

# **Agenda Visuella Effekter**

## Innehållsförteckning

### Sammanfattning

1. Agenda Visuella Effekter
  - 1.1 Bakgrund
  - 1.2 Utmaning
  - 1.3 Syfte
  - 1.4 Mål
  - 1.5 Innovationsområdet och dess potential
  - 1.6 Strategisk innovationsagenda
2. Projekt Agenda Visuella Effekter
  - 2.1 Organisation
  - 2.2 Arbetsätt och medverkande aktörer
  - 2.3 Koordinering mot andra initiativ och aktörer - synergier
3. Utvecklingsområden
  - 3.1 Marknaden
  - 3.2 Branschen
    - 3.2.1 Standards
    - 3.2.2 Organisationer
    - 3.2.3 Internationalisering
  - 3.3 Företagsutveckling
  - 3.4 Kunddialog – pipeline
  - 3.5 Finansiering
  - 3.6 Utbildning
  - 3.7 Skatter
4. Slutsatser

## **Sammanfattning - Agenda Visuella Effekter**

Syftet med agenda visuella effekter är att identifiera och möta utmaningar för företag där teknikområdet visuella effekter utgör en väsentlig, eller kritisk del av erbjudandet. I första hand är syftet att postproduktionsindustrin för film och reklam i Sverige samlas kring en gemensam bild av utmaningar och vilka gemensamma utvecklingsinsatser som behövs för att öka industrins internationella konkurrenskraft.

Utgångspunkten för agendaarbetet är postproduktionsindustrin inom film och reklam som utgör en av de mest utvecklade och avancerade tillämpningsområden av teknikområdet visuella effekter. Men projektet har för avsikt att successivt omfatta andra överlappande tillämpningsområden, såsom inom postproduktion för andra teknikområden, till exempel inom spelindustrin, produktveckling, utbildning, samhällsbyggnad, arkitektur, medicin och design

En strategisk forsknings- och innovationsagenda ska ligga till grund för att konkretisera ett strategiskt innovationsprogram och projektet ska leda till VFX-industrin tillsammans med andra partner bidrar till att utveckla och förnya ett svenskt tekniktillämpningsområde inom olika branscher.

Agendan är finansierad av VINNOVA.



# 1. Agenda Visuella Effekter

## 1.1 Bakgrund

Teknikområdet och industrin som har byggts upp kring visuella effekter utvecklas snabbt i takt med filmindustrins utveckling. Efter George Lucas "Stjärnornas kring" 1977, strukturerades industrin om och under 1980-talet frigjorde sig postproduktionsbolagen från filmbolagen. Postproduktionsföretagen blev och är än idag underleverantörer av visuella effekter till filmindustrin.

Kravställningen på visuella effekter höjs i takt med genombrott och milstolpar inom den internationella filmscenen, såsom Tron, Jurassic Park, Terminator 2 och nu på senare tid Avatar och Life of Pi. Utvecklingen bygger på snabb teknikutveckling, slutkundernas intresse och krav, samt teknikens bidrag till ny konstnärlig utformning och innovation i filmindustrin.

Postproduktionsindustrin och dess visuella artister skapar nya bildspråk och bidrar till att tillgodose den ständigt ökande efterfrågan på visuella effekter i underhållning. Industrin för visuella effekter har sitt ursprung i film- och reklamindustrin, då kallad "trick film" som gjordes optiskt men nu övergått till digital bearbetning. Efterbearbetning krävs för alla typer av visuella produktioner som bildproduktion, film, reklam och även för spel där efterfrågan är stor på artister som hanterar både de artistiska och tekniska krav som ställs inom området.

Förutsättningarna för industrin fortsätter att utvecklas. Teknikområdet integreras alltmer i nöjesindustrin i en bredare mening. Globaliseringen har lett till förändrade produktionskedjor, bland annat på grund av att skatteregler och valutakurser som flyttar produktionen mellan länder och världsdelar. Detta har gjort att industrin och dess kreatörer har fått en nomadliknande arbetssituation. Ny informationsteknik och ett stort tillflöde av ny arbetskraft har sänkt trösklarna för att starta och utveckla produktion. Industrin verkar under förutsättningar som drar åt skilda håll.

Efterfrågan på visuella effekter ökar enormt, men samtidigt har ett ökat fokus på kostnadsreduktion gjort att krav på innovation tillsammans med produktivitet ger en obalans i budget och arbetsförhållanden.

Dessa förändringar utgör både hot och möjligheter för industrin. I Sverige och internationellt pågår nu en intensiv debatt om vad som sker och hur industrin ska agera. Det finns en relativ samstämmighet om att det finns en antal globala faktorer som driver utvecklingen av industrin:

- Politik: Vissa länder och regioner ger skattelättnader till företag som förlägger produktionen dit, vilket har lett till stora förändringar av produktionskedjorna, bland annat från USA till Kanada och Storbritannien och nu från Västvärlden till Indien och Kina.
- Ökad konkurrens: Stort tillflöde av arbetskraft med höga färdighetsnivåer globalt som ökar priskonkurrensen och sätter press på etablerade företag.
- Icke-affärsmässiga motiv: Företag och medarbetare har en stark vilja av att vara en del av filmindustrin, som kanske inte är den mest affärsmässiga strategin. Leder i längden till ohållbara affärsmodeller.
- Dynamiken i industrin: Efterfrågan från filmindustrin är extremt koncentrad till ett antal stora företag. Postproduktionsindustrin som traditionellt har agerat som underleverantörer struktureras för närvarande om till ett fåtal mycket stora bolag och mängder av riktigt små företag. Förändringen kan förklaras av att efterfrågan i global filmproduktionen med avsättning för postproduktionen är mycket volatil, vilket gör det svårt att hålla stora resursstarka leverantörer med ett jämt produktionsflöde.

## 1.2 Utmaning

Under de närmaste åren kommer drivkrafterna som påverkar industrin att accelerera vissa trender, vilket i sin tur kommer att ha stora konsekvenser för industrin som helhet, företagen och de som arbetar i industrin. De två viktiga trenderna är teknisk utveckling och effekterna av en global ekonomi.

