och så vidare. I fallet med en filmproduktion är det dock sannolikt att de positiva effekterna överväger. Bland de positiva, ekonomiska effekterna märks inte minst ökad turism till området.

När det gäller turismen är det viktigt att beakta att en ökad turism till följd av filmen kan tränga undan annan turism. Det är också möjligt att filmen, beroende på hur den faller ut, kan minska människors lust att besöka Jämtland. För att göra en samhällsekonomisk bedömning av en filmproduktion i Jämtland krävs det förmodligen att ett antal olika scenarier angående turismens utveckling utarbetas och testas. Även den turistkonsumtion som genereras ger precis som ovan beskrivits upphov till direkta, indirekta och inducerade effekter, både positiva och negativa. Film och turism diskuteras mer ingående i det följande.

FILM OCH TURISM

Turism i filmens spår

Exponeringen av regioner och platser i media påverkar vårt sätt att uppfatta världen och kan påverka vårt val av resmål (Lind, 2006). Litteraturen har sedan långt tillbaka bidragit till att skapa stora turistmål (Sillanpää, 2002). Även om litteratur idag fortfarande spelar en roll i att förstärka destinationernas dragningskraft har formningen av platsers och regioners image till stor del tagits över av audiovisuell produktion (Beeton, 2005). Många destinationer väljer idag att satsa på turism kring en film. Stora filmproduktioner som *Sagan om Ringen* trilogin och filmerna om *Harry Potter* har visat sig locka turistströmmar till dess inspelningsplatser och haft en positiv inverkan på ländernas turism. Hela tio procent av 2,2 miljoner besökare till Nya Zeeland menar att filmerna var den främsta orsaken till besöket (Lind, 2006). Turismen till Alwick Castle, Northhumerland England omsätter omkring 13 miljoner Euro per år efter framgången från Harry Potter (Lind, 2006). Ett aktuellt exempel är succéboken *Da Vinci Koden* som har genererat turism till flera av de platser som bokens handling kretsar kring och filmen ökar besöksantalet till platserna ytterligare.

Riley, Baker & Van Doren (1998), genomförda undersökning på tolv olika filminspelningsplatser i USA visar att besöksantalet kan förväntas öka i minst fyra år efter att filmerna haft premiär. Undersökningen visar också att lokalsamhället i många fall inte var förberedda på den turism som kom till området efter filmen, vilket får konsekvenserna att regionen går miste om viktiga inkomster. De företag som på inspelningsplatserna visade entreprenörsanda paketerade besöken till inspelningsplatserna tillsammans med andra attraktioner i området för att genom detta förlänga turisternas vistelse och öka turisternas konsumtion. Detta kan vara en klok strategi då filmens dragningskraft avtar när andra händelser fångar turisten (Riley et al, 1998).

Den turistiska påverkan som skapas av filmturismen kan alstra både positiva och negativa effekter. För vissa inspelningsplatser visade sig den efterföljande turismen som en skänk från ovan där platser som tidigare aldrig varit påtänkta som en turistattraktion genererade arbetstillfällen och ekonomi både under inspelningen av filmen och tack vare den efterföljande turismen (Riley et al, 1998). En av de största ekonomiska fördelarna som filmturismen brukar tillskrivas är att filminspelningsplatserna som attraktion kan fungera som en aktivitet året runt och kan därmed verka som en säsongsförlängare. Film och TV brukar dessutom tilltala en bred socioekonomisk grupp av människor, vilket kan leda till nya marknadssegment av turister som tidigare inte haft intresse att besöka området (Beeton, 2005).

Det finns även vissa problem förknippade med turism särskilt då den uppstår plötsligt och utan förberedelser från det mottagande området. Under inspelningsperioden behöver filmproduktionen med all dess personal boende, mat och annan service och denna efterfrågan kan driva upp de lokala priserna. Ett annat problem när det handlar om små rurala platser är frågan om vilka möjligheter det faktiskt finns att ta emot turisterna då det finns få eller kanske inga övernattningsmöjligheter eller restauranger i området. Denna saknad av en turistisk infrastruktur kan medföra att turisterna istället väljer att spendera sina pengar i en närliggande stad, vilket gör att inspelningsplatsen går miste om viktiga turistkronor. Ogenomtänkta och

kortsiktiga lösningar kan leda till att turisternas tillfredsställelse minskar. En plötslig och kraftig turism som det ej har planerats för kan också leda till "överbefolkning" på platsen. Överbefolkningen kan påverka platsen rent fysiskt genom nedskräpning och slitage liksom att lokalbefolkningen kan påverkas negativt genom att man tvingas dela platsen med allt för många turister. Om filmen är starkt förknippad med exempelvis minoritetsbefolkningar finns det särskild risk för att de exploateras på ett negativt sätt (Riley et al, 1998). Ekonomisk tillväxt och utveckling är viktigt men är endast en aspekt i turismens påverkan i en region. Det är alltså viktigt inte enbart ta hänsyn till den omedelbara turistökningen utan också de övergripande effekterna på lokalsamhället ur ett långsiktigt perspektiv (Beton, 2005).

För en liten, ofta rural plats uppstår ett dilemma om en filmproduktion väljer att förlägga sin inspelning där. Att helt förlita sig till filmer som tillväxtmotor i en region är riskabelt, samtidigt som en vänta-och-se strategi kan vara lika förödande eftersom en sådan strategi minimerar den ekonomiska potentialen från den första vågen av turister. Filmproduktionernas förkärlek att använda oexploaterade och oupptäckta filmmiljöer kan endast vara positiva om det redan initialt gjorts ett grundligt planeringsarbete (Riley, et al 1998).

Filmen som en turistattraktion

De turister som helt och hållet planerar sin resa utifrån en film blir allt vanligare, men är ändå totalt sett relativt få. Att besöka en plats som exponerats via en film vägs mot flera andra argument av vad man vill få ut av sin resa och semester som exempelvis sol, bad, snö, äventyr, kultur samt turistens ekonomi. För att regionen och filminspelningsplatsen ska ha en stor dragningskraft krävs en framgångsrik exponering av platsen i en framgångsrik film (Lind, 2006).

När film började uppmärksammas som en källa till turism ansågs motiven för en filmturist att besöka inspelningsplatserna begränsade till det naturliga landskapet som exponerades via filmen. Senare har även filmens handling och de mänskliga relationerna som filmen bygger på observerats som motiv för att besöka inspelningsmiljöer. Detta innebär att om någon del av filmen är extraordinär eller fångande fungerar den delen som en ikon som tittarna kan associera till en miljö i filmen. Ikonen blir en symbol och en representation av någonting som kan vara antingen abstrakt eller fysisk. Exempel på ikoner kan vara en händelse, landskapet, ett tema, eller en skådespelare (se Tabell 1). En och samma film behöver inte vara begränsad till en ikon utan kan innehålla flera olika ikoner (Riley et al, 1998).

Tabell 1. Exempel på ikoner och representationer i en film (efter Riley et al, 1998).

Film	Ikon
Dansar med vargar	Naturen, indianerna
Forrest Gump	Tema: Den svage
Ensam hemma	Förort, Kevin
Thelma & Louise	Tema: Självförvekligande
Crocodile Dundee	Australiensisk bushkultur

En turistattraktion innehåller enligt MacCannell (1999) tre olika element, vilka är sevärdheten, markören och turisten. Sevärdheten är det som är värt att se, markören är den information som finns om sevärdheten och kan bestå av guideböcker, broschyrer, vykort,

fotografier, souvenirer, skyltar och så vidare. Utan markören kan turisten inte uppfatta sevärdheten. Slutligen måste det till turister för att det ska bli en turistattraktion (MacCannell, 1999). Detta kan även appliceras på en turistattraktion bestående av film och inspelningsplatser. Sevärdheten kan då sägas bestå av inspelningsplatsen, medan markören är själva filmen, eller någon ikon i filmen. Att kunna erbjuda en upplevelse gör att sevärdheten byggs ut till att omfatta både inspelningsplatsen och upplevelsen som tillsammans blir något värt att se och ta del av. Filmen och dess ikoner blir tillsammans med marknadsföring av upplevelsen starka markörer och det finns en stor potential att locka turister.

