

# Kreativa Europa i fokus

#1

2024





Den 26–28 april arrangerade vi en konferens för Kreativa Europa-deskar och representanter från Europeiska kommissionen.

Kreativa Europa Desk Sverige har under 2023 haft ett innehållsrikt år med aktiviteter och internationella samarbeten. Sverige var ordförande i Europeiska unionens råd från januari till juni och en av årets höjdpunkter var värdskapet av en konferens och ett möte för alla Kreativa Europa-deskar i Europa. Konferensen hölls i slutet av april och många deskar deltog, likaså var intresset att delta i våra öppna föreläsningar stort. I detta nummer av Kreativa Europa i Fokus har vi valt att berätta om några aktiviteter 2023, och intervjuat personer som driver Kreativa Europaprojekt.

Vi är nu nästan halvtid in i nuvarande programperiod för Kreativa Europa 2021–2027. Europeiska kommissionen har publicerat en rapport om utfallet *Creative Europe Monitoring Report* som vi också berättar om i detta nummer. Det finns ett fortsatt stort intresse från svenska aktörer att samarbeta europeiskt och ansöka om finansiering via Kreativa Europa. När vi nu 2024 går in det fjärde året av programmet har det nya digitala ansökningssystemet, som är anpassat för de flesta av EU:s program, börjat sätta sig och de sökande ser fördelarna och den administrativa förenklingen.

Varje år fattar Europaparlamentet, Europeiska kommissionen och medlemsstaterna beslut om ett nytt arbetsprogram för Kreativa Europa. För 2024 är de flesta stödformer desamma som tidigare. I det kommande arbetsprogrammet för 2024 anges att det finns flera utmaningar att ta itu med: efterdyningarna av pandemin för de kreativa och kulturella sektorerna i form av inflation och kraftigt ökade energipriser som följde i och med Rysslands invasion av Ukraina. Digitaliseringen underlättar distributionen av kulturellt och kreativt innehåll och tjänster, men den har också intensifierat konkurrensen på global nivå samtidigt som publiken fortsätter att använda internetbaserade tjänster. Prisinflation och ökade produktionsbudgetar har lett till brister i finansiering för organisationer inom den kreativa och kulturella sektorn. Kulturella organisationer och bolag har en potential för tillväxt trots att de i Europa oftast är små och känsliga för otrygghet. Att säkerhetsställa en kontinuerlig kompetensutveckling för yrkesverkssamma anges i arbetsprogrammet som avgörande för konkurrenskraften.

Kreativa Europa kommer 2024 fortsätta att stödja ukrainska konstnärer och kulturaktörer att visa sina konstnärliga verk, och ukrainska internflyktingar att få tillgång till kultur. Samarbete med de kulturella och kreativa sektorerna i Ukraina är fortsatt prioriterat. Sedan 2023 är våra kollegor på desken i Ukraina fullfinansierade av programmet och desken har en viktig roll i att ge vägledning och stöd till den ukrainska sektorn. När Ukrainas deltagande i Kreativa Europa har förlängts kommer EU att kunna förhandla med Ukraina, som är ett kandidatland, om möjligheten att delta fullt ut i MEDIA och de sektorsövergripande delarna.

Vidare kommer programmet fortsatt att integrera övergripande frågor om mångfald och inkludering, främst jämställdhet. I detta arbete ingår även utmaningarna kopplade till hälsa och välbefinnande, särskilt psykisk hälsa efter Covid-19. Europeiska kommissionen kommer även att fortsätta att undersöka hur insatser för mer miljömässigt hållbara kulturella och kreativa sektorer på ett ändamålsenligt och effektivt sätt fortsatt kan genomföras inom ramen för Kreativa Europa. Åtgärderna ska vara i linje med målen för den europeiska gröna given, där resultaten av studien *Greening of the Creative Europe Programme* är en vägledning. De projekt som får stöd av programmet behöver vara så miljömässigt hållbara som möjligt och studien är en konkret hjälp i detta förändringsarbete. I det här numret av Kreativa Europa i Fokus ger vi en kortfattad presentation av studien.

Ytterligare en utmaning och möjlighet som programmet står inför är enligt Europeiska kommissionen skapandet av virtuella världar. Det är ett omvälvande gränsområde i den digitala miljön eftersom det blandar digitala och fysiska realiteter för att skapa realtidsmiljöer. Europeiska kommissionen lanserar ett initiativ för att arbeta tillsammans med medlemsstaterna och tech-industrin med det övergripande målet att forma virtuella världar som återspeglar europeiska värden som öppenhet, mångfald och yttrandefrihet. Stöd till virtuella världar kommer att ges genom olika EU-program. Horizon finansierar forsknings- och innovationsverksamhet, Digital Europe främjar spridningen av relevant teknik och Kreativa Europa kommer att stödja projekt för att främja innovativa format och upplevelser, verktyg och tillämpningar. Att främja samarbete mellan de kulturella och kreativa branscherna, startups och teknik är en viktig del. I den inledande fasen bidrar flera stöd inom programområde MEDIA: stöd till dataspel och immersivt innehåll, stöd till innovativa verktyg och affärsmodeller, stöd till marknader och nätverkande och inom det sektorsövergripande programområdet kan Creative Innovation Lab ge ett värdefullt bidrag till hela det kulturella och kreativa ekosystemet. Inom programområde Kultur är europeiskt kultursamarbete fortsatt i fokus 2024, med exempelvis utlysning om stöd till europeiska samarbetsprojekt och de specifika insatserna för musiksektorn genom LIVEMX och för scenkonstsektorn genom Perform Europe.

Vi ser nu fram emot ett nytt år med Kreativa Europa och hoppas att flertalet spännande och intressanta projekt får möjlighet att förverkligas. Vi vill också önska alla en trevlig läsning av det nya numret Kreativa Europa i Fokus.

*Kreativa Europa Desk Sverige  
Elin Rosenström, Ann Traber och Matilda Ekström  
Lena Ek och Ulrika Nisell*

# Arbetsplanen för kultur 2023–2026

År 2023 antogs den nya arbetsplanen för kultur för perioden 2023–2026. Den innehåller prioriteringar för att ta itu med vad som bedöms vara de största utmaningarna för de kulturella och kreativa sektorerna i dag, samt åtgärder för att adressera dessa utmaningar. Genomförandet av arbetsplanen görs i samarbete mellan medlemsstaterna, Europeiska kommissionen och rådets ordförandeskap. År 2024 är Belgien ordförande i Europeiska unionens råd januari–juni och Ungern juli–december.

I arbetsplanen anges fyra övergripande prioriteringar som bidrar till att stärka det europeiska kultursamarbetet, främja kulturell mångfald och skapa europeiskt mervärde, gällande gemensamma åtgärder under fyraårsperioden med hänsyn till subsidiaritets- och proportionalitetsprinciperna.

## Fyra prioriteringar

### *Konstnärer och kulturarbetare: stärka de kulturella och kreativa sektorerna*

Det kulturella och kreativa ekosystemet är otänkbart utan de människor som skapar kulturellt innehåll: konstnärer och andra yrkesverksamma inom de kulturella och kreativa sektorerna, institutioner och organisationer. Starka kulturella och kreativa sektorer är därför oundgängliga. De kännetecknas dock av egenföretagande, små företag och mikroföretag, hög konkurrens och fragmenterade marknader. Konstnärer och yrkesverksamma inom de kulturella och kreativa sektorerna tenderar att ha projektbaserade karriärer och vara mycket rörliga. De har ofta oregelbunden och oförutsebar inkomst och kombinerar flera arbeten för att försörja sig. Under covid-19-pandemin har de kulturella och kreativa sektorerna visat stor anpassnings- och innovationsförmåga. De har ändå drabbats hårt, och de påverkas fortfarande av pandemins följder. Den pågående ryska invasionen i Ukraina och dess inverkan på det kulturella och kreativa ekosystemet belyser kulturella aktörers roll i demokratiska samhällen och vikten av att skydda den konstnärliga friheten, som utsätts för allt större påfrestningar. Nu mer än någonsin finns det ett akut behov av att ytterligare stärka de kulturella och kreativa sektorernas motståndskraft, stödja deras återhämtning och mångfald, uppmuntra deras engagemang för hållbarhetsmålen, dra nytta av nya trender som påskyndats av pandemin, även i den digitala miljön, och säkerställa rättvisa arbetsvillkor för alla yrkesverksamma inom de kulturella och kreativa sektorerna så att fler kan göra sina röster hörda i denna oberoende och dynamiska miljö.