Hur ska den svenska VFX-industrin reagera på utmaningarna som man står inför? Drivkrafterna bakom industrins utveckling kan kategoriseras utifrån de förändringar som man kan påverka och de som man inte har kontroll över själva. Vissa av faktorerna som är kopplade till globalisering och teknikutveckling utgör en realitet som branschen får anpassa sig till. Men industrin och företagen besitter också ett handlingsutrymme att själva, eller tillsammans med andra företag i branschen, utveckla sina affärsmodeller. Industrin, företagen och personalen står inför en utmaning att conceptualisera framtidens sätt att göra affärer av sitt kunnande och sin förmåga.

## 1.3 Syfte

Syftet med agenda visuella effekter är att identifiera och möta utmaningar för företag där teknikområdet visuella effekter utgör en väsentlig, eller kritisk del av erbjudandet. I första hand är syftet att postproduktionsindustrin för film och reklam i Sverige samlas kring en gemensam bild av utmaningar och vilka gemensamma utvecklingsinsatser som behövs för att öka industrins internationella konkurrenskraft. I andra hand är syftet att kartlägga andra branscher där teknikområdet visuella effekter utgör en kritisk resurs, men inte utgör kärnan i företagets erbjudande.

## 1.4 Mål

Målet med projektet är att utveckla en strategisk forsknings- och innovationsagenda för teknikområdet visuella effekter och dess tillämpningar inom olika branscher. Agendan ska skapas av relevanta aktörer som tillsammans ska verka för att vision om industrins framtid utvecklas.

## 1.5 Innovationsområdet och dess potential

Branschen är relativt ny och inte särskilt genomlyst avseende storlek, struktur och inriktning. Utifrån befintlig statistik hamnar teknikområdet med tillämpning inom SNI 59.1 film, video och tv-programföretag som omfattar ca 8000 företag. Branschen utgörs i regel av små konsultföretag där den det stora antalet företag har emellan 0-4 anställda. Branschen visar på tillväxt i antal företag och anställda.

De företag som ingår i projektet utgörs av postproduktionsbolag som i genomsnitt har 17 anställda och omsätter 22 Mkr. Största företaget omsätter 230 Mkr och har 180 anställda. Det minsta omsätter 1 Mkr och har en anställd i och med att strukturen i branschen är under stark omvandling med en polarisering mot stora och riktigt små företag, så kommer särskild vikt läggas vid att små företag medverkar och finns representerade i projektet.

Utgångspunkten för agendarbetet är postproduktionsindustrin inom film och reklam som utgör en av de mest utvecklade och avancerade tillämpningsområdena av teknikområdet visuella effekter. Men projektet har för avsikt att successivt omfatta andra överlappande tillämpningsområden, såsom inom postproduktion för andra teknikområden, till exempel inom spelindustrin, produktutveckling, utbildning, samhällsbyggnad, arkitektur, medicin och design. Projektet har som mål att genomföra en övergripande analys av vilka företag och i vilken omfattning man använder sig av tekniken, som kan ligga till grund för fortsatta insatser av branschspecifika analyser av hur visuella effekter kan utvecklas. Varje bransch har sin egen affärslogik och projektet får avgränsas till att analysera teknikaspekten i övriga branscher.

Den globala marknaden för visuella effekter leds av USA. Dels räknat i ekonomi, dels i form av innovation och registrerade patent inom animation, som i första hand kan förklaras av att de stora

filmbolagen såsom Disney och Dreamworks genererar en enorm efterfrågan av innehåll och animation. Men den globala efterfrågan, andra marknader, är stor och växande.

Teknikområdet är en hävstång för tillämpningar inom bland annat film, tv, video/DVD, annan underhållning, utbildning spel mm. Teknikområdet utgör en kärna för visuella upplevelser som åter sig in och tar en allt större andel av produktionerna. Rena visualiseringstjänster inom postproduktion uppskattas till MUSD 10 (miljarder) som växlar upp i den globala marknaden för animation och spelutveckling uppskattas utvecklas från MUSD 112 för 2010 till MUSD 243 år 2016, vilket utgör en tillväxt på 13 %. Nordamerika utgör den största marknaden med ca 42 %, följt av Europa. Asia-Pacific och Japan är den region som växer snabbast med en prognos på 19 % årlig tillväxt.

## 1.6 Strategisk forsknings- och innovationsagenda

Projektet ”Agenda Visuella Effekter” ingår i VINNOVA:s satsning på *strategiska forsknings- och innovationsagendor*. Syftet med programmet är att stimulera utvecklingen av gränsöverskridande forsknings- och innovationsagendor som kan stötta samverkan mot gemensamma målbilder och ligga till grund för nästa generations samverkansprogram för att möta den globala konkurrensen.

Nya samverkansprogram ska leda till mer relevant industriutveckling, användbar forskning, som nyttiggörs i en väl fungerande innovationsmiljö, där nyckeln till att stärka Sveriges innovationsförmåga är en ökad samverkan mellan olika forskare, branscher och företag.

Det förväntade resultatet av programmet är att stärka samverkan mellan små och stora företag, offentliga verksamheter, universitet och högskolor, forskningsinstitut och andra organisationer i innovationssystemet. Utgångspunkten för programmet är utveckling av strategiska forsknings- och innovationsagendor (strategiska FoI-agendor) som formuleras gemensamt av behövsägare och forskningsutövare med syfte att skapa en enad målbild för samverkan.

## **2. Projekt Agenda Visuella Effekter**

### **2.1 Organisation**

Campus i12, Eksjö kommun har varit projektägare. Projektet har genomförts av personal vid Campus 12 som har Eksjö kommun som huvudman. Campus i12 bedriver högskoleutbildningar och YH-utbildningar inom digital visualisering med bl.a. målgruppen företag inom film- och postproduktion. Tekniska Högskolan i Jönköping är huvudman för utbildningarna. Projektet leds av Sofia Delis som är programansvarig för Digital Visualisering och Joakim Falkäng som är projektledare för Visualization Park, en företagsinkubator som fokuserar tillämpningar av digital visualiseringsteknik.