Filmturism och autenticitet

Det finns olika teorier om vad människor söker efter och vad de vill uppleva under sina resor. Genom att förstå vad turisterna eftersträvar kan vi på ett bättre sätt tillfredställa turisternas förväntningar. MacCannell menar att människor letar efter det autentiska på sina resor. Det som vi oftast möts av inom turismen är den så kallade *frontstage* där turisten och värden möts och turisten kan ta del av det som värden vill visa upp. Motsatsen till *frontstage* är *backstage* som innebär den privata sfären och som inte är tillgänglig för turister. Enligt MacCannell vill turisterna komma fram till *backstage* eftersom det upplevs som det äkta. *Staged authenticity* består av en arrangerad äkthet där attraktionerna är organiserade att möta turisternas behov av *backstage* exempelvis genom studiebesök, arbetsplatser bakom glas eller uppvisandet olika kulturer (MacCannell, 1999). Att komma nära och ha möjligheten att möta en filmstjärna ger en högre grad av autenticitet och kan ses som en form av *backstage* inom filmturismen (Beeton, 2005).

Urry (2002) hävdar att turismen är arbetets motsats. Turister söker därför något som ger nöje och det som är annorlunda från vardagen. Han menar att turisterna söker efter "The Gaze" istället för att söka efter det som är äkta. När vi reser bort ser vi med nyfikenhet och intresse på den nya miljön som talar till oss på ett sätt som vi uppskattar. Det är i alla fall vad vi förväntar oss att den ska göra. The tourist gaze är landskap och miljöer som är annorlunda från dem i det vardagliga livet och något utöver det vanliga. De platser människan väljer att "blicka på" är ett uttryck för längtan att delta i nostalgiska och romantiska upplevelser konstruerade genom dagdrömmar och fantasi. The gaze skapas, förstärks och upprätthålls av olika icke-turistiska praktiker som exempelvis film, TV, litteratur och musik (Urry, 2002).

Vad som kan anses vara äkta inom filmturismen kan diskuteras. Om en besökare inte får se det som setts på bio kan det av turisten uppfattas som en icke autentisk turismupplevelse. Besökaren refererar till "verkligheten" på filmduken (Beeton, 2005). Turisternas faktiska upplevelser av destinationen måste matchas med imagen och förväntningarna som skapats av filmen. Detta kan skapa problem i de fall där filmen utspelar sig på en plats, men har spelats in på en annan, eftersom det således är inspelningsplatsens miljö som exponeras i filmen och inte den miljö där handlingen utspelar sig (Frost, 2004).

Man kan fråga sig vad som är äkta respektive *backstage* när det kommer till en filmupplevelse. Handlar det äkta om att få reda på hur filmen är gjord och hur kulisser och dekor är uppbyggt eller är det filmens handling och berättelse tillsammans med de miljöer och landskap som exponeras som är det autentiska?

Att se på film innebär att ta del av *frontstage* där filmskaparna har valt vad tittarna ska ta del av. Att turisterna uttrycker en önskan att få ta del av studios tyder på att det äkta ligger i att få veta hur det går till när filmen skapas. *Backstage* består då i att vara med under en inspelning och få ta del av regissörens och skådespelarnas arbete. Eftersom detta inte är möjligt då ingen släpps in under inspelningen görs försök att möta efterfrågan genom att arrangera och organisera en *staged authenticity* genom exempelvis studiebesök. Att turisterna vill träffa skådespelare tyder också på att den äkta upplevelsen består i att se "bakom filmduken".

Turisternas önskan att besöka platserna kan illustrera att det autentiska består i att verkligheten är "verkligheten" på skärmen. Det kan hävdas att upplevelsen förstörs om den bryts ned i sina beståndsdelar. Att se en film väcker ofta känslor som vi förknippar med olika saker. Att sedan göra ett besök till de platser som exponerades via filmen kan vara ett sätt att återfå känslor förknippade med filmen, och ta del av den på ytterligare ett sätt än via filmduken. Eftersom människor vet att det vi möts av på skärmen är skapat är det inte säkert att vi vill ta del av hur denna process har gått till utan, istället behålla romantisering och känslorna kring filmen. Detta innebär att MacCannells teori om att turisterna alltid söker det autentiska inte kan gälla för alla filmturister, utan detta kan istället ses som ett uttryck för Urrys "the Gaze".

Således finns det olika typer av filmturister. De som vill ta del av hur det går till bakom kulisserna och de som vill möta skärmens verklighet. Resonemanget blir av betydelse när turisternas förväntningar ska mötas.

EXEMPEL PÅ FILMSAMARBETEN

I Sverige finns det idag 19 regionala resurscentrum för film och video, vilka finansieras genom regionala och statliga medel. Flera av de regionala resurscentrumen förfogar över medel från EU: s strukturfonder. Verksamheten bedrivs inom tre huvudområden; produktion, visning och distribution samt film och mediepedagogik. Av de 19 regionala resurscentrum för film och video i Sverige har regeringen utsett Film i Väst, Filmpool Nord och Film i Skåne till regionala produktionscentrum, vilket innebär att de årligen får statligt stöd för att producera långfilm i sina respektive regioner (www.sfi.se, 2006). Nedan presenteras tre delvis olika regionala exempel på hur man jobbar för att stärka filmproduktion.

Den Jämt-Trönderska filmkommissionen

Sverige och Norge har varsin nationell filmkommission. Förutom de nationella uppgår det regionala antalet filmkommissioner till åtta stycken i Sverige (www.swedenfilmcommission.com, 2006) respektive tre stycken i Norge (Filmpool Jämtland, 2006). En Jämt-Tröndersk filmkommission ska enligt Filmpool Jämtland etableras med syfte att marknadsföra regionen som en attraktiv inspelningsplats, öka antalet filmproduktioner i regionen, öka den ekonomiska tillväxten i regionen, ge filmarbetare möjlighet till utveckling, kartlägga nyckelinstitutioner och infrastruktur och slutligen analysera effekter av genomförd produktion i regionen. Genom ett samarbete mellan Jämtland och Trøndelag skulle möjligheterna att erbjuda olika typer av filminspelningsmiljöer öka men ändå stanna inom ett rimligt geografiskt område. Tillgång skulle då finnas till både de svenska liksom de norska fjällen, hav, fiskebyar, insjöar och skog. I och med Trondheim, och i någon mån även Östersund, kan en storstadskänsla erbjudas.

Filmkommissionens uppgift, förutom att marknadsföra regionen innebär att på olika sätt underlätta för produktionsbolagen genom att exempelvis skaffa de tillstånd som krävs från myndigheter för att kunna genomföra en inspelning, tillhandahålla lokala filmarbetare och annan service som är sammankopplad med och relevant för en filmproduktion. För att på ett smidigt och organiserat sätt kunna genomföra dessa uppgifter krävs att filmkommissionen kan skapa aktuella databaser, konstruera en ändamålsenlig hemsida och bygga upp ett kontaktnätverk inom regionen.

Arbetet med en filmkommission måste dock börja med att visa vad som finns så att filmbolagen får upp ögonen för regionen. Det gäller att hålla sig framme och synas i rätt sammanhang och vid rätt tillfällen för att kunna locka till sig produktionsbolag. Om beslut tas att införa en permanent filmkommission är tanken att en person ska jobba halvtid på norska sidan och en person halvtid på den svenska sidan med att bygga upp arbetet.

