

Kulturdepartementet
103 33 Stockholm

ku.remissvar@regeringskansliet.se

Referens
Hk JR 38/2015

Telias yttrande över promemorian Framtidens filmpolitik (Ds 2015:31)

Telia välkomnar den översyn som, på olika håll, sker vad gäller tillgången till digitalt innehåll.

Telia har tagit del av promemorian Framtidens filmpolitik som remitterats av Kulturdepartementet och lämnar nedan yttrande.

Digitala filmtjänster leder inte till färre biobesök

Användandet av internetbaserade film-och tv-tjänster har växt explosionsartat under de senaste två åren. Internationella aktörer som t.ex. YouTube, HBO och Netflix har på kort tid ökat sina marknadsandelar markant. På samma sätt som när digitala legala musiktjänster tog över marknaden börjar vi nu se samma sak hända för rörlig bild.

Telia utvecklar kontinuerligt sina video on demand-tjänster och användandet ökar år för år. Bara under första halvåret 2015 har Telia hyrt ut 1,5 miljoner filmer. Det motsvarar en ökning med över 15 % jämfört med första halvåret 2014. Telias tv-kunder gjorde även hela 62 miljoner programstarter i play-tjänsterna under det första halvåret 2015, en ökning med 32 % jämfört med samma period 2014.

Men att svenskarna tittar mer på film på nätet innebär inte att de går mindre på bio: 7,9 miljoner biobesök gjordes första halvåret 2015 – en ökning med 1,4 procent jämfört med första halvåret 2014 och en ökning med 8,1 % jämfört med 2013.

Vi tror därför inte heller att utvecklingen av andra fönster leder till färre biobesök. Tvärtom. Det är tydligt att, som utredningen också pekar på, att de nya tjänsterna har bidragit till att film idag finns tillgänglig för konsumenterna i betydligt större omfattning än någonsin tidigare och stimulerar till ökad filmkonsumtion.

De legala filmtjänsternas roll

Däremot har svensk films marknadsandel på bio minskat kraftigt under de första sex månaderna av 2015: tittandet på svensk film har minskat med 43 % jämfört med första halvåret 2014 och är ner 12,5% jämfört med första sex månaderna 2013. Det kan självfallet bero på biografutbudet under just den perioden, men klart är att svenska filmproducenter har en tuff finansieringssituation, vilket gör att urval

och antal biobesök blir lidande. Detta i sin tur minskar förutsättningar för framtida investeringar. Det blir en ond cirkel. Att delfinansiera ny svensk film genom högre moms på biobiljetter tror vi därför kan vara klokt.

Vi delar därför utredningens uppfattning att tidsglappet mellan biovisning och marknadens övriga distributionsfönster måste minskas. Vår primära utgångspunkt för detta resonemang har varit kundernas tydliga önskemål och efterfrågan på mer flexibla fönster.

Telia bidrar till distribution av svensk film genom vår filmtjänst. Exempelvis distribuerar vi idag svenska publiksuccéer från SFA och Nordisk Film, men också smalare svenska filmer från Triart. Telia har även satsat på svensk film genom samarbeten med filmfestivaler, stipendier, etc. Dessutom når Telias filmtjänst människor som i dag befinner sig långt ifrån storstädernas biografer som av olika skäl inte har möjlighet att ta sig till en biosalong. Alla legala digitala filmtjänster, inte bara Telias, bidrar på det sättet till demokratiprocessen genom att förmedla både publiksuccéer och smalare kritikersuccéer och både nya och gamla filmer, till filmälskare, var de än finns i landet.

Telias filmtjänst bidrar naturligtvis till en ökad distribution av titlar. Med rätt affärsmodeller på kundernas villkor kan vi även bidra till bättre ekonomiska förutsättningar för svenska produktioner och därigenom generera en ökad omsättning för filmbranschen i sin helhet.

Så vi välkomnar utredningens förslag avseende teknikneutralitet. Oavsett en filmälskare bor på landsbygden eller i storstan, oavsett hen vill se på sin favoritfilm i sin mobil eller på biografen. Konsumenten måste själv få avgöra var, hur och när den bästa upplevelsen uppstår. Det är bra att staten och filmbranschen tillsammans skapar rätt förutsättningar för att detta ska bli möjligt.

Vi måste lyssna mer på konsumenterna - det är faktiskt de som betalar

Telias användare vill själva bestämma var, när och hur de ska titta på sin favoritfilm. Film är fantastisk på bio, men lika bra i datorn, tv:n, surfplattan och mobilen.

För ett par år sedan trodde vi på Telia att publikens filmupplevelse skulle vara radikalt förändrad 2015: Releasefönster för storfiler skulle vara mycket kortare och många filmer ha premiär samtidigt på alla skärmar, oavsett om det handlar om mobilen, datorn, tv:n eller på bio.

Riktigt så har det inte blivit än. Dock finns nu fler och bättre lagliga alternativ för att titta på film och filmpubliken har tillgång till ett större utbud av film – på bio, via tv, surfplatta, dator och/eller mobil. Även om omfattningen av upphovsrättsintrång fortfarande är hög, tycks de legala digitala tjänsterna vinna mark. Det är viktigt att filmbranschen fortsätter utvecklas för att möta efterfrågan utifrån denna snabbt föränderliga digitala marknad.

Telias tv- och filmerbjudanden förutsätter självfallet att Sverige har en lagstiftning som upprätthåller och försvarar upphovsrätten på ett kraftfullt och tydligt sätt. Men för att minska omfattningen av upphovsrättsintrång behöver vi fortsätta utveckla lagliga tjänster. Telias högsta prioritet är att lyssna noga på kunderna och utveckla tjänster som kommer så nära deras önskemål som möjligt vad gäller innehåll, kundupplevelse och erbjudande. Det handlar om ökad tillgänglighet, kortare tid mellan releasefönster på olika plattformar, bättre och enklare affärsmodeller och tydligare kommunikation.

Det finns goda förutsättningar för att filmbranschen, gemensamt, skall kunna möta efterfrågan på film, på bio, via tv, surfplatta, dator och/eller mobil.

Med vänlig hälsning

Stefan Borgquist
Business Manager TV & VAS, TeliaSonera Sverige