DATO / 17.09.2024

REF / HH

|  |
| --- |
|  |
| NOTAT |

**Orientering om implementering af Filmaftale 2024-2027 – ”mindre sælgende titler”**

Af Filmaftale 2024-2027 fremgår:

”*Som en del af betingelserne for filmstøtten skal producenten bag den enkelte film*

*i samarbejde med distributør/biograf sikre, at mindre sælgende filmtitler hurtigere kan blive tilgængelige for publikum på de digitale platforme, herunder på tv-stationerne.*”

Implementeringen af denne del af filmaftalen har en direkte sammenhæng til filmaftalens bestemmelse vedr. Tv-stationernes forpligtelse. Dette fordi definitionen af ”mindre sælgende” titler skal være ens i begge tilfælde. Derfor har endelig implementering afventet forhandlinger mellem Tv-stationerne og Producentforeningen, der nu er afsluttede fsva. spillefilm.

**Implementering af ”mindre sælgende titler” støttevilkår**

Implementering af ovenstående del af filmaftalen i støttevilkår forudsætter en række definitioner. De er landet som følger, og udgør model for implementering i støttevilkår:

* ‘Mindre sælgende film’betyder film, der ved tidspunktet for produktionsstøtte - estimeres af DFI til max. 20.000 publikummer.
* ‘Hurtig tilgængelighed’er, når filmen er digitalt tilgængelig hjemmefra meget tidligere end gennemsnittet for danske film – hvilket betyder, at filmen skal være tilgængelig senest 75 dage efter biopremieren på digitale platforme (køb, leje og streaming), som anvendes af målgruppen – hvilket ift. streaming er markant hurtigere end gns. for dansk film. I fald der er indgået aftale med free tv skal filmen synligt tilgængeliggøres på free-tv (digitalt og flow) senest 210 dage efter biografpremieren jf. standardaftalen indgået mellem tv-stationerne, producentforeningen og distributørerne.
* ‘Digitale platforme’forstås i denne sammenhæng, som digitale platforme, som publikum kan tilgå via enkeltvis betaling for digital køb og leje af en film hjemmefra, via abonnementsbetaling (Premium SVOD og SVOD) eller gratis (A-VOD, F-VOD, H-VOD, Filmstriben etc.). Platformen skal have en udbredelse og anvendelse i befolkningen på mindst 10 %, generelt udbyde film og serier, og der opfordres til sammenfald i publikumsprofil for den enkelte film. Sociale medier (Youtube etc.) forstås ikke i denne sammenhæng som en digital distributionsplatform for film og serier.

De ovenstående definitioner udgør som sagt den model, Filminstituttet vil implementere i støttevilkår og praktisere, for at leve op til den politiske ambition i Filmaftalen.

Modellen har en mulighed for en ”second opinion” indbygget. Det vil sige, at er der markant uenighed omkring DFI’s og producentens estimat for billetsalget på produktionsstøttetidspunktet, kan denne vurdering efterprøves af en tredjepart på DFI’s regning. Der ansættes eksterne til at udføre disse vurderinger på freelancebasis.

Til modellen er det relevant at nævne, at der vil være følgende fagligt begrundede undtagelser:

* Filmen udtages til Biograf Klub Danmark eller lignende kuratering, som forventes at styrke potentialet betragteligt
* Film for børn og unge har mulighed for at udskyde den digitale tilgængeliggørelse med op til 30 dage for at tilpasse strategien til ferier etc. Filmen skal dog fortsat være digitalt tilgængelig på digitalt leje/køb og *abonnementsbetaling* (Premium SVOD og SVOD) eller *gratis* (Free-TV, AVOD, F-VOD, Filmstriben etc.) senest 105 dage efter biografpremieren.
* Film med tydelig sæsonvinkel - fx jul eller halloween – kan fritages for regulering, efter vurdering af DFI. Film med sæsonvinkel skal i stedet indsende en forpligtigende distributionsstrategi til DFI, som sikrer en så hurtig og meningsfuld digital tilgængeliggørelse som muligt.