### *Kultur för folket: öka det kulturella deltagandet och kulturens roll i samhället*

Kulturen, inbegripet kulturarvet, är en avgörande del av våra demokratier och av människors liv. Kulturellt deltagande och kulturarvet, kreativitet och konst har en positiv inverkan på människor i alla åldrar och från alla bakgrunder. Det förbättrar människors livskvalitet och förbättrar hälsan och det allmänna välbefinnandet hos individer och samhällen. Kulturellt deltagande underlättar social och territoriell sammanhållning, främjar respekten för kulturell och språklig mångfald och utgör en plattform för öppen dialog i det civila samhället. Kulturell och språklig mångfald är en av Europas främsta tillgångar och måste därför respekteras och främjas, med särskild uppmärksamhet på mindre använda språk. Barns och ungdomars deltagande i kulturlivet och deras läsförmåga kräver särskild uppmärksamhet, eftersom dessa faktorer gynnar deras kreativitet och berikar deras erfarenheter. En inkluderande strategi för utsatta och missgynnade grupper är lika viktig. Kulturinstitutionerna spelar en avgörande roll vad gäller att stärka demokratin och det sociala välbefinnandet genom att de riktar sig till samhället som helhet, ger överkomlig eller gratis tillgång till kunskap och information, med



Foto: Antoine Schibler.

full respekt för immateriella rättigheter, förbättrar mediekompetensen, skapar en gemensam utgångspunkt för dialog och debatt och därigenom stärker den sociala integrationen och samhällsengagemanget. I slutändan bidrar de till att bekämpa desinformation, hatpropaganda och falska nyheter. Kulturinstitutionernas roll måste stärkas ytterligare. I detta avseende ägnas i den nuvarande arbetsplanen särskild uppmärksamhet åt bibliotekens utveckling. Många bibliotek är också en lugn och säker miljö för sårbara personer, något som för närvarande är extra relevant för de många fördrivna människorna från Ukraina och deras behov av fysiskt och psykiskt skydd.

#### *Kultur för planeten: att frigöra kulturens kraft*

De kulturella och kreativa ekosystemen i och utanför Europa står inför allvarliga hot skapade både naturligt och av människan. Särskilt klimatförändringarna påverkar de kulturella och kreativa sektorerna i Europa på lång sikt. Det är mycket viktigt att kulturarvet och de kulturella och kreativa sektorerna är redo för framtidens utmaningar. Det är hög tid att agera för riskberedskap i fråga om kulturarvet och för att stärka kulturarvets motståndskraft mot klimatförändringarna. EU kommer att fortsätta med, och intensifiera, kampen mot olaglig handel med kulturföremål. Kulturen, inbegripet kulturarvet, bidrar till den hållbarhetsomställning som krävs för att nå målen i den europeiska gröna given och Agenda 2030. I detta sammanhang har digi-

tal teknik också en nyckelroll. Därför måste innovationen inom de kulturella och kreativa sektorerna, den digitala omställningen och kulturens och kulturarvets tillgänglighet i den digitala miljön stärkas ytterligare. EIT:s KI-grupp för kultur och kreativitet kommer att ha en nyckelroll i detta avseende. Det är också nödvändigt att ha en balanserad strategi för den bebyggda miljön. En bred informationsinsats om initiativet för ett nytt europeiskt Bauhaus kan bidra till att öka medvetenheten om vikten av hög kvalitet inom arkitektur och bebyggd miljö. Dessutom bör forskning och kulturstatistik förbättras så att man bättre ska kunna övervaka de kulturella och kreativa sektorernas verksamhet och utarbeta effektiva evidensbaserade strategier till stöd för dem. Eurostat bör spela en central och växande roll i samarbete med andra internationella och oberoende organisationer som arbetar med forskning och statistik inom de kulturella och kreativa sektorerna.

*Kultur för samskapande partnerskap: stärka den kulturella dimensionen i EU:s yttre förbindelser*

Europas kulturella rikedom och frihet, EU:s strategi med förankring i det civila samhället och EU:s starka engagemang för gemensamt skapande är viktiga tillgångar i internationella förbindelser när det gäller att bygga hållbara partnerskap på lika villkor. Det är mycket viktigt att utnyttja denna potential fullt ut genom att öka antalet verksamheter och projekt för kulturellt samarbete och även genom att synliggöra och nå ut med dessa. Rysslands krig mot Ukraina är en tydlig indikation både på gradvis förändrade geopolitiska förhållanden och på missbruk av kultur och kulturarv för att bidra till att berättiga militära angrepp. Mot denna bakgrund kan gemensamt kulturellt skapande på ett autentiskt sätt underbygga och med trovärdighet förmedla våra europeiska värden, inbegripet konstnärliga friheter och kulturella rättigheter, i stora delar av världen, och därmed bidra till att begränsa auktoritära systems förmåga. Med tanke på planetens framtid och det gemensamma hållbarhetsmålet krävs det större kulturella ambitioner för förändring och intellektuell dialog som banar väg för gemensamma strategier i samma anda som ett nytt europeiskt Bauhaus (hållbart, inkluderande, vackert). En nära samordning på EU-nivå och en integrering av kulturen i alla relevanta områden av EU:s yttre åtgärder och i lämpliga finansiella instrument blir avgörande om vi ska kunna stärka kulturens roll i EU:s yttre förbindelser.

### 21 konkreta åtgärder

När det gäller de prioriterade områdena och arbetsmetoderna anges i arbetsplanen 21 specifika, detaljerade åtgärder som omfattar exempelvis följande:

- Konstnärers arbetsvillkor
- Kulturens roll för hälsa och välbefinnande
- Tillgång till kultur
- Kulturellt deltagande och demokrati
- Bibliotekens roll
- De kulturella och kreativa sektorernas gröna och digitala omställning
- Kultur, kulturarv och klimatförändringar
- Byggd miljö av hög kvalitet
- Internationella kulturella förbindelser, inklusive Ukraina

Om du är intresserad av att läsa mer om vilka konkreta åtgärder som ska genomföras under fyraårsperioden, läs gärna vidare i arbetsplanen för kultur som du hittar på [eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu) ■



Arkitektskolan på Kungliga Konsthögskolan i Köpenhamn visar en utställning med elevarbeten i Köpenhamns rådhus för deltagare i projektets andra workshop, november 2023. Foto: Nanna Claudius Bergø, Köpenhamns stadsarkiv.

## Stadens minnen visualiseras

Vi på Kreativa Europa Desk Kultur träffade Ann-Sofi Forsmark från Stockholms stadsarkiv. De är koordinerande organisation för samarbetsprojektet *City memories: visualizing change in three European capitals*. Tillsammans med två andra organisationer har de beviljats medel för samarbetet inom stödformen Europeiska samarbetsprojekt.

### – Hej Ann-Sofi! Vill du börja med att berätta om världsminnet Stockholms stads bygglovsritningar?

– Stockholms stads bygglovsritningar blev 2011 utnämnd till världsminne av Unesco. Tidigare förvarades ritningarna under marknivå på Kungsklippan i Stockholm, där gick det bara att åka ner med personal under särskilda tider. Med de nya lokalerna i Liljeholmskajen är ritningarna tillgängliga alla dagar vi har öppet. Totalt förvaras nio mil arkivhandlingar i magasinen på Kungsklippan och i Liljeholmskajen.

För att lyfta arkivet och göra det mer känt började vi undersöka olika finansieringsmöjligheter för metod- och publikutveckling.

### – Hur utvecklades det till ett internationellt projekt?

– Det var genom arbetet med verksamhetsutveckling, där vi såg över vad vi ville göra och utveckla som vi landade i ett europeiskt samarbetsprojekt. Utöver att lyfta arkiven med bygglovsritningar publikt ser vi även ett behov av att stärka kompetensen inom vår sektor. För många arkivarier innebär arkiv främst textbaserat material och alla är inte lika vana vid att arbeta med bildmaterial.

Inom Stockholm stad har vi ett internationellt nätverk som Stadsledningskontoret samordnar. Genom nätverket fick vi hjälp att hitta Kreativa Europa-programmet, och även aktivt stöd med utvecklingen av idén och ansökan.