Campus i12 uppfattas i branschen som en god aktör som kan erbjuda en neutral arena för branschutveckling. Campus i12 har upparbetade kontakter med ca 50 av de ledande postproduktionsbolagen i Skandinavien. Campus i12 utbildar de flesta som söker sig till branschen i Sverige. Visualization Park verkar för nyföretagande och teknikspridning. Utbildnings- och företagsmiljön blev uppmärksammad genom att vinna EU-kommissionens European Enterprise Promotion Awards 2013 för "Investment in Skills - Fostering knowledge transfer and digital visualisation.

#### Projektets styrgrupp

Fredrik Pihl, VFX producer/supervisor, UIC AB  
Fredrik Höglin, Senior compositor, Fido Film  
Victor Sanchez, Digital compositor, VSVE  
Lars Nicklasson, prorektor, Högskolan i Jönköping

#### Projektledning

Sofia Delis, programansvarig, Campus i12  
Joakim Falkäng, projektledare, Visualization Park

### **2.2 Arbetssätt och medverkande aktörer**

Agendan baseras på intervjuer med enskilda företag och två branschträffar där olika stora inflytelserika företag/organisationer med gemensam beröringspunkt inom svensk postproduktion har medverkat. Med anledning av att agendan syftar till att ha en nationell funktion så har intervjuer främst spridits ut i de tre största orterna; Stockholm, Göteborg och Malmö. Agendaarbetet har i huvudsak genomförts i Sverige men för att förankra det nationella perspektivet internationellt har även inhämtning av information och diskussioner förts med parter utanför Sveriges gränser.

Initialt genomfördes en mindre branschträff för att diskutera underlaget till de intervjuer som skulle genomföras under våren samt vad som var viktigt vid urval av respondenter.

En provintervju genomfördes med ett företag i Stockholm och ytterligare förändringar till frågeunderlaget genomfördes.

Under perioden då intervjuerna genomfördes har ytterligare synpunkter kommit fram men då de inte har varit avgörande för arbetet så har underlaget inte korrigerats. Totalt har underlaget genomgått två revideringar före intervjuperiodens start.

Tre internationella aktiviteter har genomförts med delar eller hela syftet att verka för agendaarbetet.

En avslutande branschträff genomfördes för att förankra de olika utvecklingsområden som identifierats i intervjuunderlaget.

Följande företag/organisationer har bidragit till agendan genom deltagande i intervjuer, närvaro på branschträffar eller annat stöd.

- Important Looking Pirates
- Swiss
- DICE
- Hobby Film
- Svensk Filmindustri Produktion
- Madcrew
- Chimney
- Fido
- Nordisk Film Shortcut
- Copenhagen Bombay
- Redloop
- Upper First
- Digifex
- Bobby
- Barcelona Activa
- The Animation Workshop
- Bournemouth University
- Idefagskolen
- Snowcloud Productions
- Svenska Filminstitutet



## 2.3 Koordinering mot andra initiativ och aktörer - synergier

Vikten av samarbete mellan olika aktörer har identifierats och bekräftats under förstudien. Det finns ett antal olika parter i Sverige som är direkt kopplade, eller knyter an, till VFX industrin och är intressanta ur samarbetsynpunkt.

### *Dataspelsbranschen – Swedish Game Industry*

Dataspelsbranschen är en samarbetsorganisation som samlar och kommunicerar data- och tv-spelsbranschens ansvar och frågor både internt i branschen och externt i media.

Dataspelsbranschen har initierat Agendan GAME vars syfte är att ta ett första steg till att positionera spel som ett eget FoU&I-område för att långsiktigt ta tillvara Sveriges förutsättningar inom området och stärka Sveriges konkurrenskraft. Förväntade resultat omfattar bland annat ”att systematiskt dra nytta av och maximera spillover-effekter från spelindustrin till andra branscher”.

Data- TV-spel och industrin för visuella effekter är nära besläktade och överlappar varandra i vissa avseenden. Identifiering av gemensamma utvecklingsinsatser och att dra nytta av synergieffekterna fullt ut är en viktig faktor som kan bidra till positiva följd effekter både för den nationella spelindustrin såväl som industrin för visuella effekter.

### *Svenska Filminstitutet*

Stiftelsen Svenska Filminstitutet har en mycket betydelsefull roll för svensk film. Filminstitutets mål är att stödja produktion, distribution och visning av värdefull film, att bevara och tillgängliggöra det svenska filmarvet samt att representera svensk film internationellt.

Filminstitutets styrelse utses av Sveriges regering och verksamheten regleras dels i det så kallade Filmavtalet upprättat mellan staten, SVT, TV4 och den svenska filmbranschen.

Den svenska filmbranschen och industrin för visuella effekter är tydligt sammankopplade och visuella effekter används i majoriteten av de filmer som produceras i Sverige. Genom att identifiera gemensamma utvecklingsmöjligheter kan svensk film stärkas både nationellt och internationellt.

Under pågående agendaarbete identifierades av branschen en nationell utvecklingsmöjlighet som berör Sveriges främsta filmpris; Guldbaggen. Svenska Filminstitutet är avsändare av priset Guldbaggen som delas ut för framstående insatser inom svenskfilm. I florin av kategorier fanns pris för bästa visuella effekter som blev indraget vid 2013 års utdelning då det saknades tillräcklig kunskap inom området för att kunna genomföra nomineringsprocessen.

Kontakt har upprättats och SVEA, svensk branschförening för visuella effekter har inlett en dialog med Svenska Filminstitutet. En Guldbagge för kan ge en bredare uppmärksamhet för visuella effekter.

### *SVEA – Swedish Visual Effects Association*

Svensk branschorganisation för visuella effekter, startades upp i juni 2012 av Sofia Delis och Fredrik Pihl. Föreningen har som ändamål att främja medlemmarnas och branschens utveckling och föreningen ska ta en plats i den offentliga debatten i industrin för visuella effekter i Sverige. Föreningen ska utgöra ett nätverk för medlemmar som är yrkesverksamma och studerande inom visuella effekter.

SVEA är en organisation som på kort tid har fått god genomslagskraft och stort stöd inom branschen. Föreningen och dess medlemmar fyller en viktig funktion i de utvecklingsområden och samarbetsprocesser som identifierats i agendan.