Det unika med Jämtland är närheten till fjällen. Tack vare bra kommunikationer går det att bara en timmes bilfärd från flygplatsen befinna sig i fjällmiljö. Det finns samma typ av fjäll även i Norrbotten, men inte samma närhet med tanke på kommunikationerna. Filmpool Jämtland anser inte att det blir för ”trångt” med ytterligare en filmkommission som satsar på norrländska miljöer. Det finns inte någon anledning att konkurrera ut varandra när det gäller att locka till sig filmproduktioner. Dock förlägger många produktionsbolag sin inspelning i de regioner där det finns pengar. Det finns många runt om i världen som erbjuder liknande

miljöer som en Jämt-Tröndersk filmkommission också vill erbjuda, vilket gör att det i slutänden handlar om vem som kan erbjuda de billigaste hotellen, de bästa resealternativen och den bästa kompetensen. I vissa fall är producenterna ute efter något väldigt specifikt och då kan kostnaderna vara av underordnad betydelse, men om det handlar om att erbjuda en sjö eller ett fjäll i allmänhet spelar den ekonomiska aspekten en stor roll.

Filmpool Jämtland delfinansierar en kommande långfilmsinspelning i Valsjöbyn. Det är en fristående fortsättning av Kerstins Ekmans trilogi "*Vargskinnet*" med samma karaktärer som i de tre tidigare böckerna. Filmpool Jämtland tycker det ska bli spännande att se effekterna av långfilmen och om den får stor uppmärksamhet är förhoppningen att det finns många som vill åka till inspelningsplatserna.

Turism och samarbete med turistnäringen

Stora filmproduktioner med betydande internationell framgång kan ha förmågan att locka till sig turister utan att det krävs något större arbete från lokala aktörer på inspelningsplatsen. I de flesta fall krävs dock ett samarbete mellan filmkommissionen och turistnäringen.

Filmpool Jämtland har i skrivande stund ännu ingen klar bild över hur en kommande filmkommission bäst kan hjälpa till i turistarbetet. Kontakt har tagits med länets turistchef för att undersöka vilket intresse som finns för en filmkommission och ett samarbete. Filmpool Jämtland hävdar att ett samarbete skulle vara ganska enkelt om det varje år förläggs ett antal inspelningar i regionen, vilket i sig vore ett sätt att stärka turismen och samarbeta med turistnäringen. Under inspelningsperioden av filmen skulle ett system kunna uppbyggas där filmteamen erbjuds olika paket i samverkan med mat- och boendeanläggningar.

Ett samarbete efter inspelningsperioden skulle kunna innebära att olika paketresor erbjuds till platserna och där kan Filmpoolen vara behjälplig. Hur en efterföljande turism i filmens spår ska gynnas på bästa sätt är någonting som måste diskuteras och som i dagsläget inte är klart. Vid tidpunkten för intervjun har man ännu inte diskuterat med de berörda kommunerna för att kartlägga hur de ser på en eventuell satsning på en filmkommission och vilken samarbetsvilja som finns.

Film i Väst

Film i Väst ägs av Västra Götalandsregionen med centrum i Trollhättan. Verksamheten finansieras främst av Västra Götalandsregionen, Fyrstadskommunerna (Trollhättan, Vänersborg, Uddevalla och Lysekils kommuner), egna intäkter och svenska filminstitutet. Film i Väst samproducerar svenska och internationella långfilmer, kortfilmer, dokumentärer och TV-drama. De krav som ställs på produktionerna är att de ska stärka den regionala filminfrastrukturen, ha en intressant profil, innebära ett långsiktigt arbete samt att produktionerna måste ha en svensk samproducent. Om det handlar om en dramaproduktion för TV måste denna ha fristående producenter från just TV. Det handlar också om att Film i Väst ska förbruka pengar i regionen och ett av arbetsområdena är att stärka infrastrukturen för den regionala filmindustrin. Produktionerna ska ha tillgång till kvalificerade medarbetare och bra leveranser av de varor och tjänster som behövs för en filmproduktion. Det ska enligt Film i Väst också finnas möjlighet att förlägga både förproduktion, inspelning och postproduktion i regionen.

Film i Väst har ett starkt stöd från lokalbefolkningen och från lokala företagare som inte är direkt involverade i filmskapandet. Detta stöd underlättar för filmproduktionen då det finns ett väldigt starkt nätverk bland människor som inte går att finna i större städer. Film i Väst har arbetat fram en leverantörsförening över företag som levererar varor och tjänster till filmproduktioner. De har också arbetat med utbildning och information till kommunala företrädare med syfte att skapa ett nätverk bland företag och organisationer där filmproduktioner kan behöva olika kontakter. Idag finns ett fungerande nätverk bland kommunala förvaltare och andra institutioner som räddningstjänsten, sjöfartsverket och vattenfall. Film i Väst nämner som exempel om man behöver stänga av en gata vet man precis vem som behöver kontaktas, och det mesta utförs utan kostnad.

Film i Väst har tidigare haft en filmkommission vilken senare valdes bort då frågorna till filmkommissionen ändå hamnade hos Film i Väst. Idag finns ingen filmkommission i den bemärkelsen att någon organiserar ett team som hjälper produktioner som kommer dit, men de kan svara på frågor om filmmiljöer och ge tips om vilka produktionerna ska kontakta. Film i Väst vill kunna erbjuda en mångfald av miljöer och undviker därför att satsa på att marknadsföra en specifik miljö.

Turism i Trollywood

Till Film i Väst kan det dyka upp någon enstaka person och fråga efter olika platser som exponerats i en film, men det är ganska ovanligt. I samband med en premiär kan det ringa flera personer med frågor, och efterfrågan kan tillta beroende på vilka filmer det skrivits om i pressen eller vad som visats i media. Däremot är det många som vill komma och besöka Film i Väst och de tar främst emot studiebesök av för verksamheten strategiskt viktiga grupper. Långt ifrån alla som vill komma kan tas emot och det finns inget arrangemang för att kunna ta emot allmänheten.

Den efterfrågan på filmupplevelser som Visit Trollhättan kan se är heller inte direkt kopplade till platser som exponerats via filmen. Allmänturisten har istället större kopplingar till Film i Väst och vill besöka dem. Många tror att det är ett litet Hollywood och att möjlighet finns att besöka olika inspelningsstudios och gärna träffa på en och annan skådespelare. Det har varit svårt att tillfredställa turisternas behov då Film i Väst inte tar emot besökare. Antingen pågår en filminspelning och då släpps ingen in, eller så finns det ingen verksamhet och då finns det heller inget att se. För två år sedan behöll Visit Trollhättan en kulisstad som användes under inspelningen av *Tredje vågen* som de hade visningar i, vilket fungerade mycket bra. Inne i Trollhättans centrum har även stjärnor lagts ned i gatan med namn på kända skådespelare och regissörer. För de turister som är intresserade har en karta tagits fram över olika inspelningsplatser som går att besöka. Filmen fungerar i de flesta fall som en sekundär reseanledning och turisternas intresse för filmen väcks när de väl är på plats.

Både Film i Väst och Visit Trollhättan har generellt sett uppfattningen att det inte följer turism i filmens fotspår. I Trollhättan har filminspelningar gjorts under cirka tio år och de produktioner som spelats in där har med svenska mått varit relativt stora, men turistbyrån upplever inget sug efter att besöka platser som exponerats via filmen. Filmen i sig räcker inte för att attrahera turisterna utan det krävs, enligt Visit Trollhättan att de kan erbjudas en upplevelse kring filmen om det inte handlar om produktioner typ *Sagan om Ringen*. Om filmturism ska uppstå anser Film i Väst att filmen bör handla om en väldigt känd fiktiv person som är placerad i en miljö sedan tidigare känd via litteraturen. Alternativt ska författaren vara mycket etablerad, och denne hemmahörande i en specifik miljö. Exempelvis kan turistiska effekter ses efter Wallanderfilmerna där Kurt Wallander starkt förknippas med Ystad. En

ökning av turismen skedde även efter TV-dramat *Saltön* där författaren till böckerna som TV-dramat baseras på är väl etablerad i en specifik miljö.