### – Hur hittade ni era partners?

– Vi hade några år tidigare varit på studiebesök på stadsarkivet i Budapest, Ungern. Jag visste att de arbetade aktivt med lokalsamhället kring användargenererad information om arkiven. Det var viktigt för projektet att de var intresserade av publikarbete.

Köpenhamns stadsarkiv har vi samarbetat med i andra sammanhang och jag visste att de var en bra samarbetspartner. Jag hade även några andra arkivinstitutioner i åtanke. För att komma vidare anordnade jag digitala samtal och då landade det i att vi blev tre organisationer som kom att samarbeta.

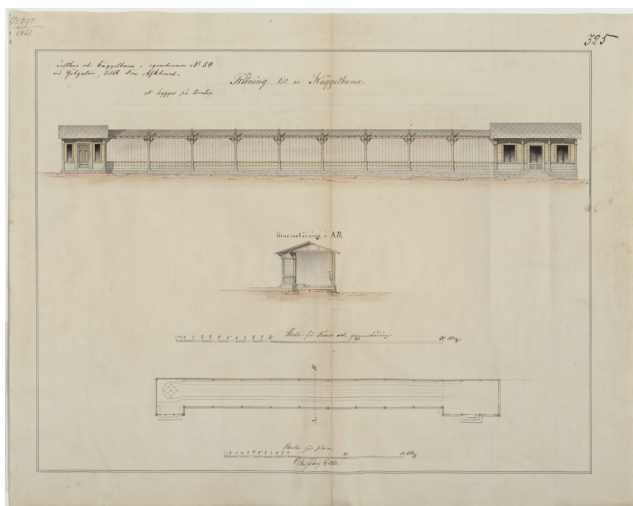
Jag var först inne på att vi skulle söka för ett medelstort projekt och vara fem partners, men insåg att som koordinerande organisation så var det bra att hålla det till tre samarbetspartners för att kunna hålla ihop det på bästa sätt. Det här är vårt första Kreativa Europa-projekt och som koordinator behöver vi lägga tid på projektledning och att vara ett stöd till våra samarbetspartners.

Vi har också andra organisationer som är inkopplade i projektet. Bland annat är Università Politecnica delle Marche i Ancona, Italien, med i arbetet som en så kallade associated partner. Där driver Antonello Alici, docent i arkitekturhistoria, samarbetet från deras håll. Köpenhamns stadsarkiv samarbetar i sin tur med arkitekturskolan vid Kungliga danska konstakademien som en så kallad affiliated partner.

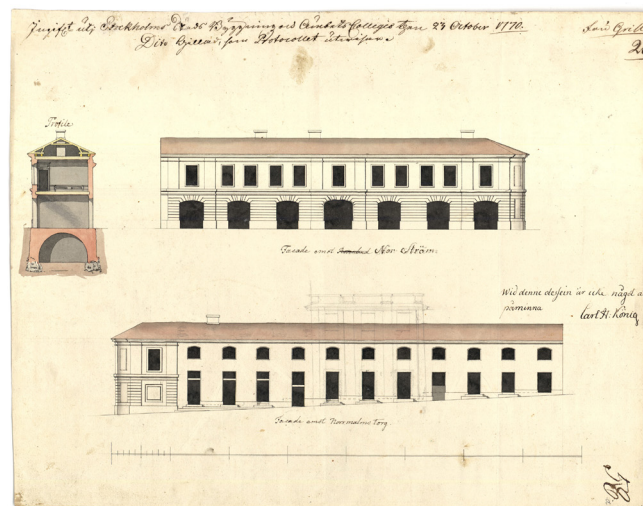
Från att vi hade de första samtalen under hösten 2021 så kunde vi skicka in ansökan i slutet av våren 2022. Det behövdes tid för att prata igenom de olika delarna sinsemellan, samtidigt är det viktigt att som koordinerande organisation se till att projektets delar blir bestämt så att projektet kan utvecklas framåt.

### – Berätta mer om projektet och dess olika delar!

– Projektet fokuserar på metodutveckling för professionen, då menar vi personer som arkitekter, samhällsplanerare, arkitekturstudenter och andra som använder arkiven i sitt jobb. Sedan



Ritning från 1861, Stockholms stadsarkiv. Frånskilda Ulrike Asklund vill bygga en bowlingbana med lusthus på sin gård på Södermalm längs Götgatan.



Ritning från 1770, Stockholms stadsarkiv. Änkan Anna Johanna Grill ansöker om att bygga salubodar och bostadsrum i ekonomifygel på sitt hus vid Gustav Adolfs Torg.



kommer projektets resultat även att komma allmänheten till del. Vi studerar också det som förenar kulturarvet i Europa, för det finns mycket som vi har gemensamt.

Vår insats från Stockholms stadsarkiv är delprojekten *Female Builders* och *Gendered Rooms*, som fokuserar på att lyfta fram kvinnligt byggande samt genusaspekter av rumsliga funktioner. Vi har gått igenom vår databas och lagt in uppgifter om kvinnliga byggherrar. Det var framför allt änkor som hade medel att beställa byggnader. På den här tiden fanns det inga kvinnliga arkitekter, men som byggherre har och hade kvinnorna stort inflytande över byggprocessen och hur byggnaden ska användas. Det har framträtt ett nytt landskap där kvinnorna blir synliga i byggprocesserna. Projektet är en naturlig fortsättning på vårt ordinarie arbete, där vi tittar på arkiven genom genusglasögon.

Karin Karlsson, historiker, kommer nu att börja titta på fasader och planritningar ur ett genusperspektiv och ta fram en manual för hur de kan tolkas. Manualen ska publiceras och kommuniceras inom ramen för projektet.

Projektet kan kopplas till EU:s initiativ New European Bauhaus där vi lyfter hur vi kan tillgängliggöra arkiven, där skönheten och det inspirerande med bildmaterialet lyfts fram. Köpenhamns stadsarkiv jobbar också med hållbarhetsperspektivet, de tittar på hur arkiven och inspiration från dåtidens materialval kan användas i dag när det byggs nytt.

Stadsarkivet i Budapest undersöker framför allt medborgargrupperns användning av arkivmaterial och tittar på användargenererade metadata, vilket de bland annat samlar in via bostadsrättsföreningar.

### – Hur ofta träffas ni inom projektet?

– Vi träffas digitalt var tredje vecka för dialogmöten. Här tittar vi också på hur organisationernas olika delar ska kunna komma alla organisationer till del. Ansökan gjordes under pandemin, det bidrog till att vi bara planerade in tre fysiska träffar. Det finns också en hållbarhetsaspekt i att hålla ner på antalet resor.

Vi har träffats i Budapest och nästa fysiska träff blir i Köpenhamn. I september 2024 kommer vi att träffas i Stockholm då vi arrangerar en konferens som kommer ske på ArkDes i Stockholm. Projektet avslutas i november så konferensen kommer vara en del av projektets avslutning där vi kan presentera resultaten. Målgruppen för konferensen kommer vara för andra professionella inom arkiv, museum och arkitektur så väl som studenter. Konferensen kommer att sändas och även publiceras i efterhand på våra webbplatser.

### – Har du några råd till andra organisationer som är intresserade av att samarbeta i ett Kreativa Europa-projekt?

– Mitt sammanfattande råd är att utgå från er befintliga verksamhet och se vad ni vill utveckla. Räkna också med att alla förberedelser innan projektstart tar tid. Jag hade till exempel inte räknat med att den så kallade grant preparation-fasen, det vill säga förberedelserna inför signering av kontrakt med Europeiska kommissionen, skulle ta så mycket tid i anspråk.

Det är väldigt roligt att vara en del av det europeiska sammanhanget. Jag har även varit i Bryssel och träffat andra koordinerande organisationer. Dialogen med andra är superviktig. Även vi inom de offentliga institutionerna kommer att behöva fortsätta vända oss utåt och hitta extern finansiering. Jag skulle inte tveka i att ingå som partner i ett nytt Kreativa Europa-projekt om projektet skulle vara relevant för vår verksamhet.

