

## Søknad

<b>Søknadsnr.</b>	2019-0076	<b>Søknadsår</b>	2019	<b>Arkivsak</b>
<b>Støtteordning</b>	Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2019 Næring- og Samfunnsutvikling i forbindelse med arbeidet og innspillingen av			
<b>Prosjektnavn</b>	spillefilmen "Tunnelen"			

### Kort beskrivelse

Tunnelen skal bli en storslått norsk film med kjente sjangerelementer forankret i norsk virkelighet. Historien og tematikken skal være sterkt forankret i Pål Øies visjon og føles relevant for en stor del av den norske befolkningen, over land og strand.

Det er over 1100 tunneler i Norge og svært få av dem har rømningsvei. Ved en ulykke eller katastrofe kan det ta redningsarbeidere flere timer å komme frem. Det har vært flere tunnelbranner i Norge de siste ti årene, og Tunnelen er basert på diss

### Prosjektbeskrivelse

Tunnelen skal bli en storslått norsk film med kjente sjangerelementer forankret i norsk virkelighet. Historien og tematikken skal være sterkt forankret i Pål Øies visjon og føles relevant for en stor del av den norske befolkningen, over land og strand.

Det er over 1100 tunneler i Norge og svært få av dem har rømningsvei. Ved en ulykke eller katastrofe kan det ta redningsarbeidere flere timer å komme frem. Det har vært flere tunnelbranner i Norge de siste ti årene, og Tunnelen er basert på disse hendelsene.

Myndighetene jobber med en plan for å oppgradere tunnelene våre, men med et så stort behov vil flere av tunnelene ikke bli oppgradert på flere år. En katastrofe venter bare på å skje, og i denne filmen har vi konstruert et troverdig scenario med verst tenkelig utfall. Vi er interessert i reaksjonene til normale mennesker i ekstreme situasjoner. Nivået av realisme og troverdighet i karakterene er viktig. Vi er fascinert av de mange reaksjonene som skjer i livsfarlige situasjoner. Dette er ikke en historie om en dominerende skurk og eventyrlystne helter, men om vanlige mennesker som er fanget i deres verste mareritt, midt i deres vanlige liv. Vi er overbevist om at dette nivået av realisme også vil fascinere publikum.

Det blir essensielt å sikre en god cast som på en troverdig måte kan formidle mennesker i en krisesituasjon. Noe av styrken til regissør Pål Øie er nettopp å samarbeid med erfarne skuespillere i en sjangersetting som dette der vi skal få frem hele spekteret av personlighet og følelser. Vi er i god dialog med skuespillere som setter prosjektet og målsetningen høyt.

Filmen vil kreve realisme i effekter og bruk av virkemidler for å underbygge frykt og skape spenning. Røyk og flammer vil nesten oppleves som en egen karakter i filmen, og her blir det viktig for oss å utvikle et innovativt uttrykk når kameraet viser røykutvikling med bilder og bevegelse vi aldri tidligere har sett på film. Det vakre, nærmest poetiske og fysiske skal balanseres med det skumle og dødelige. Med blant annet inn- og utsug av luft i tunnelen har vi muligheten til å skape spektakulære bilder fra røykens øye. Her må vi balansere bruken av praktiske effekter med digitale effekter, og det skal imponere og skremme. Filmen skal være en stor norsk kinoopplevelse med et internasjonalt potensial. Vi vil bygge på det særnorske ved tunneler og by vs. land. Handlingen er satt til førjulstiden, noe som skaper sterk kontrast til den fredfulle høytiden det er ment å skulle være. Vi har allerede merket en stor interesse for remake-rettigheiene, noe som for oss signaliserer noe aktuelt og allmenngyldig ved filmen vår. Tunnelen som prosjekt har fra første stund blitt veldig godt mottatt av lesere og publikum.

De fleste kjenner seg igjen i faren for at dette kan skje dem. Produsent John Einar Hagen har i en årrekke jobbet som ambulansesjåfør/paramedic og så med en gang styrken i troverdighet i handlingsforløpet og menneskers reaksjon på en krisesituasjon (noe han forøvrig vil være med på å sikre videre i prosessen). Flere som har vært utsatt for ulykker i trafikken har anerkjent prosjektet for å sette fokus på noe viktig. Vi skal lage underholdning og ikke folkeopplysning, men fordi vi baserer hendelsene fra virkeligheten så vil vi med filmen også gi innsikt og skape debatt rundt tunnelsikkerhet og katastrofe. Samt at publikum kanskje får større forståelse for hvordan man skal oppføre seg hvis uhellet eller katastrofen inntreffer.

## Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
<b>Søker / Prosjekteier</b>	Nordisk Film Production Org.nr:967993662	Nydalsveien 12 0484 OSLO	91140529
<b>Kontakt-person</b>	Einar Loftesnes	Tidemands gate 8 5005 BERGEN	91140529
<b>Prosjekt- leder</b>	Einar Loftesnes	Tidemands gate 8 5005 BERGEN	91140529

**Mottatt offentlig støtte tidligere:** Ja

Norsk filminstitutt

Vik Kommune

Førde Kommune

Stryn Kommune

Høyanger Kommune

Vestnorsk filmsenter

Mediefondet Zefyr

## Spesifikasjon

## **Bakgrunn**

Tunnelen er en spillefilm som er inspirert av brannene i Gudvangen, Skatestraum og Oslo tunnelen. Filmen har valgt å fokusere på hendelseforløpene rundt en slik hendelse i form av hva skjer på innsiden og utsiden. Vi følger folk som er direkte oppe i ulykken og pårørende på utsiden. I tillegg følger vi Veittraffiksentralen, AMK i Førde, Brannfolk, politi etc.