### *Svenska producenter av animationsfilm*

Vid Svenska Filminstitutets andra årliga animationsseminarium i Filmhuset i Stockholm i maj 2014 lades det fram ett upplägg för ett producentnätverk inom animationsfilmsproduktion av Petter Lindblad, producent på Snowcloud Films AB och Sveriges representant i CARTOON. Syftet är att under hösten 2014 organisera svenska filmproducenter som arbetar med finansiering och produktion av animationsfilm.

### *Svenska Tecknare*

Svenska Tecknare är en intresseorganisation som organiserar illustratörer, grafiska formgivare, animatörer och serieskapare. De arbetar med att stärka och utveckla yrkesrollen för sina medlemmar men strävar samtidigt efter att stödja alla som är verksamma inom fältet.

Svenska Tecknare driver frågor som rör området visuella effekter på olika plan och kan därför ses som en organisation där samarbete är en möjlig väg till ett ömsesidigt utbyte i syfte att stärka industrin inom illustration, grafisk design och rörlig bild både i Sverige och utomlands.

### *SAAVA*

SAAVA är intresseorganisationen för animation och vfx med allt från enskilda animatörer till tv-grafiker, festivaler, produktionsbolag, och helt vanliga animationsentusiaster som medlemmar. SAAVA arbetar för att stärka animationen genom att arrangera filmvisningar med de bästa svenska animerade filmerna, ordna animationsbar med miniseminarier och nätverkande, opinionsbildning m.m.

### *Film & TV-Producenterna*

Film & TV-Producenterna är en branschorganisation för produktionsbolag i Sverige som producerar långfilm, dokumentärfilm, TV-program och/eller reklamfilm. Organisationen syftar till att tillvarata medlemmarnas ekonomiska intressen och företräda medlemsbolagen i frågor som rör villkoren för produktion och exploatering av film, tv och reklamfilm.

Film & TV-Producenterna bildades 2009 efter samgående mellan Sveriges Filmproducenter, Sveriges TV-producenterna och Sveriges Reklamfilmsproducenter (SRP). Organisationen har drygt 120 medlemsbolag fördelade på tre sektioner för film, tv respektive reklamfilm. Film & TV-Producenternas kontor ligger i Filmhuset på Gärdet i Stockholm.

### *The Galaxy of postproduction*

The Galaxy of postproduction är ett nätverk av kompetens från en rad företag med verksamhet inom postproduktion: Magoo 3D animation, Europa Sound Production, Frivy Design, CinePost studios, Belladante, Videa, Horsepower och andra. The Galaxy of postproduction är en ideell förening som har till syfte att utveckla en kreativ virtuell miljö för professionell efterbearbetning av film. Föreningen drev 2011-

2013 projektet ”Gävleborg Dalarna postproduktion av film och digitala medier” med kraftfullt stöd på såväl nationell som regional och lokal nivå. Projektet har avslutats men föreningen driver nu verksamheten vidare.

#### *MediaEvolution*

MediaEvolution är ett mediakluster och medlemsorganisation som syftar till att stärka innovation och tillväxt i sydsvenska mediaindustrin genom mötesplatser, marknadsutveckling och kompetens.

#### *South post - nätverk*

Southpost vill samla alla oavsett storlek som arbetar med postproduktion i någon form i södra Sverige till ett gemensamt nätverk. Ambitionen är att tillsammans med Media Evolution bygga ett nätverk med möjlighet att locka nationella och internationella film-, TV- och reklamproduktioner att förlägga postproduktion i Skåne och/eller Blekinge.

#### *Swedish Film Commission*

Sweden Film Commission är en svensk samarbetsorganisation skapad för att främja och underlätta internationella samarbeten och placeringar av utländska film- och TV-produktioner i Sverige med användande av svenska faciliteter, miljöer, teknik och personal.

Filmkommissionen är sammansatt av en grupp av de regionala svenska filmkommissionerna: Swedish Lapland Film Commission / Filmpool Nord, Filmregion Stockholm-Mälardalen Film Commission, Oresund Film Commission / Film i Skåne och West Sweden Film Commission / Film i Väst.

### 3. Utvecklingsagenda

Här presenteras de prioriterade utvecklingsområdena med en kort beskrivning av respektive projekt som kommer att bedrivas i ett genomförandeprogram. Projekten får ses som konkreta exempel på utvecklingsområden som identifierats gemensamt av VFX-branschen. Förstudien har identifierat att liknande behov finns hos andra branscher, men den slutliga agendan kommer att innebära modifiering av befintliga utvecklingsplaner och kompletteringar utifrån en större konstellations behov och intresse.

Utvecklingsområden

1. Marknaden
2. Branschen
  - 2.1 Branschstandarder
  - 2.2 Branschorganisationer
  - 2.3 Internationalisering
3. Företagsutveckling
4. Kunddialog – pipeline
5. Finansiering
6. Utbildning
7. Skatter

### 3.1 Marknaden

#### *Utmaning*

Marknaden för visuella effekter består främst av efterfrågan från film- och reklamindustrin. Filmindustrin domineras av Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal och Warner Bros. Dessa står för en stor del av den globala efterfrågan av visuella effekter. Den oligopolliknande strukturen för att dessa företag har en stor påverkan på var produktion förläggs, priser och andra villkor i branschen.

De svenska företagen är i de flesta fall inte direkt exponerade mot de stora filmbolagen, utan är mer beroende av vilka produktioner som görs i Sverige eller uppdrag gentemot internationella produktionsbolag.

De flesta svenska VFX-företagen uppger att lönsamheten är beroende av hög beläggning. Problemet är att efterfrågan ofta är volatil, det vill säga svänger mellan olika produktioner och den allmänna efterfrågan. Mängden arbete och när produktioner ska genomföras är osäker vilken gör effektiv produktionsplanering svår.

Konkurrensen ökar allteftersom branschen mognar. Arbetsmetoder och teknik utvecklas och är tillgänglig för de flesta aktörerna. Tillströmningen av ny arbetskraft i branschen göds av det stora utbudet av utbildningsprogram och nätbaserade kurser och instruktionsmaterial. Detta i kombination med en global arbetsmarknad och låga ”barriers of entry” gör att konkurrensen upplevs som hård bland de svenska företagen.