Det är en värdefull erfarenhet, både på ett mänsklig och ett professionell plan att ingå i ett Kreativa Europa-projekt och att få träffa andra europeiska kollegor. ■

# Ronjas vårskräk skapade samproduktion över Östersjön

**2022 beviljades Filmlance International AB tillsammans med litauiska samproducenten Ahil Films, produktionsstöd från Kreativa Europa på 2 miljoner euro. Hösten 2023 sitter de i slutklipp av serien och vi ses för att prata om hur arbetet med nationalklenoden Ronja Rövardotter sett ut.**

Under 2019 arbetade producenterna Bonnie Skoog Feeney och Mattias Arehn tillsammans med TV-serien *Björnstad*, som är inspelad i Norrbotten. Under arbetet reflekterade de båda kring den positiva inverkan naturen har och den tillsynes närmast universella drömmen om ett enklare liv. Miljöerna runt inspelningsplatserna förde stundvis tankarna till Ronja Rövardotters lekmarker. – *Vi kände att vi skulle vilja göra en serie som får barn att inspireras och att vilja gå ut i skogen.* De kontaktade Astrid Lindgren AB och pitchade idén att åter filmatisera Ronja Rövardotter men den här gången som en serie. De fick grönt ljus för att göra ett försök. Valet av manusförfattare föll snabbt på Hans Rosenfeldt (*Bron, Marcella*). Liksom Bonnie och Mattias är Hans intresserad av genre, och han inspirerades av tanken på att få skriva om väsen och bygga en sagovärld. Seriens konceptuerande regissör Lisa James Larsson (*En kunglig affär*) kom också in tidigt i arbetet och var del av den stora castingprocessen.

Att det blev litauiska Ahil som blev samproducenter var summan av flera anledningar. I början av utvecklingsarbetet söktes lämpliga inspelningsplatser runt om i hela Europa. Startskottet var att hitta *Mattisborgen* på en plats som också var tillgänglig, inte minst för ett större team. De insåg snart att de skulle behöva klippa ihop olika platser för att få fram det som eftersöktes. Bredden av kompetens imponerade bland flera av de europeiska produktionsservicebolagen som Filmlance var i kontakt med. Det litauiska bolaget Ahil hade en gedigen erfarenhet av storskalig produktion och flera eftersökta kompetenser som det svenska teamet själva saknade, tex stunts och produktioner med hästar. I Litauen fann de dessutom en hel medeltida by som vanligen fungerar som ett museum med kapacitet att ta emot ett stort team av människor och djur, samt flertalet andra platser, mer eller mindre otillgängliga, som passade för seriens vision. Allt detta sammantaget gjorde att samarbetet föll naturligt på plats. Bonnie och Mattias berättar att det stora teamet har varit i stort sett 50–50 svensk-litauiskt. – *Det gick snabbt från ett vi och dem, till ett team. Vi har haft två linjeproducenter och nästan i alla funktionsteam har det varit blandade nationaliteter.*

## Skapa stämning och saga

Inspelningen pågick under nästan ett år, främst i Sverige men även en stor del i Litauen. Utöver redan nämnda inspelningsplatser utomhus i Litauen byggdes även *Björngrottan* upp interiört i en studio. *Mattisborgen* skapades så småningom av Bohus- och Varbergs fästning. Inspelningar har även skett i en beachvolleybollhall i Södertälje, i Göteborg, och borgens omnejd är främst inspelad i Jämtland och Bergslagen. Filmlance framhåller att serien är baserad på boken och inte Tage Danielssons film från 1984, även om det är svårt att inte bära de bilderna med sig. – *Jämfört med filmen så är serien större i vidderna, vilket krävde att vi hittade andra inspelningsplatser,* säger Bonnie.

Men som alla som känner till Ronja vet, så är det också skogens olika väsen som vildvittror, grådvärgar och rumpnissar som skänker sagans dess magi. Bonnie och Mattias berättar att de valt att inte bara jobba med en, utan flera filmtekniker för att skapa olika väsen och stämningar. De har arbetat med mask, proteser och ibland 100 procent digitala effekter. Det viktiga var



Från Ronja Rövardotter. Foto: Audrius Solominas.

att hitta en balansgång, tittaren ska känna igen boken och världen. – *Det var viktigt för oss att serien skulle ha en organisk känsla med ett tydligt nordiskt dna gestaltat i färger och i landskap. Världen vi skapar ska utgå från verklighet och ta tittaren vidare, med hjälp av digital förlängning och specialeffekter. Men, tittaren ska hela tiden ha känslan av att befinna sig i en svensk skog.*

För att få till den visuella visionen på ett trovärdigt sätt gick frågan gick till svenska VFX-bolaget Important Looking Pirates. Bolaget är idag är ett av världens främsta VFX-bolag och anlitas för stora amerikanska sci-fi- och fantasyproduktioner, men de arbetar sällan med svenska produktioner. Mängden av och ambitionen för VFX i serien gjorde dem intresserade, och deras egen relation till Ronja Rövardotter gjorde att de blev sugna på att få vara med och skapa världen. – *Att vi fick Kreativa Europa-stödet bidrog helt klart till att vi kunde anlita de bästa, att vi hade möjlighet att verkligen få genomföra våra visioner till fullo och att vi inte har inte behövt hålla tillbaka på de bitarna.*

### **Casting, arbete och team**

Det stora intresset för att få vara del av produktionen var också tydligt framför kameran. Mer än 4 000 barn sökte rollerna som Ronja och Birk och till slut föll valet på Kerstin Linden, 14 år och Jack Bergenholtz Henriksson, 13 år. Inspelningen skulle pågå i över ett år och barnen skulle stå i fokus, så det var viktigt att de själva kunde förstå vidden av arbetet och också orka hela vägen, med skolundervisning vid sidan av skådespeleriet. – *Vi var djupt imponerade av deras professionalism och hur de tog sig an utmaningen. Vid sidan av Ronja och Birk fanns också en skådespelartrupp för var sida av borgen samt för medeltidsbyn.*

Alla skådespelare som medverkar vid scenerna i byn är nästan uteslutande med endast i byn, och där var också många statister. – *Men i övrigt var vi som en stor resande cirkus under inspelningen, stort tight gäng som for till otillgängliga platser i bussar och trailers. Alla verkligen ville vara med och var glada och engagerade. Inspelningen har onekligen ställt krav på skådespelarna, alla har behövt lära sig rida, hantera vapen och att klättra. Endast 5 veckor av inspelningen skedde inomhus, vilket innebär ca 70–80 procent på plats exteriört, och teamet har haft årstiderna att förhålla sig till. För att minska antalet resor har merparten av alla scener på en inspelningsplats tagits vid ett och samma tillfälle. Det krävdes en gedigen planering för att få det och funka. – *Varje gång vi landat på en ny plats och sett vad som byggts upp, arbetet som lagts in... vi kunde ibland bli mållösa. Dessutom var det ofta känsliga platser vi var på och det litauiska teamet har varit otroliga på att inte lämna några spår efter oss. Ja, vi var ständigt imponerade av hela teamet.**

Arbetet är i slutet av oktober 2023 i slutfas. Serien *Ronja Rövardotter* byggs upp över 2 säsonger, totalt 12 avsnitt a 45 min. Enligt skaparna är det i grund och botten boken som kommer till liv, från första till sista sidan. Serien har premiär på Netflix våren 2024. ■

# Medieproduktion för unga reportrar

Vi på Kreativa Europa Desk Kultur träffade Lotta Bergseth och Jenny Sköld från Voice4you. De är koordinerande organisation för samarbetsprojektet *Promoting Media Literacy and Youth Citizen Journalism through Mobile Stories*. Tillsammans med sex andra organisationer har de beviljats medel för samarbetet inom stödformen Medie- och informationskunnighet (MIK).

## – Hej Jenny och Lotta! Vill ni börja med att berätta om er, vilka är Voice4you?

– Voice4you är en förening som startades 2017. Vi är båda journalister och träffades på tidningen Metro. Vår idé uppkom genom att vi upplevde att unga alltmer inte verkade bry sig om medier och nyheter och tron att medier mörkar och inte berättar sanningen. Vi märkte av en oförståelse för vad journalistik är för något, och att journalistikkåren har misslyckats med att inkludera alla grupper i samhället. Det är en del av bakgrunden till föreningen och varför vi, genom Mobile Stories vill överföra våra kunskaper som journalister till de unga.