Samarbete med turistnäringen

Film i Väst har inget turistiskt politiskt uppdrag och det är inte aktuellt att arbeta för turismfrämjande åtgärder i framtiden. Det finns ett visst samarbete med Visit Trollhättan och möjligheten finns att delta i somliga turistiska arrangemang. Om så är fallet handlar det om att göra något på plats som är i direkt anslutning till att Film i Väst finns i Trollhättan. Vem som bör ha ansvaret för en eventuell filmturism har Film i Väst ingen uppfattning om.

Visit Trollhättan menar att ett samarbete ofta "fastnar" på att Film i Väst inte har något turistiskt uppdrag. Om det fanns en turistisk aspekt i Film i Västs uppdrag skulle det förenkla möjligheterna att samarbeta och att erbjuda upplevelser. De försöker ändå att ha ett så bra samarbete som i dagsläget är möjligt, men dessa arrangemang har endast kunnat attrahera närmarknaden. Visit Trollhättan anser att det är deras lott att planera och ansvara för filmturismen men menar samtidigt att det krävs att turistnäringen är involverad från början för att se vilka möjligheter det finns kring filmen. Annars är det lätt att möjligheterna förbises och att "man missar tåget". Visit Trollhättan ser gärna att någon form av upplevelsecentrum byggs kring filmen, där använda kulisser och delar av dekor kan sparas tillsammans med visningar av olika filmsnuttar. Besökarna kan erbjudas guideade turer och chansen att medverka i sin egen film. När Film i Väst startade såg man inte potentialen i att kunna göra något turistiskt med filmen och idag är det ingen som vill finansiera det hela. Turistbolaget har enligt Visit Trollhättan inte dessa ekonomiska förutsättningar, kommunen ser inte att det finns pengar att investera i det och Film i Väst har, även om de hade den ekonomiska möjligheten, inte det uppdraget.

Filmpool Nord

Filmpool Nord har sitt säte i Luleå och hela Norrbottens län som arbetsområde. Deras verksamhetsidé är att medverka till en ökad film- och TV- produktion i Norrbotten samt att arbeta med frågor som rör distribution och marknadsföring av film och TV både regionalt, nationellt och internationellt. Målet är att utveckla länet till en ledande medieregion i Europa. Filmpool Nord ägs av samtliga kommuner i Norrbottens län samt Norrbottens läns landsting (www.fpn.se). Verksamheten inriktar sig på produktion, distribution, branschutveckling och mediapedagogik. Översiktligt innebär det att Filmpool Nord satsar på att fler produktioner ska samproduceras i regionen och att denna regionalt producerade film ska marknadsföras och distribueras via biografier, tv-bolag och olika filmarrangemang på regional, nationell och internationell nivå. Utvecklingen av branschen ska ske både genom att stärka infrastrukturen kring filmproduktion och genom att utveckla kompetensen genom utbildning (Filmpool Nord, 2005).

Generellt sett har Filmpool Nord ett mycket bra stöd från lokala företagare. Verksamheten är välförankrad och alla känner i större eller mindre utsträckning till den. Det finns en stor samarbetsvilja och alla tycker det är roligt om en långfilmsinspelning förläggs till regionen. När filmerna går upp på biograferna är de väl förankrade hos norrbottningarna och många går och ser dem. Filmen har skapat en identitet och invånarna är stolta och lokalpatriotiska.

Filmen har enligt Film pool Nord blivit det ”kulturella stålet”² och lokalsamhället har insett att filmen är en viktig näring som är här för att stanna.

Film pool Nord tillsatte sin filmkommission i december 2005 och regionen som filmkommissionen ska marknadsföra är hela Norrbotten med totalt fjorton kommuner. Vid tidpunkten för rapporten pågår ett arbete med att inventera vilka olika miljöer som finns tillgängliga för inspelning. Det räcker inte med att kartlägga vackra och unika miljöer, det måste samtidigt vara möjligt att spela in en film där. Exempelvis är Sarekområdet³ väldigt attraktivt men inte tillgängligt då enda sättet att ta sig dit är genom vandring, vilket stora filmteam med utrustning inte kan göra. Det unika med Norrbotten är att det går att få tillgång till flera olika miljöer som fjäll, snö, skogsmiljöer, långa ensliga vägar, kustmiljöer med skärgården. Det går även att skapa en storstadskänsla även om det inte finns så stora städer. Dessutom finns något väldigt exklusivt som filmkommissionen försöker lyfta fram, vilket är att det under sommaren finns 24 timmars dagsljus.

Det geografiska läget upplevs inte som något problem eller hinder då filmproduktionerna är vana att resa till de miljöer som filmen kräver. Behövs det snö, måste filmen spelas in i snö. Här anser sig Norrbotten ha en fördel gentemot alperna som inte kan erbjuda samma stabilitet i snön som de svenska fjällen. I regionen finns fem olika flygplatser vilket gör att det går att komma nära miljöerna snabbt. Vissa delar av året har Arvidsjaur dessutom direktflyg till Mellaneuropa.

Turism och Film pool Nord

Film pool Nord menar att eftersom andra platser internationellt sett har uppvisat stora turistiska effekter efter filmer som exempelvis *Harry Potter* och *Sagan om Ringen*, är filmturismen något som måste tillvaratas. De ser en turistisk efterfrågan i filmens fotspår och berättar att det mesta som turisterna efterfrågar är den miljö och det landskap som exponeras via filmen. Efterfrågan på filmupplevelser ökade efter *Populärmusik från Vittula* och många har även frågat var *Så som i himmelen* spelats in. Det är även många som vill komma och besöka studion på området – *Studio Kronan*. Där har Film pool Nord möjlighet att ta emot föreningar, grupper och skolklasser, men det är inte öppet för allmänheten.

Angående *Populärmusik från Vittula* är det platserna i boken som efterfrågas och en enkel karta togs fram av Pajala turistbyrå som tar turisterna till platserna runt om i staden. Dessutom erbjuder turistbyrån guidade turer till dessa miljöer. Toppen av turistströmmen visade sig enligt Pajala turism och evenemang efter det att boken utkommit år 2000. Efter att filmen hade premiär år 2003 kan ytterligare en topp urskiljas, men den var inte lika stor som efter boken. Det finns fortfarande guidade turer och turistbyrån hoppas att efterfrågan ska hålla i sig även under sommaren 2006.

Film pool Nord menar att det är oerhört svårt att sja om vilka filmer som kan locka turister eller inte. Ett bra manus kan bli en flopp för att fel skådespelare eller regissör väljs, och tvärt om. Om filmen kan få stor genomslagskraft på den internationella marknaden är det stor

² Detta refererar till LKAB som är en högteknologisk mineralkoncern och världsledande producent av förädlade järnmalmsprodukter för ståltillverkning (www.lkab.com, 2006).

³ Sareks nationalpark bildar landets största högfjällsområde. Det är ett för svenska förhållanden överväldigande, alpint landskap med höga, branta fjällmassiv, trånga dalgångar och vilt forsande vattendrag. Innanför parkens gränser finns 6 av landets 13 fjäll över 2 000 m ö h och ca 100 glaciärer. Sarek är en del av världsarvsområdet Lapponia (www.ne.se, 2006).

chans att det följer turister. Framförallt kräver filmen en spännande historia, och om den är sann, fiktiv eller baserad på böcker spelar förmodligen ingen roll.

Samarbete med turistnäringen

Filmpool Nord arbetar med att stärka samarbetet med turistnäringen. Idag finns inga tydliga kopplingar organisationerna. *Kommissarie Höök* är ett TV-drama under inspelning och kommer att sändas i tolv avsnitt och tanken är att utveckla ett samarbete med turistbyråerna på de platser där inspelningarna sker för att kunna utveckla ett program för att ta emot eventuella turister nästa sommar. Turistnäringen är mycket positivt inställda till att förlägga inspelningar i regionen, men filmkommissionen är noga med att påpeka att det samtidigt ställs krav på turistnäringen. Turisterna vill bo och äta gott och turistnäringen måste ta ett ansvar och se till kommunerna blir bättre på att ge service till turisterna när de kommer. Ansvaret för att turismen ska gynnas av filmen är dock gemensamt mellan turistnäringen, de inblandade kommunerna och Filmpool Nord. På Pajala turistbyrå bekräftas att Filmpool Nord och filmkommissionen ofta är med vid olika turistiska sammandragningar och intresserade av att hjälpa till. Pajala kommun upplever att Filmpool Nord ständigt befunnit sig i bakgrunden.

