

## Millennium-rapporten i punktform

- Rapporten avser ekonomiska effekter och exponeringsvärde från de svenska Millennium-filmerna.
- Studien är genomförd på uppdrag av Regionförbundet Sörmland, Filmregion Stockholm-Mälardalen, Stockholm Business Region Development, Nyköpings kommun och Film i Sörmland.
- Stieg Larssons Millennium-trilogi har fått ett stort internationellt genomslag och böckerna har sålt i miljontals exemplar i mer än 40 länder.
- Under 2008 - 2009 producerades tre svenska filmer och sex tv-avsnitt baserade på böckerna med Noomi Rapace i rollen som Lisbeth Salander och Michael Nyqvist i rollen som Mikael Blomkvist.
- Under 2010 - 2011 spelas en amerikansk filmversion in, *The Girl With The Dragon Tattoo*, baserad på den första boken. Filmen regisseras av David Fincher och huvudrollerna görs av Rooney Mara och Daniel Craig. Den amerikanska filmen som till stora delar spelas in i Stockholm och Sverige får premiär i december 2011 och förväntas bli en stor internationell succé. Det amerikanska filmbolaget har även köpt rättigheterna till de andra två böckerna i serien.
- Prognoser visar att de svenska filmerna förväntas nå en publik på minst 123 miljoner personer i slutet av 2011, via bio, dvd och tv.
- I Millennium-berättelserna är Stockholm och flera andra platser i Sverige framträdande och tydligt adresserade. Det går inte att ta miste på platsernas roll i handlingen.
- De svenska Millennium-filmerna är till stor del inspelade i Stockholmsregionen: Stockholm, Nacka och Gnesta med flera platser.
- Genom böcker, filmer, artiklar och övrig exponering når Stockholmsregionen en internationell publik om hundratals miljoner personer.
- Turister som reser utifrån ett tema eller ett intresse blir allt mer vanligt. Inom den här kategorin turister finns även filmturister. Det finns rikt med exempel på vad "framgångsrik" exponering av en plats på film ger för effekter på turismen till en plats: *Sagan om ringen*, *Harry Potter*, *Notting Hill*, *Mamma Mia*, *Robin Hood* och *The Twilight Saga*. I Sverige talar man redan om Wallandereffekter och turister som reser i Arns fotspår.
- Sedan flera år är det möjligt att se ett ökat intresse bland turister att besöka platser som finns med i Millennium-berättelserna.
- Sedan 2009 är det ungefär 10 000 turister som årligen följer med på guidade Millennium-vandringar. 2008 anordnades åtta guidade visningar av Stockholms Stadsmuseum. Två år senare var antalet guidade turer upp i 300.
- Det går också att se ett ökat intresse av turister från länder som Frankrike, Italien och Spanien.
- De svenska *Millennium-filmernas* produktionsbudget uppgick till drygt 100 miljoner kronor varav uppskattningsvis 93 miljoner kronor gick till regionen i form av löner, inköp av tjänster, boende, transporter med mera.
- Det finns också en multiplikatoreffekt, det vill säga att de summor som investeras och spenderas under en filmproduktion skapar tillväxt i flera led: Regionens näringsidkare ökar i sin tur sina inköp tack vare det som konsumeras och investeras under filmproduktionen.
- I rapporten har vi uppskattat multiplikatorn till 1,5, det vill säga att produktionen har gett ett direkt och indirekt värde om cirka 140 miljoner kronor.
- Exponering av en plats som finns i verkligheten betingar ett värde. Om exponeringen av en plats kan locka turister som väljer att åka till platsen kan det konstateras att platsen marknadsförs genom filmen. Således har exponeringen av platsen ett marknadsföringsvärde eller, som vi talar om här, ett exponeringsvärde.



- För att värdera en plats exponering i film krävs ett antal antaganden. Ett antagande som görs i analysen är att exponering av en plats som ger turistbilsassociationer och som går att åka till har ett värde. Detta värde går att beräkna på motsvarande sätt som värdet av produktplacering.
- I rapporten har vi utgått från motsvarande metod för att uppskatta värdet av produktplacering. I de tre filmerna har vi identifierat cirka 50 tydliga exponeringar av Stockholmsregionen i scener som skulle kunna finnas med i turistreklam.
- Exponeringarna har sedan satts i relation till vad det skulle kosta att betala för motsvarande reklamutrymme i olika kanaler – tv, dvd, bio och webb.
- Exponeringsvärdet av de svenska *Millennium-filmerna* uppskattas till cirka 960 miljoner kronor för de 50 exponeringarna för en publik på 123 miljoner personer.
- I rapporten presenteras ett scenario för effekter på besöksnäringen i Stockholms stad under åren 2009 - 2013. Eftersom Stockholm har mycket annat som attraherar är det svårt att mäta exakt vad Millennium-effekten tillför i fråga om turism. Men Millennium ökar onekligen huvudstadsregionens internationella konkurrenskraft som en spännande turistregion.
- Vår hypotes är att det massiva genomslag som Millennium-trilogin haft i form av böcker, filmer och inslag i media bidrar till att många väljer just Stockholm som besöksmål. Sammantaget ger vårt scenario en ökning av antalet kommersiella gästnätter med 3,44 procent, eller 215 880 under 2009 - 2013. Till det kommer en ökning av antalet dagsbesök och privata gästnätter. Sammantaget kan dessa besökare förväntas konsumera för 430 miljoner kronor under perioden.

Stockholm i mars 2011

Joakim Lind, Cloudberry Communications

Madeleine Sparre, Oxford Research