## – Vad är Mobile Stories?

– Mobile Stories är ett publiceringsverktyg som kan användas i skolan inom ramen för undervisningen, där får de unga en relation till experter och journalister genom små informationsfilmer och artiklar som finns i verktyget. Ungdomarna stöttas att skapa och publicera trovärdigt material samtidigt som de ges en förståelse för hur journalister jobbar. Det ger dem verktyg att uttrycka sig och själva kunna skapa trovärdigt material på nätet, för i dag har alla möjligheter att producera och dela information, men alla kanske inte har den kunskap som behövs. Det kan handla om etiska regler, upphovsrätt, källkritik. Det är sådant som alla behöver jobba med. Det är genom föreningen som vi sökt stöd för att anpassa verktyget Mobile Stories, som i sig också är ett eget företag. Det är framför allt socialt utsatta områden, glesbygd och yrkesgymnasium som vi riktar oss till, till dem erbjuder vi också verktyget gratis.

## – Vad fick er att söka medel inom Kreativa Europa?

– Vi har tidigare fått stöd från Reach for change, inkubatorn för sociala entreprenörer och från Google.org som är Googles internationella välgörenhetsorganisation. Det är främst genom Google.org och deras möten *Fighting Misinformation Online Summit* som vi kunde utvidga vårt internationella nätverk och få kontakt med möjliga samarbetspartners. Vi bildade konsortiet och gjorde först en ansökan till Calouste Gulbenkian Foundation. Vi fick höga poäng och bra återkoppling även om ansökan inte gick igenom.

Det var genom konsortiet som vi sedan fick reda på Kreativa Europa och utlysningen för projekt inom medie- och informationskunnighet (MIK). De delarna som vi hade lägst poäng på i vår ursprungliga ansökan kunde vi vidareutveckla, vi tog också in förstärkning av kompetenser genom fler samarbetspartners. Det är först nu och med medel från Kreativa Europa som vi har börjat arbeta internationellt med verktyget.

## – Berätta mer om det internationella samarbetet!

– Vi är sammanlagt sju organisationer från sex länder. Från Sverige deltar även Trionite som anpassar verktyget för det internationella sammanhanget. Våra samarbetspartners är Nouvelles-Découvertes, även kallat News Decoder med bas i Frankrike, Media & Learning Association från Belgien, Vasa övningsskola som är kopplat till Åbo Akademi i Finland, från Irland medverkar Scoilnet som är utbildningsdepartementets officiella plattform för digitala läromedel och från Rumänien samarbetar vi med föreningen Asociația Apulum Forum.

Projektet löper under två år och påbörjades i oktober 2023. Den första fasen av projektet är att sätta upp en internationell struktur för plattformen och verktyget. På sikt kommer det som i dag är mobilestories.se att bli mobilestories.com.

Klasser från Irland, Rumänien och Finland kommer med start till våren att testa verktyget, det är minst fyra skolor per land som kommer att pröva verktyget. I Sverige jobbar vi med konsulten Emelie Hahn som är språklärare och eTwinningambassadör, eTwinning bygger på att klasser i olika länder samarbetar digitalt med varandra. Hahn kommer utforma lektionsupplägg för lärare som vill jobba med verktyget.

Vi har även konsulter inkopplade som kommer hjälpa oss att mäta effekten. Det kommer bland annat att finnas ett test som eleverna får göra före och efter att de använt verktyget, det för att se om de har utvecklat en större förståelse för källkritik och journalistiskt arbete.



Jenny Sköld och Lotta Bergseth. Foto: Pieter ten Hoopen.

Det finns en brist inom forskningen kring hur ungas medieskapande och möjligheten att göra sin röst hörd stärker deras medie- och informationskunnighet. Vi hoppas kunna bidra till forskningen och mäta om verktyget kan göra så att ungdomar känner sig mer aktiva och inkluderade i samhället

#### – Hur vävs de globala målen in i projektet?

– Vi ser att MIK är en förutsättning om vi ska ha en chans att uppnå de globala målen. Det är väldigt viktigt att ha tillgång till trovärdig information, både som individ och på samhällsnivå, för att kunna fatta hållbara beslut. Det blir alltmer tydligt att konflikter kan uppstå när människor tar till sig falsk information från sociala medier. Det finns ett akut behov av ökad mediekunnighet, det för att minska polarisering och konflikter i samhället. Vi jobbar för källtillit och att lära sig känna igen journalistik, det för att få möjlighet att ta till sig information utan att behöva vara skeptisk till allt. Skolan i sig är en kunskapsspridare, och elever kan lära andra vuxna i samhället om MIK. Vi har ett lektionspaket som heter *ungdomsreportrar för ett hållbart lokalsamhälle*, där uppmuntras elever att ställa frågor till experter och politiker. På så sätt kan ungdomar sätta lite press och påverka samhället i en positiv riktning.

#### – Har ni något bra tips till andra organisationer som vill samarbeta internationellt och söka stöd inom Kreativa Europa?

– Läs igenom utlysningssdokumenten jättenoga, där finns all information och om vad som bedöms. Se över konsortiet, det är viktigt att hitta rätt människor och organisationer som stärker projektet. Genom News Decoder fick vi in en van projektledare som är duktigt på att skriva sådana här ansökningar. Det är också viktigt att kunna ta den projektledande rollen och bara involvera några i själva skrivandet, det krävs nog för att få ihop alla delar. Det gäller att vara envis för det tar tid att utforma ett sådant här projekt. Så här i efterhand så kunde vi ha tagit mer hjälp av er, Kreativa Europa-desken, men vi kände först inte till att desken fanns. ■

# Grön omställning av de kreativa sektorerna

**2023 publicerades rapporten *Greening the Creative Europe Programme*, resultatet av en studie om hållbarhet inom de kulturella och kreativa sektorerna. Studien har genomförts av konsultbolaget Ecorys på uppdrag av EU-kommissionen.**

Den är en del av arbetet med att integrera klimatåtgärder i programmet Kreativa Europa utan att ändra dess grundläggande karaktär och mål att värna om –, utveckla – och främja Europas språkliga och kulturella mångfald och arv, samt stärka konkurrenskraften och den ekonomiska potentialen hos de kulturella och kreativa näringarna.

Studien har undersökt det arbete som har gjorts under föregående och nuvarande programperiod, inom stöttade projekt och av deskar, samt samtalat med branschernas parter för att presentera konkreta förslag på arbetssätt framåt för att begränsa sektorernas miljöpåverkan och integrera gröna arbetsmetoder.

Rapporten, med mål, arbetsmetoder, beskrivningar av gröna projekt, publiceras tillsammans med tre bilagor

- *The Good Environmental Practices Guide*, en omfattande översikt över befintliga bäst praxis som rekommenderas att användas vid ansökan om stöd inom programmet, samt som inspirationskälla för att arbeta mer hållbart;
- *The Creative Europe Programme Greening Strategy*, föreslår med vilka insatser och av vilka parter programmet steg för steg på ett strukturerat och hållbart sätt kan ställas om framöver.
- *The Creative Europe Monitoring guide for Programme Greening*, en guide med gröna indikatorer att använda i framtida Kreativa Europaprogram.

För att ta del av rapporten och guiderna besök <https://culture.ec.europa.eu/news/how-creative-europe-aims-to-go-green> ■

## **Andra nyttkomna rapporter och gröna guider för filmproduktion**

Film och Tv-producenterna: Handbok för hållbar film och tv-produktion

- [www.filmtvp.se](http://www.filmtvp.se)

Green film rating system and certification for a sustainable film production

- [www.green.film](http://www.green.film)

Eurimages verktygslista för gröna filmproduktioner:

- [rm.coe.int/en-useful-green-production-tools-march-2023-rev/1680ab5b54](http://rm.coe.int/en-useful-green-production-tools-march-2023-rev/1680ab5b54)

Aktiva länkar finns på Kreativa Europa Desk MEDIAs webbplats.

# THE EUROPEAN MEDIA INDUSTRY OUTLOOK

May 2023

## The European Media Industry Outlook

I maj 2023 publicerade kommissionen den första *The European Media Industry Outlook*-rapporten, en del av den *Media and Audiovisual Action Plan (MAAP)* som togs fram 2020 med syfte att stötta den audiovisuella branschens återhämtning och förändringsarbete. Initiativet *Media Industry Outlook* ska följa och belysa trender inom mediebranschens olika sektorer och publicera rapporter vartannat år.