Film i Nord i Mikael Niemis fotspår

Med Pajala kommun som initiativtagare visar Tornedalsregionen ett innovativt förhållningssätt gentemot filmen för att förvalta den uppmärksamhet som kan följa i anknytning till en filminspelning. I samband med Mikael Niemis bok *Populärmusik från Vittula* riktades mycket uppmärksamhet mot Pajala och för att dra nytta av det nyvunna intresset startades projektet "Vittula i Tornedalen – kulturmöte för tillväxt". Projektet syftade till att föra besöksnäringen och kulturnäringen närmare varandra och stärka samverkan mellan företag, organisationer och kommuner i Tornedalen och därmed öka tillväxten i regionen. I samarbetet fungerade "Vittula" som en gemensam symbol som de medverkande aktörerna kunde identifiera sig med. Med anledning av projektarbetet inleddes ett nytt samarbete mellan sex företag inom besöksnäringen i Pajala kommun under namnet "Pajala Event". Syftet var att ge bättre förutsättningar för en gemensam marknadsföring och försäljning.

Projektet stod hela tiden i nära kontakt med media och under året räknades över 400 inslag i olika typer av media om enbart Pajala och Vittula. Under filmpremiärveckan anordnades en mäsas där Tornedalen visade upp sig. Cirka 100 företagare från tretton kommuner medverkade och besökarna räknades till cirka 7000. En av mässans största förtjänster var att de man lärde sig mycket om varandra och vad som produceras runt omkring i Tornedalen.

För att fortsätta ta tillvara på den utveckling som var på gång främst inom besöksnäringen startades efter premiären ett nytt projekt "Krafttag för omtag". Kommunen satsade egna medel tillsammans med landstinget och länsstyrelsen. Länsarbetsnämnden och skogsvårdsverket tillförde arbetskraft. Då arbetskraften inom jord- och skogsnäringen har minskat tas upplevelsenäringen på stort allvar. Viktiga åtgärder ansågs vara att utveckla kulturevenemang, nya besöksmål, infrastruktur och fortsätta stärka samverkan mellan företag. Projektet är idag överfört till Pajala utveckling AB, och det finns många turistiska satsningar på gång. Ett bra samarbete har även inletts med Ylläs i Finland och turistföretagare i Tornedalen har möjlighet att sälja sina produkter i ett finskt försäljningssystem. Pajala har en egen flygplats, även om den är liten. Det pågår nu ett arbete att kunna bygga ut den, vilket är en förutsättning för att kunna öka volymen av besökare.

Tack vare en bok som blev en film kunde Pajala kommun satsa på flera olika projekt för att främja utvecklingen av både regionen och turistnäringen. Det första projektet "Vittula i

Tornedalen – kulturmöte för tillväxt” syftade till att utveckla samverkansformer och utmana aktiva entreprenörer att ta chansen när den gavs, vilket de vågade. Projektet har gett ett långsiktigt destinationsarbete och samarbete över den finska gränsen, vilket även hoppas kunna utvecklas över den norska gränsen. En förutsättning för att kunna fortsätta utveckla turistnäringen är att arbetet med flygplatsen genomförs. Pajala kommun erfar att det finns mycket goda planer och gott om idéer men någon måste vara drivande och genomföra dem. Kommunen hjälper gärna till initialt men därefter krävs eldsjälarna som är villiga att lägga ner mycket arbetstid samt stöd från länsstyrelse, landsting och kommun, annars är det ingen idé. Framgången med *Populärmusik från Vittula* har bidragit till en ny identitet och ett bättre självförtroende hos lokalbefolkningen liksom att omvärlden förmodligen ser Pajala på ett annat sätt idag än vad de gjorde tidigare.

SAMMANFATTANDE SLUTSATSER

Samhällsekonomiska effekter av filmproduktion

Utifrån rapporten kan man konstatera att en samhällsekonomisk analys kan vara ett användbart verktyg för att bedöma vilka effekter en filmproduktion kan få. Modellen kan rätt använd svara på frågor kring en viss faktors (tex en regional filmproduktions) positiva och negativa effekter. Genom en värdering av de ingående faktorerna kan man uttala sig om hur en viss insats påverkar en viss region under en viss tidsperiod.

Modellen är dock inte helt enkel att använda på en regional filmproduktion, bland annat på grund av att många faktorer är svåra att värdera, och det faktum att många effekter "läcker" ut ur regionen.

När man studerar effekterna för en filmproduktion bör man ta med faktorer som sysselsättning, boende, transporter och eventuella anläggningar som uppförs. Till detta kommer en rad indirekta och inducerade effekter. Hänsyn bör tas till faktorer såsom multiplikatoreffekter, konsumtionsökning, lokal konkurrens och prisstegring.

Sammantaget kan man konstatera att en regional filmproduktion kan ge relativt stora effekter inom en region som exempelvis Jämtland, eller Jämtland och Trøndelag. De potentiella negativa effekterna märks i huvudsak i själva inspelningsområdet, och är relativt begränsade i tid och rum. Bland dessa effekter kan man exempelvis hitta buller och trängsel. De största positiva effekterna som märks i den enskilda regionen går att koppla till ökade intäkter och eventuellt ökad sysselsättning. En konkret positiv effekt kan vara ökad turism, även om eventuell turism är direkt avhängigt filmens spridningsvolym och kommersiella framgång. Ekonomiska effekter av själva filmen riskerar med stor sannolikhet att hamna utanför regionen, med undantag av de ekonomiska effekter som uppstår under själva filminspelningen.

Filmturism och regional tillväxt

Olika filmsamarbeten är väl utvecklade inom Norden och täcker in områden som personliga nätverk mellan filmare, formella arrangemang och filmfonder. Det finns också flera interregionala filmsamarbeten som involverar de olika nordiska länderna, exempelvis Oresund Film Commission mellan Skåne och Köpenhamnsregionen. Samarbete finns även mellan FilmPool Nord och Northern Finland Film Commission. Det blir också allt vanligare med internationella samproduktioner (Dahlström 2005). Detta tyder på att samarbeten inom filmbranschen och mellan länder är relativt vanliga och att det även bör fungera mellan Jämtland och Trøndelag.

För att gynna turismen från den regionala filmproduktionen krävs ett samarbete även mellan de två ländernas respektive länsturismorganisationer och andra turistaktörer. För att uppnå ett så positivt resultat som möjligt är det önskvärt med gemensamma utgångspunkter och referensramar gällande sambandet mellan film och turism. Allt tyder på att det är en fördel att

paketera inspelningsplatserna tillsammans med andra attraktioner i området. Möjligheterna bör utredas att skapa svensknorska paketresor där inspelningsplatser kan ingå som en del. På den norska sidan har Trøndelag Reiseliv AS varit involverade i filminspelningar i regionen. Trøndelag Reseliv AS är en samarbetspartner inom resenäringen i Trøndelag med syfte att koordinera marknadsaktiviteter mot researrangörer och turister både nationellt och internationellt (www.trondelag.com). Även Tronheim Aktivum AS (Turistbyrå i Trondheim) har visat intresse för ett samarbete kring en filmkommission.

Att dessa aktörer involveras i ett samarbete, jämte liknade aktörer på den svenska sidan, skulle ge bra förutsättningar för filmturism. En kommission som den föreslagna skulle komma att inkludera ett rikt och varierat utbud av inspelningsmiljöer. Samtidigt bör man reflektera över om den Jämt-Trönderska filmkommissionens arbetsområde är en naturlig region, eller om det kan tänkas finnas några hinder i och med ett samarbete över nationsgränserna.