När branschen mognar sker en förflyttning från innovation till produktion, d.v.s. fokus från lärande och utveckling till produktion med allt högre krav på produktivitet och effektivitet. Ökad konkurrens leder till lägre priser för VFX-företagen och de företag som inte har en specialisering eller unicitet i sitt erbjudande kommer att drabbas av lägre lönsamhet.

#### *Utvecklingsprojekt*

- Program för att bidra till strategi och specialisering för svenska företag för att nå nya marknader.
- Metoder och organisation för att främja tjänstexport, nätverk och samarbete internationellt. Undersökning och marknadsplan för att definiera hur svenska företag kan sälja som ett kollektiv.
- Inleda ett trovärdigt partnersnätverk med de större internationella postproduktionsföretagen för att hantera ”overflow” i produktion. Större produktioner kräver ofta extra resurser närmare leverensdatum då belastningen vanligtvis är högre.
- Information och marknadsföring gentemot filmregionerna i Sverige
- Ta fram samarbetsavtal mellan företagen vid samarbete.

## 3.2 Branschen

### *Utmaningar*

#### 3.2.1 Branschstandarder

Branschen rör sig från att vara ung till mogen. Ännu har inga tydliga, gemensamt accepterade branschstandards etablerats. Avtal bör innehålla begrepp som är allmänt begripliga och accepterade i branschen, både hos leverantörer och beställare. Med beaktande av att det många gånger finns anledning till individuella anpassningar av avtal, så bör ett branschgemensamt avtal med standardiserade begrepp utgöra grunden för köp av tjänster, samt den standard som överenskommelser kan falla tillbaka på om inget annat har avtalats.

#### 3.2.2 Branschorganisationer

Under rubriken ”2.3. Koordinering av initiativ och aktörer” redogörs för en del av de organisationer som verkar för att utveckla visuella effekter och relaterade områden. För att industrin ska kunna dra nytta och för att skapa synergier mellan dessa organisationer bör någon form av koordinering av roller och aktiviteter ske, t.ex. inom ramen för ett övergripande Strategiskt Innovationsområde.

#### 3.2.3 Internationalisering

Enligt branschen så har svenska postproduktionsföretag ett gott rykte internationellt och den svenska arbetskraften uppskattas internationellt. Problemet är att allt för lite efterfrågan kanaliseras till de svenska företagen. På samma sätt som de företagen behöver ha balans i sin produktion mellan korta och långa projekt, behöver företagen ha avsättning på den internationella marknaden för att balansera den inhemska efterfrågan och för att nå tillväxt.

#### 3.2.4 Synlighet

Den svenska industrin för visuella effekter är inte särskilt uppmärksammas utanför den egna branschen. Det är en ung bransch som inte är särskilt väl beskriven eller genomlyst. Om branschen ska dra nytta av till exempel politiska initiativ, satsningar på utbildning och FoU, så krävs att företagen och branschen blir synlig för olika målgrupper. Bättre information om vad företagen och branschen gör och vilken roll den spelar i ett större sammanhang bidrar till ökad synlighet. Branschens utveckling skulle kunna utgöra ett underlag för policy och för företagen själva.

### *Utvecklingsprojekt*

- Utveckla standardavtal anpassat till branschen. Utgå från best practice befintliga avtal, liknande standardavtal och utveckla en standardiserad begreppsapparat. Kommunicera resultatet och verka för att det accepteras hos såväl leverantörer som beställare. Utbildningar, mallar, annat undervisningsmaterial (exempelvis fem tips för att halvera din VFX-budget).
- Matrikel över svenska företag i Sverige som gör VFX.
- Information (utbildning) om tekniken som vänder sig till en bredare målgrupp. Exempelvis breakdowns som sprids i olika medier, youtube-aktiviteter, tv-program.

- Utveckla marknadsplan för att informera om branschen för målgrupper som är relevanta för branschens utveckling.
- Utveckla branschindex som följer branschens ekonomiska utveckling.
- Branschgemensamma marknadsföringsinsatser på internationella marknader.
- Sverige ska fokusera på att samproducera VFX-tunga filmer internationellt.
- Se över och utveckla en standard för pitchförfarandet.

### 3.3 Företagsutveckling

#### *Utmaning*

Om man börjar med individerna, så är en vanlig uppfattning att de flesta som är verksamma i branschen är det för att de brinner för den kreativa problemlösningen och för att göra film. Det finns även en hel del prestige i att arbeta med mediaprodukter som når offentligheten.

Individernas motivation till att vara en del av branschen är både en styrka och en svaghet. Individerna brinner för film och produktioner som driver branschens utveckling, men viljan att vara en del av branschen kan också göra att affärsmässigheten kan bli lidande. Både företagsledning och medarbetare är ofta i första hand kreatörer och inte affärsmän eller har inte ett allt igenom professionellt förhållningssätt till sin yrkesverksamhet.

Företagsledare har startat som artister, programmerare eller som producenter med mera. De har lärt sig företagande genom kollegor och den erfarenhet de har samlat på sig under sin karriär och av andra i branschen. Det har bidragit till hur företagen och branschen leds och utvecklas. Det är inte särskilt vanligt att man tar in extern expertis på till exempel finansiering och kassaflöden, utan branschens upplevda unicitet ställer krav på lång erfarenhet inom branschen. Detta kan vara en förklaring till att många företag i sämre tider har svårt att hantera lönsamhet, kassaflöde och affärsutveckling.

Bristen på formell kunskap ska kanske inte överdrivas men för branschen som helhet är risken att viktiga gemensamma frågeställningar inte hanteras, bland annat hur överrenskommelser med kunder ska se ut i branschen, vilka avtal och villkor som ska användas. I andra mogna branscher utvecklas standarder och etablerad metoder. Frågan är vem som tar ansvar för dessa branschgemensamma frågor.

På motsvarande sätt skulle man kunna identifiera de brister i företagens interna styrning för att utveckla metoder för företagsledning som mer motsvarar hur företag i mognande branscher leds och organiseras.