Den första rapporten fokuserar på EU-branschens konkurrenskraft och bygger på research, marknadsanalyser, berörda parter olika perspektiv och konsumentundersökningar. Mediasektorn har delats in i tre sektorer; Audiovisuell (fokus på streaming) dataspel, och nyhetsmedia, som i stor uträkning konkurrerar på samma *uppmärksamhetsekonomiska* marknad, dvs kapitalisering av människors tid.

De totala intäkterna ökar i branschen, men det är stora skillnader mellan olika segment. Data-spelsbranschen står för den snabbaste tillväxten, den audiovisuella sektorn har haft en återhämtning efter covid och delar av nyhetsmedia krymper. VoD, konsol- och mobilspel, immersivt innehåll liksom digitala nyhetsmedier står för drivkraften bakom tillväxten, emedan biografier, tryckpress och PC-spel kämpar. Man ser också att branschen inom EU utgörs av en mångfald av små företag, emedan omsättningen drivs på av de stora företagen.

### Trender

#### *Vikten av Immateriella rättigheter /IP*

I den hårda internationella konkurrensen är det av största vikt för europeiska mediebolag, inkl. innehållsproducenter, att bevara, köpa och exploatera IP-rättigheter för att kunna öka intäkter, investera och bevara sitt oberoende.

#### *Att vara med tidigt i den teknologiska utvecklingen*

Medieföretagen vill dra nytta av den senaste tekniken i hela värdekedjan – från AI till virtuella produktioner och XR (Extended Reality) – för att bygga upp konkurrenskraft. Samtidigt förblir data en viktig resurs i nya distributions- och affärsmodeller.

#### *Det digitala skiftet skapar konvergens*

Europeiska TV-bolag lanserar on-demand-tjänster medan streamingtjänster erbjuder nya format och lanserar annonstjänster. Konvergens sker också mellan konsumenter och kreatörer, ex med det växande intresset för användargenererat innehåll på spelplattformar. Med skiftet uppstår behov av nya kombinationer av digitala, tekniska och kreativa kompetenser.

#### *Användare, särskilt unga, driver utvecklingen*

Ungas konsumtionsmönster rör sig från konventionell media – online och till virtuella världar. Det är främst icke EU-baserade företag som positionerat sig i de strategiska sektorerna som drar till sig unga, såsom spel och virtuella världar.

#### *Europeiska medieföretag har svårt att investera och förlorar marknadsandelar*

Avstannade intäkter, och begränsad tillgång till privat finansiering begränsar EU-medias investeringar i innehåll, teknologi och kompetens. Detta påverkar möjligheten att adressera trender och tävla med globala spelare.

### Sektorielle resultat

#### *Audiovisuella sektorn (fokus: streaming)*

Marknaden återhämtar sig (delvis) från pandemin och genomgår en större omvandling. VoD växer snabbt, Tv visar på uthållighet, biografier kämpar och fysisk video (DVD) håller på att försvinna helt.

Emedan europeiska marknaden utgörs av ett stort antal små och oberoende företag så ligger den ekonomiska värdekoncentrationen hos topp 100, som domineras av företag från USA med 30 procent av intäkterna. De har också stärkt sin ställning och diversifierar in i olika sektorer. VoD-sektorn ser en särskild utomeuropeisk dominans, där topp tre av bolagen är från USA och står för ca 71 procent av de totala abonnemangen.

Inom studien undersöktes kontraktsförhandlingar och maktbalans i affärsrelationer, samt vilka utmaningar europeiska mediaföretag möter för att bevara och bruka sina IP. Resultaten visar på ökade affärer med strömningstjänster och en fortsatt betydelse av VoD-exploatering. De visar även att producenter överlåter samtliga IP för film/serier till strömningstjänster/Tv-bolag mot förskottsbetalning. Producenter uppfattade att icke EU-baserade strömningstjänster och Tv-bolag i långt större uträkning behåller IP, och att streamers allt oftare kräver fullt ägandeskap över rättigheterna. Rapporten visar också att såväl VoD-katalog som tittarbeteenden lutar starkt till fördel för USA-producerat innehåll (59 procent av tittarna, 47 procent av utbud).

#### *Spelsektorn*

Spelindustrin har vuxit fram som en av de viktigaste kulturella och kreativa sektorerna i skärningspunkten mellan digital teknik, bildkonst, musikarrangemang och interaktivt berättande.



125 miljoner européer spelar dataspel och siffran ökar stadigt. Yngre är mest aktiva, mer än 70 procent mellan 6 och 24 år anger att de spelar.

Globalt har marknaden sett kontinuerlig tillväxt, nyligen driven av mobilspel (51 procent av marknaden, jmf konsolspel 29 procent, PC-spel 20 procent). Även EU-marknaden växer, men dess andel av världsmarknaden minskar. De fyra största bolagen, hemmahörande i USA, Kina och Japan, genererar hälften av de globala intäkterna. Inga EU-baserade bolag återfinns på topp 10-listan. Forskning visar att särskilt utomeuropeiska bolag inom tech och underhållning investerar i spel och dominerar distributionsdelarna inom värdekedjan.

De community-baserade spelen ökar, men inget av de viktigaste är EU-baserat. Där utvecklas plattformar med verksamhet från andra kommersiella sektorer. I vissa spel kan man spela, interagera, gå på konserter och köpa föremål som en del av ett enda spel. Andra går än längre och skapar en egen digital valuta. Trenden gör dataspelsföretag till inkörsportar till andra ekonomiska verksamheter vilket kan få storskaliga konsekvenser för intäktsfördelningen. Vid sidan av spel, är XR (Extended Reality) en marknad som växer snabbt, även om 84 procent av de europeiska intäkterna genereras av tio företag med säten utanför EU.

Dataspel- och andra audiovisuella sektorer samarbetar alltmer och söker därför liknande kompetenser och färdigheter. Exempel på detta är utvecklingen av Virtual Production (VP), som blandar levande bilder med digitala miljöer. Den framtida konkurrenskraften inom spel- och filmsektorn kommer påverkas av förmågan att utnyttja digitala tillgångar (till exempel inspelade digitala filmuppsättningar) i audiovisuella verk.

#### *Nyhetsmediesektorn*

Rapporten visar att EU-medborgare har ett fortsatt förtroende för nyhetsmedier, samt att man värderar nyhetsmediers samhällsroll och bredd. Men sektorns omvandling är genomgående. EU:s marknad för nyhetsmedier består huvudsakligen av små företag (färre än 10 anställda), medan nästan all omsättning ligger hos de största aktörerna (ex. Tv-bolag). Analysen visar på sektorns olika tillväxtkurvor. Tryckpressen ser stadiga intäktssänkningar, Tv och radio har ökat måttligt, och digitala nyheter ser en betydlig ökning. Dock motsvarar inte ökningen av de digitala nyheterna minskningen för den tryckta pressen, och den totala sysselsättningen har minskat med 30 procent mellan 2008 och 2020.

De flesta européer konsumerar nyheter dagligen (primärt på Tv). Den snabba tillväxten för digitala medier för dock inte med sig motsvarande tillväxt av intäkter för nyhetsmedier. Européer har vant sig vid, och konsumerar främst, fritt tillgängliga nyheter på nätet. 2022 genererade pressen 15,5 miljarder euro i intäkter från tryckta utgåvor (som 21 procent av européerna konsumerar), jämfört med 4 miljarder euro för digitala nyhetsmedier (som 43 procent av européerna konsumerar).