Slutsatser från de tre regionala exemplen

Undersökningen visar att åsikterna går isär huruvida olika filmer kan attrahera turister till aktuella inspelningsplatser. Trollhättan visar upp en skeptisk inställning medan Filmpool Nord och Filmpool Jämtland har en positiv bild av att det följer turister i filmens spår. Det kan bero på att några turistiska effekter inte har visat sig efter att Film i Väst etablerades, medan stora turistiska framgångar visade sig främst efter *Populärmusik från Vittula*. En fråga att fundera över är också vilken betydelse det har för turismen att Film i Väst inte har någon filmkommission. Det borde sannolikt vara av mindre betydelse eftersom de är Sveriges största regionala produktionscentrum och producerar mycket film. Av större vikt till varför inte några turistiska effekter setts till området kan istället vara att de medvetet väljer att inte satsa på någon typisk miljö. Ett allmänt landskap och miljö har svårare att attrahera tittarna till ett besök, vilket innebär att det är av intresse för den Jämt-Trönderska filmkommissionen att kunna erbjuda säregna miljöer.

De motiv som framkommit i undersökningen och som generellt sett tros locka turister är om filmatiseringen bygger på en bok av en väletablerad författare eller med en känd fiktiv person, stora internationella produktioner med kända skådespelare, miljöer och landskap som exponeras via filmen, en upplevelse i anslutning till platsen och slutligen filmens berättelse. De motiv som respondenterna anser fungera som dragningskraft för turism stämmer till viss del överens med de ikoner som beskrivs av Riley med flera (1998), som inte nämner någon skillnad i om filmer är baserade på böcker eller inte.

En viktig aspekt att ta hänsyn till när man planerar en eventuell filmturism är huruvida filmen är baserad på en bok eller inte. Chanserna för att turisterna ska attraheras till inspelningsplatserna ökar om filmen sedan tidigare är förankrad genom litteraturen. Detta grundar sig i de flesta exempel, som framkommer i undersökningen, där turism har följt efter till platserna exponerade via filmen är filmatiseringar av böcker. *Sagan om Ringen* bygger på trilogin av J.R.R Tolkien och filmerna om *Harry Potter* är baserade på J.K Rowlings böcker. I de svenska exemplen syns turistiska effekter genom filmerna om Kurt Wallander. Kurt Wallander är en känd fiktiv person väl etablerad i Ystad och Henning Mankell är en populär författare också han väl etablerad i Ystad, vilket stämmer väl överens med Film i Västs uppfattning om vad som krävs av filmen för att motivera ett besök. Det är dessutom en lång serie böcker som har haft möjlighet att etsa sig fast i minnet hos tittarna. Ytterligare ett

svenskt exempel är *Populärmusik från Vittula* där filmatiseringen byggde på Mikael Niemis bok med samma namn. Den största turisttoppen i Pajala visade sig efter att boken släpps vilket visar att litteraturen har en stor genomslagskraft, även om det fanns ytterligare en ökning av turismen året efter att filmen gått upp på bioograferna. Även TV-dramat *Saltön* är baserat på böcker av Viveca Lärn. *Så som i himmelen* är inte baserad på en bok men å andra sidan är filmen en av de största bioframgångarna på mycket länge. Ett aktuellt exempel i Åre är TV-serien *Möbelhandlarens dotter* som hade drygt en miljon tittare varje avsnitt. En framgångsrik TV-serie som denna kan säkert betyda en hel del för Jämtland som besöksmål.

Det som talar för en ökad turism till Jämtland efter projektet "Varg" är att även om filmen är en fristående fortsättning på Kerstin Ekmans serie "Vargskinnet" är karaktärerna redan etablerade via litteraturen och Kerstin Ekman är en etablerad författare. Det som talar mot ökad turism är att det idag inte finns någon efterfrågan på de platser som beskrivs i böckerna med tanke på att litteraturen fortfarande har en stor genomslagskraft. Exempelvis visade boken *Populärmusik från Vittula* större turistiska effekter än filmen med samma namn. Det kommer också att bli av betydelse vad man förutom handlingen i filmen kommer att lyfta fram och fokusera på. Med detta menas huruvida landskapet kommer att ha en framträdande roll, om samekulturen kommer att belysas eller om det finns andra specifika inslag som kan fungera som en ikon som tittarna kan associera till inspelningsplatsen och därmed locka till ett besök. Ytterligare en faktor av vikt är naturligtvis hur framgångsrik filmen blir på den svenska marknaden och internationellt.

Arbetet med turism kring en regionalt producerad film bör ske utefter vilken typ av produktion som lockas till regionen. Om det inte handlar om en internationell storproduktion kommer det vara av vikt att kunna erbjuda upplevelser i samband med inspelningsplatsen. Det mest gynnsamma för turismen och dess effekter på en region innebär ett gemensamt ansvarstagande mellan inblandade aktörer.

Filmpool Nord är den verksamhet som själva är mest engagerade kring att bygga turism kring regionalt producerade filmer och TV-drama. Förståelsen är stor kring vilken roll filmkommissionen måste spela i planeringen av turismen. Tack vare detta finns det grundläggande förutsättningar att filmturismen ska fortsätta utvecklas på ett positivt sätt även efter framtida produktioner. Någon filmturism att tala om kommer inte att kunna etableras i Trollhättan så länge ett större samarbete inte kan inledas med Film i Väst och kommunen.

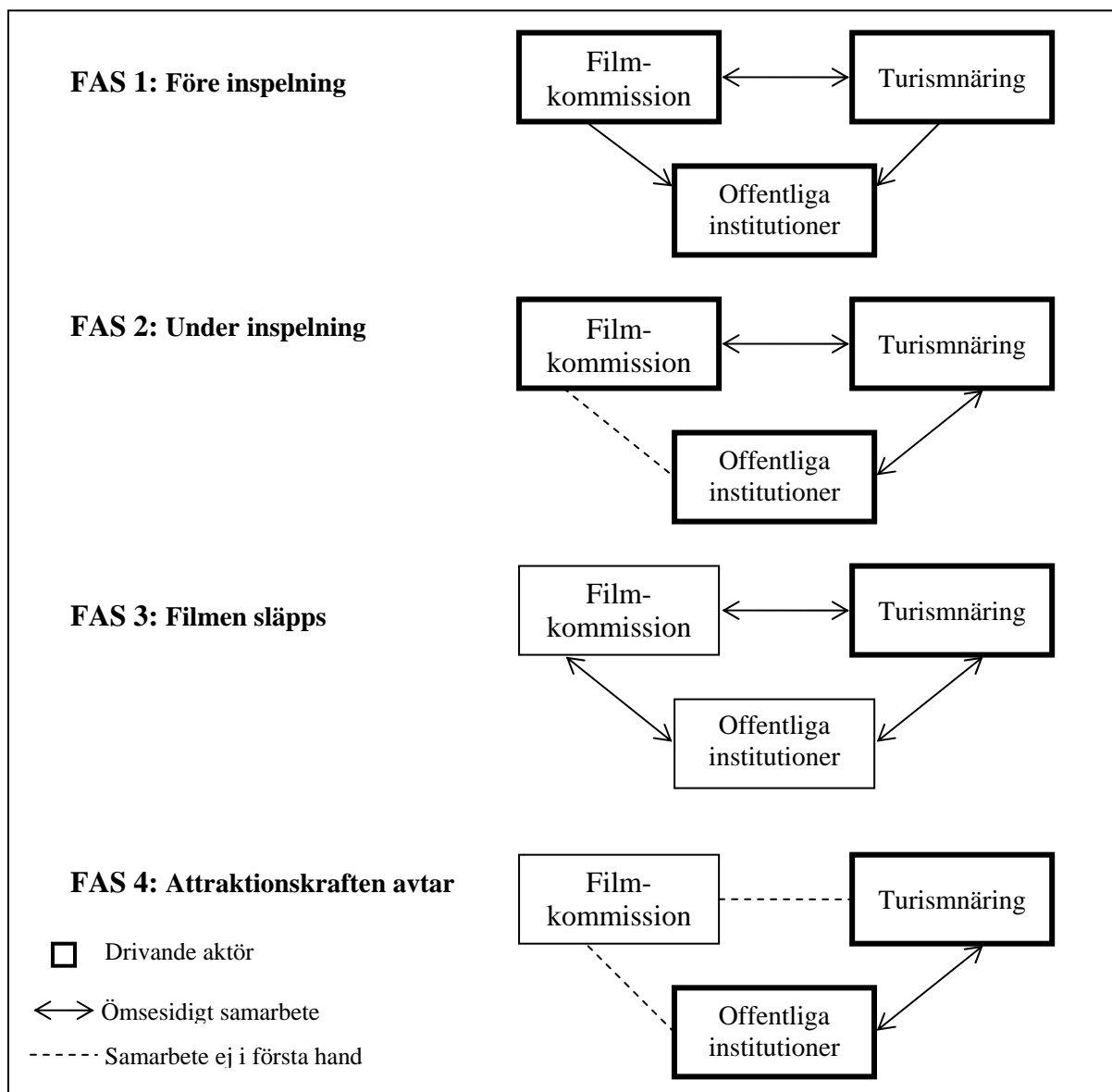
För den Jämt-Trönderska filmkommissionen blir det av vikt att kartlägga intresset för ett samarbete med en filmkommission bland turistnäringen och andra berörda aktörer som exempelvis kommun och länsstyrelse. Om intresse finns bör aktörerna tillsammans ta fram passande samverkansformer. Detta är betydelsefullt eftersom filmen kan användas som en utvecklingskraft i regionen. Genom att filmkommissionen kan presentera olika tankar om vad de kan bidra med kring en turism finns det större chans för ett positivt bemötande av ett samarbete. Ett möjligt tillvägagångssätt är att delta i olika turistiska möten för att visa sitt intresse och få en klarare bild över hur de kan vara en tillgång och hjälp i turistarbetet. Under inspelningsperioden av en film är det angeläget att kunna erbjuda fördelaktiga avtal på exempelvis logi, mat och resealternativ. Eftersom det finns ett stort antal filmkommissioner i omvärlden som erbjuder liknande miljöer blir erbjudandet av fördelaktiga avtal samt att utveckla en bra service till filmproduktionerna viktiga konkurrensfaktorer.