#### *Utvecklingsprojekt*

- Internationell problematik som det förmodligen redan finns lösningar på. Kontakta Creative Europe Mediadesk, för att se vilka program/konsulter/erfarenheter som finns.
- Nationellt program för att professionalisera och förbättra affärsmässigheten hos de svenska företagen.
- Tydliggöra vad ett kvalitetssäkrat företag innebär. Hållbart - sustainable. Utvärdera och informera om de krav som de stora filmstudiorna har på sina leverantörer, till exempel avseende IT-säkerhet.



### 3.4 Kunddialog - pipeline

#### *Utmaning*

Kunddialogen under projekt har stor påverkan på produktivitet. Beställare såsom filmregissörer och kreatörer på reklambyråer kan ge mer eller mindre tydliga instruktioner och krav, före och under produktioner. VFX-företagen menar generellt att ändringar i produktionsförutsättningarna har stora konsekvenser på lönsamheten i projekt.

Vem har då ansvar för att hantera konsekvenserna av ändringar under produktionsprocessen? Ytterst är det VFX-företagen som har ansvar för att ställa krav på beställare och att ta betalt av beställaren för ändringar, det vill säga att styra kunddialogen. Men företagen menar att en del beställare inte är medvetna om konsekvenserna och kostnader för ändringar och att det skulle behövas en bättre medvetenhet hos beställarna om kostnader och ledtider i projekt.

Företagen menar att det finns olika åtgärder som skulle kunna förbättra kunddialogen. Beställaren kan anställa en supervisor som kan visuella effekter och de olika produktionsprocesserna. Beställarna kan utbildas. Olika systemlösningar kan användas för att stötta kunddialogen och feedback under processen.

#### *Utvecklingsprojekt*

- Metoder för godkännandeprocessen i relation mellan leverantör och beställare. Utforma guidelines utifrån best practice.
- Utveckla branschgemensamt koncept för utbildning av beställarens organisation.
- FoU-projekt för att identifiera och utveckla best practice för systemlösningar för att hantera kunddialogen. Gör tillsammans med befintliga systemleverantörer.
- Enas om en prioriterad standard för att presentera för kund.

### 3.5 Finansiering

#### *Utmaning*

Ett av de stora problemen i branschen är att man verkar som konsulter gentemot beställare som äger IP för produkten som utvecklas. Postproduktionsföretagen kan ta betalt för arbetsinsats och särskilt kompetens, men äger ingen produkt som kan generera intäkter löpande. Det finns inte heller några royalty-system för produktioner.

I diskussioner om företagens strategier för att finna hållbar, långsiktig lönsamhet kommer frågan om företagens möjligheter att investera i de produktioner som man genomför upp. Flera företag har erfarenhet av att investera tid i produktioner mot andel i produktionernas framtida intäkter eller lönsamhet. Men det verkar som de flesta företag känner en stor osäkerhet inför liknande investeringar och i allmänhet inte har bra erfarenheter från detta.

Att investera i konstnärliga projekt, såsom film eller TV-produktioner, ligger kanske utanför företagens kärna och kompetens. Få avundas kanske en riskkapitalist i kultursektorn? Men investeringar i kreativa produktioner är inget nytt för t.ex. produktionsbolag. Dessa är vana vid att söka och pussla ihop finansiering från olika håll.

Problemet är att de flesta postproduktionsföretag inte har kunskap om de finansieringsmöjligheter som finns. Finansieringslandskapet är komplext och svarar därför kanske inte direkt mot de behov som företagen har när det gäller typ av finansiering, framförhållning med mera. Finansiering finns hos en mängd olika aktörer på olika systemnivåer, till exempel Svenska Filminstitutet, Nordiska ministerrådet och EU:s Creative Europe.

Finansieringsmöjligheterna kan ibland ha andra företag och individer än postproduktionsföretag och artister som målgrupper, varför det kan behövas att arbeta för att informera och påverka finansieringsprogrammen för att även omfatta visuella effekter.

#### *Utvecklingsprojekt*

- Sammanställ, uppdatera och kommunicera de finansieringsmöjligheter som industrin kan ha nytta av. Kommunicera med framgångsexempel och typfall.
- Identifiera och påverka utformningen av finansieringsprogram som kan vara tillämpligt för industrin.
- Utveckla organisation och arbetssätt för att långsiktigt kunna säkerställa finansiering av egen IP för industrin.
- Utbildning och information för samproduktion. Samproduktioner kräver ny roll och ny kunskap hos VFX-företagen.

### 3.6 Utbildning

#### *Grundutbildning*

Branschen består i förhållandevis hög grad av personer som har tillägnat sig kunskap om teknik och tillämpning på egen hand. Efterhand har formella utbildningar tillkommit och det finns hundratals akademiska eller andra institutioner för högre utbildning som ger fleråriga utbildningsprogram inom visuella effekter eller liknande. Inriktning på utbildningar och kvalitet skiljer sig åt mycket. I Sverige och i ett internationellt perspektiv utbildas mer än tillräckligt för att förse industrin med nyutbildad arbetskraft. Därtill kommer självlärd och alla de som tillägnat sig utbildningar via nätet. Utvecklad teknik och spridningen av programvaror och teknik gör det enklare för för ny arbetskraft att ta sig in i industrin. Tillsammans med tillgång till utbildning har det bidragit till att den globala arbetskraften utökas snabbt.

I Sverige finns längre eftergymnasiala utbildningar både som högskoleutbildningar och Yrkeshögskoleutbildningar, bland annat:

- Högskolan i Jönköping, Campus i12, Eksjö
- Nackademin, Stockholm
- Luleå Tekniska Universitet, Gscept, Skellefteå
- Högskolan i Väst, Trollhättan
- Stockholms Dramatiska Högskola
- Hyper Island, bland annat i Stockholm och Karlskrona
- Spelutbildningar, bland annat Högskolan i Skövde, Malmö

De svenska VFX-företagen har en relativt bra kunskap om vilka utbildningsanordnare och de större företagen finns representerade på rekryteringsdagar på dessa skolor. Även internationella företag arbetar aktivt för att rekrytera svensk arbetskraft. Som exempel kan nämnas att hälften av studenterna som studerar Digital Visualisering vid Campus i12 gör sin praktik och får sitt ingångsjobb utanför Sverige. Så utbildningarna är internationellt gångbara, liksom arbetsmarknaden är internationell.