Sammantaget visar rapporten att den ekonomiska hållbarheten för delar av sektorn står på spel. Sektorns framtid kommer att bero på dess förmåga att förnya sig, generera data och ha god kontakt med konsumenter, i synnerhet yngre som i allt högre grad tenderar undvika nyheter eller konsumera dem på onlineplattformar. ■

*Texten är en sammanfattning av de resultat som presenteras i The European Media Industry Outlook 2023. Ta del av rapporten i sin helhet, samt referenser: [www.digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-media-industry-outlook](http://www.digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-media-industry-outlook).*

# En mångfald av europeiska berättelser

**Vid European Writers Desk Meeting i Hamburg i slutet av augusti samlades europeiska manusförfattare för att stärka sina nätverkskontakter och arbeta med sina utvecklingsprojekt tillsammans med manuskonsulterna Claire Armspach, från Storbritannien och Miguel Machalski från Spanien.**

European Writers Desk (EWD) är ett paneuropeiskt nätverk med 75 internationellt erfarna manusförfattare som träffas regelbundet online och en gång om året fysiskt i en europeisk stad. Sedan nätverket startade 2021 har de fysiska träffarna varit i Köpenhamn och Hamburg. Syftet med initiativet, som kommer från tjugo europeiska Kreativa Europa-deskar under ledning av Hamburg-kontoret, är att ge deltagande författare en europeisk plattform, att få dem att lämna sina ibland ganska isolerade tillvaron samt att mötas för att utveckla idéer och material tillsammans på en internationell nivå.

I år välkomnade Hamburgdesken 24 EWD-deltagare under tre dagar. Programmet innehöll gruppsessioner med det manusmaterial de hade tagit med sig, samt pitchar från tyska producenter som letade internationella Writers Room-författare för sina projekt.

*– European Writers Desk var en gudagåva för de närvarande manusförfattarna som kunde dela en trygg och inspirerande plats där kunniga kollegor ställde frågor och gav varandra insikter om de projekt som presenterades, respektfullt men skarpt och inom ett brett spektrum av genrer, stilar och teman. Ett välbehövligt initiativ för att utforska och uppgradera TV-serier och film innehåll. säger Miguel Machalski som under dessa två dagar var upptagen av livliga gruppupplevelser med en stor variation av material och skrivarpersonligheter.*

Författarna behöver anpassa sig i takt med kraven från den audiovisuella marknaden. EWD syftar till att skapa en länk mellan de som skriver och den alltmer nätverksbaserade industrin:

*– Att skriva är oftast en ensam syssla, vi författare ses ofta som ensamvargar. Men alla deltagare som har varit med i ett evenemang som European Writers Desk i Köpenhamn eller Hamburg vet hur mycket vi behöver utbyta idéer med varandra och hur mycket vi drar nytta av andras feedback. Tack för denna enorma inspirationsboost och kreativitetsimpuls från det europeiska nätverket!* kommenterar Jan Hinrik Dreves från Tyskland sin motivation att engagera sig i EWD.

Mötet i Hamburg organiserades av Kreativa Europa Desk Hamburg i samarbete med deskarna från Österrike, Danmark, Finland, Belgien, Kroatien, Tyskland, Grekland, Ungern, Italien, Irland, Lettland, Luxemburg, Polen, Sverige och ägde rum med stöd av MOIN Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein och Letterbox Filmproduktion. ■



Foto: Jürgen Abel, Creative Europe Desk Hamburg.

# European Film Promotion – ett kraftcentrum för europeisk film

**Med cirka 1,8 miljoner euro mottog European Film Promotion (EFP) det högsta tvååriga stödbeloppet bland de finansierade projekten och initiativen inom Kreativa Europa MEDIA:s stöd till Marknader och nätverk. PR-byrån, som är baserad i Hamburg i Tyskland och arbetar för europeisk film över hela världen, visar att de fortsätter vara ett aktivt kraftcentrum för europeisk film på den internationella arenan.**

EFP är organiserat som ett paneuropeiskt nätverk av nästan 40 nationella filminstitut och filmcentra. En av nätverkets mest populära aktiviteter är *European Shooting Stars*, där tio europeiska skådespelare belönas med *Shooting Stars Awards* vid en gala under Berlins filmfestival Berlinale.

Kreativa Europa Desk Hamburg har talat med Jo Mühlberger, EFP:s vice VD, som inte bara är glad över EFP:s fortsatta framgång och närvaro på marknader världen över, utan även talar om de hållbarhetsmål och aktiviteter de har skapat för att diversifiera branschen.

**– Vi gratulerar till den tvååriga finansieringen av era aktiviteter. Vad förblir detsamma, vad är nytt?**

– Tack så mycket! Det ekonomiska stödet från Kreativa Europa gör det möjligt för European Film Promotion att driva 12 olika program per år, till exempel fortsättningen av framgångsrika talangaktiviteter som *Shooting Stars*, *Producers on the Move* samt flertalet aktiviteter med varumärket EUROPE! som äger rum på marknader utanför Europa.

Särskilt efter pandemin är våra aktiviteter på Toronto International Film Festival, Asian Contents & Film Market i Busan samt på FILMART i Hongkong ett viktigt inslag för att stödja synligheten och spridningen av europeisk film. Film Sales Support (FSS) som stöttar marknadsföringskampanjer för filmförsäljningar utanför Europa skulle inte vara möjligt utan MEDIA:s fortsatta stöd.

I januari i år kunde vi för första gången hålla den fysiska *EUROPE! HUB* på Sundance. Efter två år av online-närvaro genom vår *EUROPE! Showcase*, hade vi äntligen en mötesplats för alla europeiska deltagare och internationella kollegor på festivalen. Vårt program *EUROPE! Voices of Women in Film*, ett varumärke för filmer av europeiska kvinnliga filmskapare som vi arrangerar tillsammans med Sydney Film Festival, kommer även att äga rum under Rio International Film Festival.

**– Vad innebär ert MEDIA-finansierade projekt *Film Sales Support*?**

– Genom *Film Sales Support* (FSS) har vi möjlighet att stödja säljagenter med ett ekonomiskt bidrag. Det är ett strukturellt stöd som går till marknadsföringsarbete för marknader utanför Europa.

Med *FSS Digital Plus* har vi utökat FSS så att distributörer utanför Europa också kan ansöka om finansiering för digitala marknadsföringsåtgärder för filmer som visas på festivaler inom Europa, om festivalen har fokus på filmindustrin utanför Europa, till exempel som San Sebastian International Film Festival har med Latinamerika.

Med *FSS Inclusion* har vi lanserat ett nytt finansieringsprogram som fokuserar på mångfald inom filmskapande: Filmer som fokuserar på mångfald och inkludering eller vars skapare kommer



European Film Promotion. Foto: Harald Fuhr.

från marginaliserade sociala grupper kan ansöka om stöd från säljagenter för marknadsföringskostnader, det gäller även för filmer som visas på specialiserade festivaler.

**– I vilka regioner tror du att intresset för europeisk film är särskilt stort?**

– Den paneuropeiska marknaden är fortfarande den viktigaste. Utanför Europa är den nordamerikanska marknaden i stort sett oförändrad som den centrala marknaden för europeiska filmer. Den latinamerikanska marknaden har drabbats hårt av pandemin och har en långsam återhämtning, men vi ser ett växande intresse från den asiatiska regionen, vilket vi såg på vår *EUROPE!*-satsning under FILMART i Hong Kong. Förutom efterfrågan från Sydkorea och Japan såg vi ett växande intresse från mindre länder i Sydostasien, till exempel Taiwan och Vietnam, som hittills sällan har nämnts som marknader.

**– I maj var ni i Toronto med dokumentärsatsningen *The Changing Face of Europe*, där presenterade 10 europeiska dokumentärer för den nordamerikanska filmindustrin. Vad stod på programmet för filmskaparna?**

För regissörerna fanns det, utöver visningarna av deras filmer, ett omfattande nätverksprogram för en entusiastisk Torontopublik. Förutom evenemangen på plats erbjöd vi online-sessioner i förväg, en kombination av möten med distributörer, producenter, festivalprogrammerare och andra filmskapare från Nordamerika. Dessutom fokuserade vi naturligtvis på marknadsföringen av de utvalda filmerna med regissörer bland genom partnerskap med olika medier. För första gången erbjöd vi en europeisk mötesplats i festivalens *Industry Center*. Hit kunde alla deltagande europeer komma om de sökte kontakter eller information om den nordamerikanska marknaden. Omvänt kunde den nordamerikanska industrin hitta information och kontakter för de europeiska filmskaparna och deras filmer på festivalen.

### **– När det gäller hållbarhet kräver MEDIA strategier och idéer från de finansierade projekten. Vilka mål har ni satt upp här?**

– Hållbarhet har varit en viktig fråga för oss sedan en tid tillbaka och vi välkomnar verkligen det faktum att MEDIA-finansierade projekt förväntas spela sin roll här. Under de senaste månaderna har vi haft två kollegor på kontoret som arbetar med denna fråga specifikt på EFP och i våra program, och som också söker utbyte med medlemsorganisationerna och internationella partners.