Grundläggande för att det ska finnas möjlighet för den Jämt-Trönderska filmkommissionen att bidra till den regionala tillväxten är att de kan attrahera filmproduktioner och filminspelningar

till regionen. Förutom arbetet med att bygga upp kontaktnätverk och aktuella databaser kan man även arbeta med att informera relevanta aktörer, exempelvis kommunföreträdare, för att klargöra vikten av regionalt producerad film och förankra satsningen lokalt. En bra lokal förankring både bland företagare och lokalbefolkningen kommer att gynna filmproduktionerna och göra inspelningarna mer lättarbetade, vilket i sin tur leder till bättre förutsättningar för att produktionsbolagen vill återkomma till regionen för flera inspelningar.

Filmkommissionens roll i en utvecklingsprocess

Ett delat ansvar mellan flera aktörer är som sagt sannolikt det mest gynnsamma för en positiv utveckling av turism kopplat till film. I de regioner där man jobbar med en filmkommission skulle man kunna dela in utveckling av turism kopplat till film i fyra olika faser (se Figur 1). Under de fyra faserna gynnas utveckling av ett gemensamt samarbete och ansvar, men olika aktörer står för huvudansvaret under olika faser.



Figur 1. Filmkommissionens roll i processen från film till turism.

De aktörer som kan anses spela störst roll under processen är utöver filmkommissionen även turistnäring och offentliga institutioner. Aktörerna inom turistnäring och offentliga institutioner kan sägas återfinnas på två nivåer, dels regionalt och dels lokalt. På den regionala nivån avses främst länsturismorganisationer och offentliga myndigheter som länsstyrelser och landsting som har ett övergripande ansvar. På lokal nivå avses lokala turistföretagare som aktivitetsföretag, hotell och restauranger samt den aktuella inspelningskommunen. Om inspelningen sträcker sig över kommungränserna är ett samarbete mellan olika kommuner önskvärt.

Fas 1 – Före inspelning

Då filmkommissionen är de som först får information om ett beslut att förlägga en inspelning i regionen ska de kontakta turistnäringen för att underrätta dem om vad som är på gång. Därefter är det ett ömsesidigt ansvar mellan filmkommissionen och turistnäringen att tillsammans bedöma vilken potential filmen har att attrahera turister till regionen. Detta med anledning av att filmkommissionen har upplysningar om vilka inspelningsmiljöer som är aktuella. De har också möjligheten att utreda om det finns potentiella ikoner i filmen som kan fånga turisternas uppmärksamhet. Turistnäringen har kunskapen om vad turisten behöver för att tillfredställas och vetskap om hur den turistiska infrastrukturen ser ut i området. Filmkommissionen och turistnäringen tar kontakt med andra relevanta institutioner i samhället för att förankra satsningen. Genom att stå enade och tidigt visa att båda parter tror på turism efter den aktuella filmen bör det finnas större möjligheter till ekonomiska bidrag för aktuella projekt som måste genomföras för att turisterna ska komma till regionen.

Fas 2 – Under inspelning

Aktörernas ansvar under inspelningsfasen är gemensamt och det är viktigt med ett samarbete främst mellan turistnäringen och offentliga institutioner och mellan filmkommissionen och turistnäringen för att kunna möta eventuella förändringar under vägen. Arbetet sker till största delen på var sitt håll med uppgifter som i förlängningen gynnar turismen. Turistnäringen inventerar vilket serviceutbud som finns på de aktuella inspelningsplatserna och involverar lokala turistföretagare i arbetet med att utarbeta upplevelser i tillägg till inspelningsplatsen. Då filmkommissionen är den aktör som står i nära kontakt med filmproduktionen är deras uppdrag att spara relevanta saker från filmen, samla in autografer och så vidare, som sedan kan fungera som en tilläggsattraktion till den faktiska upplevelsen. De offentliga institutionerna och framförallt de aktuella inspelningskommunerna bör tänka långsiktigt och fundera över hur den uppmärksamhet som kommer av filmen kan användas för att stärka regionen och skapa tillväxt.

Fas 3 - Filmen släpps

Tack vare bra förberedelser är parterna beredda och redo för turism i samma stund som filmen går upp på biograferna och därmed förloras inte betydelsefull tid initialt då filmens dragningskraft är som störst. Den drivande aktören med det största ansvaret för turismen under fas tre är turistnäringen. Det gäller att på ett bra sätt ta hand om de turister som kommer och att kunna visa vad som finns att erbjuda i resten av regionen för att främja återkommande besök. Filmkommissionen har en något mer tillbakadragen roll även om de bör finnas med i bakgrunden och vara behjälpliga mot turisterna vid behov. Marknadsföring av turistiska upplevelser i anslutning till filminspelningsplatserna bör ske i samband med marknadsföring av filmen för att på så sätt förknippa filmen med en upplevelse och ytterligare befästa dess attraktion.

Fas 4 - Attraktionskraften avtar

Undersökningen av Riley visade att filmens attraktionskraft varar i cirka fyra år efter filmens premiär (Riley et al, 1998). Därför är det viktigt att inte enbart planera runt filmturismen utan samtidigt använda filmen på ett annat sätt för att utveckla regionen och skapa tillväxt. Samarbetet sker i första hand mellan turistnäringen och de inblandade offentliga institutionerna som tillsammans är denna fas motor. Filmkommissionen inleder nya samarbeten i samband med inspelning av film på andra platser i regionen. Om de tre tidigare faserna genomförts på ett lyckat sätt har förhoppningsvis en plattform skapats för att vidareutveckla en långsiktig destinationsutveckling som kan leda till ökad tillväxt i regionen.

Filmkommissionens roll är således mest aktiv före och under inspelning även om det naturligtvis bör finnas en kommunikation mellan aktörerna genom hela processen.