Var och en av utbildningsanordnarna har sina egna utbildningsinriktningar och vänder sig i viss mån mot olika avnämare. Det finns ingen samordning av eftergymnasial utbildning för att tillgodose industrins nuvarande och framtida behov.

För att långsiktigt utveckla utbildningarna i Sverige och för att bredda utbildningsutbudet krävs att de högskolor och privata företag som bedriver utbildning riktar sig mot en internationell marknad. Större utbildningsvolym ger underlag för ytterligare specialisering och bättre ekonomi i systemet. Ett större inflöde av utländska studenter bidrar till mer talanger i den svenska industrin.

De svenska utbildningsanordnarna lever inte i ett slutet svenskt eko-system, utan har mycket att vinna på att samarbeta med internationella högskolor och universitet. Ett utökat samarbete och en högre grad av studentmobilitet kan bidra till en ökad specialisering hos utbildningsinstitutionerna och ett bättre utbud av specialiserad arbetskraft.

Detta innebär att skolor med internationella ambitioner får professionaliseras för att vara internationellt konkurrenskraftiga för att säkerställa att studenter, lärare och internationella företag.

#### *Vidareutbildning*

De företag som medverkar i agendan har inte några entydiga och tydliga behov av vidareutbildning av befintlig personal. Specialister rekryteras, snarare än utbildas på företagen. Men som tidigare konstaterats saknar många företag formell kompetens när det gäller ledning och styrning på olika nivåer i företagen, varför det kan finnas behov för branschanpassade utbildningar för redan yrkesverksamma.

### *Utvecklingsprojekt*

- Utveckla grundutbildningar för industrin som bygger på skolornas specialisering och behovsinventering av vad som saknas idag och i framtiden.
- Utbildningsanordnarna utvecklar samarbeten med internationella skolor för att både bredda och specialisera utbildningar för studenter.
- Utbildningsanordnarna utvecklar samarbeten med internationella företag
- Program för att öka rekrytering av internationella studenter till svenska skolor och kompetens till den svenska industrin.
- Internationella utbildningar som kan lyftas in i Sverige.
- Spetsutbildningar för yrkesverksamheter – gärna internationella erfarenheter.
- Företagssevent och företagsfest för branschen.
- Animationsregissörer saknas. Eventuell påbyggnadsutbildning på befintlig animationsutbildning.

### 3.7 Skatter

#### *Utmaning*

De svenska VFX-företagen har ingen enstämig syn på skattesubventioner. De flesta menar att produktion och industrin inte kan leva på ett subventionerat system. Inte heller de utländska företag som har medverkar i agendaprojektet tror att skattesubventioner är en långsiktig, hållbar modell. Men skattesubventioner existerar och styr var produktionen förläggs. Skattesystemen används för industripolitik för att bygga upp industrier som man vill attrahera i olika länder och regioner.

VFX-företagen har att anpassa sig till de skattesystem som finns och vara medvetna om hur filmbolagen använder systemen för att förlägga produktion. För VFX är inte lokalisering lika kritiskt som för inspelning, så filmbolagen kommer att förlägga produktion till de länder som har subventioner eller låga kostnader. Internationellt uppgår subventionerna till ungefär 20-50 % rabatt på produktionskostnaderna. Filmbolagen kan kosta på sig att ta större risker när det gäller val av leverantörer. Visserligen kommer det alltid finnas produktioner som har unika krav som bara vissa VFX-bolag kan möta. Dessa företag kan leva utanför subventionssystemet. För företag lokaliserade utanför subventionerna är utmaningen att utveckla dessa förmågor. I vilket fall som helst måste både företag och medarbetare vara medvetna om hur subventionssystemen ser ut internationellt och med att det i högsta grad styr över var stora produktioner läggs. Enligt en del av företagen som har medverkat i projektet är möjligheterna till subventioner binärt för val av VFX-bolag, oavsett hur den totala kostnadsbilden ser ut.

Även om branschen har sina egna utmaningar och förutsättningar så kan mycket av den allmänna diskussionen om skattesubventioner lånas från skattesystem för filmproduktion. Bengt Toll har på uppdrag av Film och TV-producenterna (2013) skrivit ett diskussionsunderlag om filmens framtida förutsättningar och utvecklar särskilt skatteproblematiken. Bengt Toll menar att det pågår en lågintensiv och utdragen diskussion i EU om det nya regelverket för offentligt stöd till filmproduktion. En av de svårare frågorna att komma till rätta med är de olika skattelättnadssystem som många medlemsstater har för att locka till sig stora filmproduktioner från företrädesvis USA. Kommissionen försöker stävja detta ”krig mellan stödsystemen” där olika länder bjudit över varandra med skattemedel för att locka till sig projekt.

Det troliga är att man kommer att införa någon form av tak men ändå tillåta systemen. Man kan urskilja två olika typer av skattelättnadssystem. Ett som ger privata investerare en möjlighet att skjuta upp beskattning för att istället investera i filmprojekt. På senare tid har dock allt fler länder övergett den här modellen, man har funnit det blivit dyrt för staten i förhållande till vad det tillfört. Möjligheterna att missbruka systemen har också varit uppenbara.

En mer hållbar modell, och en alltmer gångbar, är att ge ”skatterabatt”. Flera länder, och också regioner, Europa och världen praktiserar detta. Det betyder i korthet att producenten i efterhand får tillbaka en viss del av det man spenderat under inspelningen av en film. Det är staten som ger tillbaka en del av den ökade skatteintäkt som produktionen genererat.

Det förutsätter, på nationell nivå, en ökad volym totalt för att den effekt ska uppstå som ger utrymme för ”rabatten”. I flera europeiska länder lever rabattsystemet parallellt med andra selektiva offentliga stödsystem där de kompletterar varandra. ”Rabatten” måste vara öppen för såväl inhemska som europeiska produktioner men det finns exempel på system med olika stora ”rabatter”, framför allt större för inhemska produktioner. ”Rabatten” kan med fördel räknas som producentens insats i finansieringen och stärker därmed producentens ställning i relation till övriga samproducenter.