Genom TheGreenShot har vi tagit in professionell extern rådgivning och håller på att ta fram en färdplan som ska göra det möjligt för oss att minska koldioxidutsläppen från EFP och våra program med 55 procent fram till 2030, i linje med den europeiska gröna given. Detta ställer oss inför stora utmaningar eftersom grunden i vårt arbete är att främja europeiska filmer utanför Europa, vilket hittills har inneburit Co2-intensiva flygresor till internationella festivaler och marknader. Att ifrågasätta detta och utveckla alternativ i dialog med våra medlemsorganisationer, festivaler och även deltagare på våra evenemang är en central punkt i den aktuella debatten.

### **– MEDIA tar också frågan om mångfald på stort allvar, hur implementerar ni detta?**

– Med vårt program *EUROPE! Voices of Women in Film* fokuserar vi till exempel på genusfrågan inom regi. Men mångfaldsfrågan är också en viktig del av våra andra program. I programutlysningarna påpekar vi uttryckligen att när vi frågar efter deltagare bör vi medvetet titta på om det finns kandidater eller projekt av personer från marginaliserade grupper. I detta syfte gör vi regelbundet en bedömning av situationen, vi diskuterar den med vår styrelse och på våra allmänna möten och vi har med oss frågan i vårt dagliga arbete.

### **– Ni är närvarande på många internationella festivaler och marknader. Saknar ni några som ni skulle vilja vara på i framtiden?**

– Jag tror att vi är ganska väl positionerade just nu med mångfalden av våra program och geografisk fördelning. Vi har ett ständigt utbyte med de nationella filminstituten, våra medlemmar och filmindustrin när det gäller marknader utanför Europa hur utvecklingen ser ut. Latinamerika nämns upprepade gånger som ett viktigt område. Med Unifrance y EFP Miami Mercado, ett evenemang vid filmfestivalen i Miami, vänder vi oss särskilt till latinamerikanska säljagenter. Vi tittar tillsammans på utvecklingen i dessa länder och på vilken festival som kan skapa mervärde genom att marknadsföra de senaste filmerna från Europa.

Ett annat ämne som har engagerat oss alltmer under en längre tid är animation. Det händer mycket i Europa inom det området, så vi har startat ett utbyte med våra medlemmar, men också med producenter och flertalet specialiserade festivaler och marknader. Vårt *Arab Critics' Award Best European Films* som vi har tillsammans Arab Cinema Centre (ACC) har varit ganska framgångsrikt i flera år nu, och vi tittar för närvarande på hur vi kan använda denna modell för att närma oss filmkritiker i andra regioner så att de rapporterar om våra filmer.

**– Tack så mycket för intervjun, Jo Mühlberger! ■**

# This is Short – europeiskt fönster för kort format

**2022 beviljades Uppsala Kortfilmfestival tillsammans med samarbetsparterna i festivalnätverket *European Short Film Network* 530 000 euro för att utveckla en plattform för kortfilm. MEDIA Desken ringde upp festivalchefen Niclas Due Gillberg för ett samtal.**

## – Berätta lite om projektet, vilka är ni och vad initierade detta?

– Plattformen startades under pandemin av Vienna Shorts, Österrike, Short Waves Festival, Polen, Internationale Kurzfilmtage Oberhausen, Tyskland och Go Short, Nederländerna. Den användes då mest periodvis. För drygt ett år sedan bjöds vi i Uppsala och IndieLisboa in som medlemmar, och tillsammans sökte vi stöd från Kreativa Europa MEDIA för att utveckla projektet, och den 20 november 2023 lanserades året-runt-streamingplattformen *This is Short*. Festivalerna bakom är bland de största i kortfilmsbranschen, men vi vill nå ut till ännu fler – i större delar av Sverige och till andra delar av världen, men vi kommer främst att fokusera på våra sex länder.

*This is Short* ger oss alla en möjlighet att visa film på ett annat sätt än vi gjort tidigare. Den ger oss nya programsättningsmöjligheter, är en kanal till publiken hela året, och inte minst ett bra komplement till våra fysiska evenemang.

## – Hur ser samarbetet ut kring innehåll?

– En del beslut tas gemensamt, till exempel vilka specifika teman och filmskapare vi vill fokusera på, sen kureras de olika delarna av medlemsfestivalerna. Uppsala kortfilmsfestival kurerade senast barnfilmssektionen. Varje festival har dessutom ett eget fönster på plattformen där de kan visa vad de vill. Trots att vi är sex festivaler och ännu fler personer som samarbetar har vi haft mer eller mindre en delad vision!

Just nu ligger omkring hundra titlar på plattformen med framöver kommer det att landa på omkring 300 gemensamt kurerade filmer, sen tillkommer festivalfönstren. Vi vill ha mellan 70 och 100 filmer på vårt fönster och räknar med att kontinuerligt byta ut titlar.

Plattformen ska fungera med månadsprenumeration, samt med möjligt branschabonnemang med utökade visningsperioder för filmerna. Vi kommer generellt jobba med tidsbegränsade globala rättigheter för filmerna men vissa titlar kan såklart ha geografiska begränsning.

## – Hur ser ni framåt, om så kan göras så snart efter lansering?

– Vi har finansiering för 2024, och vi planerar att söka fortsatt stöd och jobba med långsiktigheten för plattformen. En del av utvecklingsplanen är att samarbeta med fler festivaler, men också att fördjupa samarbetet med rättighetsinnehavare och partners i olika länder.

– Då önskar vi er stort lycka till och ser fram emot att följa er! ■



Niclas Due Gillberg, Festivalchef  
Uppsala Kortfilmfestival.

### Om Kreativa Europa

Kreativa Europa är Europeiska kommissionens program för stöd till de kulturella och kreativa sektorerna. Programmet pågår 2021–2027 och ger europeiska aktörer inom tv, film, dataspel, konst och kultur möjligheter att samarbeta internationellt och nå ut till en internationell publik. Kreativa Europa är uppdelat i de två delprogrammen Kultur och MEDIA samt ett sektorsövergripande programområde. Kreativa Europa Desk Sverige informerar om programmet och ger stöd och rådgivning vid ansökan. Kulturrådet och Svenska Filminstitutet delar på uppdraget – Kulturrådet ansvarar för delprogrammet Kultur och Filminstitutet för delprogrammet MEDIA.

Behöver du råd? Vill du veta vilka möjligheter du har till stöd, få veta vad Kreativa Europa kan erbjuda dig, eller få hjälp i ansökningsarbetet? Boka gärna ett möte med oss!

### Kreativa Europa Desk Kultur

Matilda Ekström, 08 519 264 93, [matilda.ekstrom@kulturradet.se](mailto:matilda.ekstrom@kulturradet.se)  
Elin Roserström, 08 519 265 15, [elin.roserstrom@kulturradet.se](mailto:elin.roserstrom@kulturradet.se)  
Ann Traber, 08 519 264 04, [ann.traber@kulturradet.se](mailto:ann.traber@kulturradet.se)

Postadress: Kulturrådet, Box 27215, 102 53 Stockholm

### Kreativa Europa Desk MEDIA

Dominic Chennaya Cecilgård, 08 665 12 07, [dominic.chennaya@filminstitutet.se](mailto:dominic.chennaya@filminstitutet.se)  
Ulrika Nisell, 08 665 12 05, [ulrika.nisell@filminstitutet.se](mailto:ulrika.nisell@filminstitutet.se)

Postadress: Svenska Filminstitutet, Box 27126, 102 52 Stockholm

### Följ våra löpande nyheter

Prenumerera på nyhetsbrev via våra webbplatser [www.kreativaeuropa.eu](http://www.kreativaeuropa.eu)  
Följ oss på Facebook [www.facebook.com/deskultur](http://www.facebook.com/deskultur) | [www.facebook.com/kreativaeuropa](http://www.facebook.com/kreativaeuropa)  
Följ oss på Twitter [@DeskKultur](https://twitter.com/DeskKultur) | [@MEDIA\\_Desk](https://twitter.com/MEDIA_Desk)

**KULTURRÅDET**



Medfinansieras av  
Europeiska unionen