Filmkommissionen i framtiden

Ansvar att förvalta filmerna för att bidra till en ökad turism är ett gemensamt ansvar mellan filmkommissionen, turistnäringens aktörer och offentliga institutioner som exempelvis landsting, länsstyrelse och aktuella inspelningskommuner. För att lyckas i framtiden bör turistnäringen involveras omgående efter att ett beslut om att förlägga en långfilmsproduktion i regionen har tagits. På det sättet kommer planeringen av en filmturism hela tiden ligga ett steg före den faktiska efterfrågan och värdefull tid direkt efter filmpremiären går inte till spillo för att då börja fundera över hur turisternas förväntningar och efterfrågan kan tillgodoses.

En betydelsefull lärdom för en region som vill utvecklas är att inte enbart planera och arbeta kring den aktuella filmen och dess eventuella efterföljande turism utan även använda uppmärksamheten som kommer av filmen till att knyta samverkansformer inom turistnäringen för en långsiktig destinationsutveckling och därmed skapa tillväxt i länet. Tillväxtaspekten på regional filmproduktion visar på att offentliga medel bör satsas för att verksamheten ska komma igång. Nästa fråga är hur verksamhetens långsiktiga finansiering ska se ut. Andra exempel på filmnätverk visar att en offentlig finansiering sannolikt är nödvändig för en långsiktigt hållbar utveckling.

Filmkommissionens arbete för att främja turismen till Jämtland-Trøndelag kan förväntas bestå av två steg. I första ledet måste ett effektivt arbete byggas upp för att möjliggöra att långfilmsproduktioner väljer att förlägga sin inspelning i regionen. Utan inspelningar kommer inga turister i filmens fotspår. Här ingår att inventera vilka olika tillgängliga filmmiljöer som man kan erbjuda och skapa olika register och avtal med personer som filmproduktionerna kan tänkas behöva komma i kontakt med. Då det finns många som erbjuder liknande filmmiljöer som den Jämt-Trönderska filmkommissionen vill erbjuda, och eftersom det inte finns några större ekonomiska resurser att tillgå, är det viktigt att istället satsa på kompetens och bra service till långfilmsproduktionerna. Ett sätt är att utveckla fördelaktiga avtal med turism- och resenäring för att kunna konkurrera med bra priser. Att bygga upp denna första del av filmkommissionens verksamhet är ett stort och tidskrävande arbete, men en förutsättning för att den svensknorska regionen ska bli ett attraktivt val för långfilmsproduktion.

Nästa steg mot att främja besökare innebär att filmkommissionen tar kontakt med turistnäringen och andra relevanta aktörer för att tillsammans kunna utveckla ett samarbete för

att främja besökare och på så sätt skapa tillväxt i länet. För att skapa förutsättningar för en filmturism är det betydelsefullt att filmkommissionen deltar i arbetet med turism framförallt före och under inspelning av filmen men även i bakgrunden när den går upp på biograferna och så länge filmens attraktionskraft varar.

Filmkommissionen kan bidra till ökat resande till regionen om de produktioner som de kan attrahera att välja Jämtland-Tröndelag som inspelningsmiljö är tillräckligt stora internationellt sett och att produktionen sedan tidigare är förankrad via litteraturen. Förutsättningarna för ett ökat resande till regionen, exponerad via film, stärks om filmkommissionen tar ett aktivt ansvar för att hjälpa till med arbetet att skapa turism kring filmen.

Konkurrensen för att attrahera filmproduktioner tycks relativt hård mellan flera regioner, och flera regioner kan sägas ha kommit längre än Jämtland och Tröndelag. Det faktum att det planerade filmsamarbetet inkluderar två olika länder gör dock att stora och delvis nya miljöer kopplas samman. Man kommer att kunna erbjuda bred kompetens utifrån ett stort antal personer och ett stort antal miljöer.

Sannolikt kommer redan befintliga besöksanläggningar att utgöra de noder som en eventuellt framtida filmturism ska växa kring. I Jämtland finns det flera destinationer med väl utbyggd, och under delar av året, begränsat utnyttjad turistisk infrastruktur. En ort som Åre kan med kort varsel ta emot filmturister. Vid sidan om en närhet till fjällen kan just dessa turistiska förutsättningar tänkas komma att utgöra konkurrensfördelar för en eventuellt kommande filmkommission.

REFERENSER

Skriftliga källor

Andersson, T. (1999). Impact analysis of events from an economic point of view, in Andersson, T., Persson, C., Sahlberg, B. and L.-I. Ström (eds), *The Impact of Mega Events*. ETOUR V 1999:3, Östersund.

Beeton, S., (2005). *Film-induced tourism*. Buffalo: Channel veiw Publications.

Christensen, L., & Kempinsky P (red), (2004). *Att mobilisera för regional tillväxt, regionala utvecklingsprocesser, kluster och innovationssystem*. Lund: Studentlitteratur.

Cohen, E., (1993). *Tourism research: Critiques and challenges* (red. Pearce, D & Butler, R.). London: Routledge.

Dahlström, M. (red) (2005), *Film och regional utveckling i Norden*. Göteborg: Svenska filminstitutet och Nordregio.

Dahlström, M., Hermelin, B., och G., Rusten (2005). Att analysera kopplingarna mellan filmproduktion och regional utveckling, i Dahlström, M. (red), *Film och regional utveckling i Norden*. Göteborg: Svenska filminstitutet och Nordregio.

Filmpool Jämtland, (2006). *Sammanfattande projektbeskrivning angående en filmkommission mellan Jämtland och Tröndelag*.

Filmpool Nord, (2005). *Verksamhetsbeskrivning*. Luleå: Filmpool Nord.

Frost, W., (2004). Braveheart-ed Ned Kelly: historic films, heritage tourism and destination image. *Tourism Management Volume 27*, p 247-254.

Lind, J., (2006). *Kan man sälja Skåne med "Wallanderfilmer"? Värdet av exponeringen av Skåne genom "Wallanderfilmerna" och deras effekter på besöksnäringen*. Cloudberry Communications AB.

MacCannel, D., (1999). *The Tourist, a new theory of the leisure class*, Berkeley: University of California Press.

Riley, R., Baker, D., & Van Doren, C. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research, Volume 25, Issue 4*, p 919-935.

Sillanpää, P. (2002): The Scandinavian sporting Tour: A case study in geographical imagology. Vetenskapliga bokserien 2002:9. Östersund: ETOUR.

Statskontoret (2005). Samhällsekonomiska aspekter av ett vinter-OS – Åre och Östersund 2014. *Rapport 2005:15*. Stockholm: Statskontoret.

Stern, P., Svensson, M. och B. Toll (2003). *Film, TV och moderna medier i Västra Götaland*. Trollhättan: Film i Väst.

Urry, J., (2002). *The tourist 2nd edition*, London: SAGE publications Ltd.

Muntliga källor

Louise Martin, Produktions- och utbildningskonsulent, Film i Väst, 2006-04-12

Anders Ericsson, VD, Visit Trollhättan AB, 2006-04-12

Eva Aspling, Verksamhetsansvarig, Filmpool Jämtland, 2006-04-24

Berit Tilly, Filmkommissionär, Filmpool Nord, 2006-04-24

Hugo Rantatalo, Projektkoordinator för ”*Vittula i Tornedalen – kulturmöte för tillväxt*” och ”*Krafttag för omtag*” Pajala kommun, 2006-04-28

Kerstin Svala, Turistchef, Pajala Turism och Evenemang, 2006-05-03

Internetkällor

www.ne.se, 2006-05-09 (sökord: *Sarek*)

www.sfi.se, 2006-05-10

www.fpn.se, 2006-05-10

www.swedenfilmcommission.com, 2006-05-10

www.lkab.com, 2006-05-12

www.trondelag.com, 2006-06-07



ETOUR - European Tourism Research Institute
Mittuniversitetet, 831 25 Östersund
Tel 063-19 58 00, Fax 063-19 58 10
E-mail info@etour.se
www.etour.se



ISSN 1404-6040