Om ”rabatten” återbetalas 12 månader efter det att den i förväg överenskomna spenderingen har skett kan man hävda att systemet är självfinansierat. Den ökade skatteeffekten av inspelningen har redan börjat komma staten till del. Det finns invändningar mot det här systemet. Det får inte bli ett ”i stället för” utan måste ses som ett komplement. Det måste leda till ökad aktivitet och högre volymer. Alltför många

utländska produktioner kommer visserligen att skapa arbete men effekten går då förbi de svenska producenterna.

Det krävs noggranna utredningar för att fastställa storleken på ”rabatten” – Hur många procent av det som spenderats ska återkomma. Vilka utgifter ska räknas in och hur ska effekterna egentligen beräknas. Men inte minst i skenet av de svenska produktionsbolagens situation finns all anledning inleda ett arbete med att ta fram ett förslag på ett svenskt rabattsystem.

#### *Utvecklingsprojekt*

- Benchmark och beskriva de subventionssystem som finns internationellt.
- Identifiera det system som är effektivast och som är överförbart till svenska förhållanden.
- Föreslå alternativa modeller för nationellt system, alternativt lokal/regionalt system.

## 4. Slutsatser

Syftet med Agenda Visuella Effekter är att visa på en väg för att långsiktigt utveckla VFX som ett svenskt styrkeområde i en globaliserad industri. Agendan bygger i huvudsak på den insikt som erfarna svenska företagsledare och medarbetare i industrin har om branschen och dess utveckling. Den samlade uppfattningen hos dessa är att branschen är under stark omvandling och att företag och andra intressenter behöver samla sig och agera om Sverige ska ha mer än en marginaliserad VFX-bransch, i förhållanden till potentialen som finns i den globala efterfrågan på visuella effekter.

I agendan redogörs för en del av de utmaningar som branschen står inför bland annat vad som avser hur företagen behöver professionaliseras och hur de institutionella förutsättningarna såsom skatter behöver anpassas för att företagen ska kunna bli framgångsrika på en internationell marknad.

Målsättningen med agendarbetet är att processen och rapporten kommer att fungera som en katalysator för personer, medarbetare, organisationer och myndigheter som vill bygga en starkare VFX-industri i Sverige. På vissa problem finns det snabba lösningar, andra utmaningar kräver långsiktighet, stora resurser och komplex samverkan. Samverkan som inte är självklar i och med att det handlar om självständiga organisationer med skilda målsättningar och förutsättningar för att delta, bidra och dra nytta av gemensam utveckling.

Det fortsatta arbetet bygger på att det är branschen som driver utvecklingen framåt. Organisatoriskt innebär det att enskilda utvecklingsinitiativ inom ramen för Agenda Visuella Effekter kan bedrivas av enskilda företag, eller företag och andra intressenter i samverkan. Branschen har etablerat föreningen Swedish Visual Effects Association (SVEA) som kan utgöra en neutral arena för gemensam utveckling. Utbildningsanordnare kan spela en viktig roll för att organisera de kompetenshöjande aktiviteterna och verka som ett gränssnitt mot högskolor och forskning.

Sammanfattningsvis har Agenda Visuella Effekter identifierat branschens utmaningar och de utvecklingsprojekt som är högst prioriterade:

### **Export**

Metoder och organisation för att främja tjänstexport, nätverk och samarbete internationellt. Marknadsplan för hur sälja svenska företag och svensk VFX internationellt.

Utvecklingsprogram för enskilda företag för specialisering och internationalisering.

Förmå svenska filmfinansiärer på att samproducera VFX-tunga filmer internationellt.  
Utveckla och implementera system för skattesubvention av VFX i Sverige.

Undersöka och förbereda företag och gemensamma resurser för att ta delar av de stora internationella studioproduktionerna i samarbete med de stora internationella VFX-företagen.

### **Öka volymen VFX**

Informera och marknadsföra svensk VFX mot filmregionerna.

Förbättra kunddialogen, bland annat genom att utveckla standardavtal anpassat till branschen. Kommunicera resultatet och verka för att det accepteras hos såväl leverantörer som beställare.

Utveckla branschgemensamt koncept för utbildning av beställar-organisationer.

FoU-projekt för att identifiera och utveckla best practice för systemlösningar, för att hantera kunddialogen. Görs tillsammans med befintliga systemleverantörer

### **Öka branschens synlighet**

Information om vilka svenska företag som gör VFX (matrikel).

Utveckla marknadsplan för att informera om branschen för målgrupper som är relevanta för branschens utveckling.

Information (utbildning) om tekniken som vänder sig till en bredare målgrupp. Exempel mediaproduktioner för SVT, UR, Youtube, tv-program.

Utveckla branschindex som följer branschens ekonomiska utveckling.

Branschgemensamma marknadsföringsinsatser på internationella marknader.

### **Företagsutveckling**

Tydliggöra vad ett kvalitetssäkrat företag innebär. Hållbart - sustainable. Utvärdera och informera om de krav som kvalificerade beställare har till exempel avseende IT-säkerhet.

Stöd för företagsutveckling på ledningsnivå. Utbildningar, konsultinsatser av specialister, gärna med internationella erfarenheter från branschen.

Utveckla grundutbildningar för industrin som bygger på skolornas specialisering och behovsinventering av vad som saknas idag och i framtiden.

Utbildningsanordnarna utvecklar samarbeten med internationella skolor och företag för att både bredda och specialisera utbildningar för studenter.

Spetsutbildningar för redan yrkesverksamheter – lyfta in internationella erfarenheter.

### **Riskkapital för att utveckla egen IP**

Sammanställ, uppdatera och kommunicera de finansieringsmöjligheter som industrin kan ha nytta av.

Utveckla organisation och arbetssätt för att långsiktigt kunna säkerställa finansiering av egen IP för industrin.

Identifiera och påverka utformningen av finansieringsprogram som kan vara tillämpligt för industrin.