Vi har alltid hatt som ambisjon å bruke spektakulær natur og møte vanlige folk som blir helter i ekstreme situasjoner.

For å oppnå visjonen vår hadde vi planer om å filme på utsiden av tunnelen i Norge og innsiden i et lavkostland med insentivordning. Etter et godt samarbeide med Statens vegvesen så kom det plutselig en tunnel vi kunne bruke til opptakene og vi satte igang å sjekke muligheter til å hive oss rundt og gjør det. Det vi ikke fikk til var å restfinansiere filmen vår til å gjøre dette. Ved at vi ikke filmet i utlandet så mistet vi 12,5% av finansieringen vår og det er dette vi nå søker om og søker flere steder for å opprettholde kvaliteten. Film er lange prosesser og opptakene er en ting, men man klipper og lager effekter i ettertid også. Med noe tilskudd fra dere så klarer vi å opprettholde mest mulig opptak i regionen. Alternativet er redusere og flytte deler av opptakene til Oslo for å spare overnatting, reise og logistikkostnader.

## **Prosjekt mål**

Vi ønsker å lage en realistisk skildring av en tunnellbrann-ulykke. Vi har nå jobbet i 4 år med å utvikle prosjektet og er nå straks inne i opptaksperioden. Vi har et ambisiøst filmprosjekt som har store logistiske utfordringer. Vi filmer over hele Sogn og Fjordane og håper å gjøre 90% av opptakene her hvis vi får noe lokal støtte.

Det vi vil lage er ein realistisk som mulig film, og det gjør at den vil nå et bredt og internasjonalt publikum. Filmen har også store internasjonale ambisjoner, i likhet med Nordsik Film Productions forrige prosjekter Kon-Tiki og Den 12. mann.

MARKED

Sammen har vi gjennom analysebyrået YouGov testet want to see for Tunnelen. Resultatene er oppløftende – ikke minst tatt i betraktning at Tunnelen ikke er basert på et kjent konsept (bok, oppfølger, tv-serie eller lignende). Kort fortalt sier totalt 29% at dette er en film det er «veldig sannsynlig» eller «sannsynlig» at de kommer til å se på kino! Dette gir oss en potensiell målgruppe på 2,5 millioner personer, og et solid utgangspunkt før vi i det hele tatt har startet markedsarbeidet med filmen. Gjennom kampanjen skal vi trigge de som allerede er positive – og overbevise de som per dags dato ikke har uttrykket interesse. Want to see er også et godt egnet verktøy for å underbygge målgruppe. Deler vi opp de som svarer at de «svært sannsynlig» vil se Tunnelen på kino, så er intensjonen jevnt fordelt på alder. De yngste er, ikke overraskende, de mest positive. Det ligger også i prosjektets natur som en katastrofefilm, og hele 36% uttaler at det er svært sannsynlig at de kommer til å se filmen på kino. Denne prosenten faller med alderen, men overraskende nok er det hele 30% i gruppen 50-69 som sier det samme. Det er en høy andel – og igjen en bekreftelse på at lokale katastrofefilmer som oppleves relevante har en høy appell. Det er sjelden, sett bort fra store blockbustere som Den 12. Mann og Bølgen, at man har konsepter som scorer så godt på tvers av alder og det er noe som vi skal utnytte i lanseringen av Tunnelen.

#### HVEM SKAL SE TUNNELEN ?

Katastrofefilmer har tradisjonelt sett et veldig tydelig nedslagsfelt basert på målgruppe. Det er primært tenåringer og unge voksne som løser billetter. Dette er også primærmålgruppen for Tunnelen. Det er disse personene som er enklest å overtale til å se filmen og som vi antar vil komme på kino i de to første ukene. Samtidig vet vi, og takket være innsikt fra lanseringen av Bølgen, at det finnes en stor potensiell sekundærmålgruppe i alderen 35-59 år. På Bølgen sto denne målgruppen for hele 49% av besøket<sup>1</sup> og vi

har de samme ambisjonene på Tunnelen.

- Primærmålgruppe: P 15-39 år (Film Consumers, Cinema Addicts) – 1,4 million mennesker
- Sekundærmålgruppe: P 40–59 år (Film Consumers, Cinema Addicts) – 1,1 million mennesker

Filmene skal føles relevante for de som tradisjonelt ser katastrofefilmer. Samtidig vil kommunikasjonen rettet mot den «eldre målgruppen» fokusere mer på fakta og den reelle trusselen enn på spenning og effekter. Dette er i samsvar med posisjoneringen og sørger for at vi klarer å være konsistent i kommunikasjonen. For å underbygge målgruppen, har vi gjennomført en want to see test som bekrefter referansen til Bølgen.

#### **Forankring**

##### Innledning

Vi ønsker å legge store deler av innspillingen av spillefilmen «Tunnelen» til

Sogn og Fjordane, og ønsker derav å søke om midler for å komme i mål med dette. Vi har som mål å få filme stort sett hele filmen i fylket og for å få dette til trener vi å fullfinansiere dette. Alternativet er å redusere planlagte opptak. Tilskuddet fra dere vil derfor ha direkte utslagsgivende effekt.

Etter at Statens Vegvesen fant Flotenestunnelen i Vadheim, og tilbydde oss å filme deler av filmen der har vi valgt å flytte opptakene vi hadde planlagt i utlandet til Norge. Dette medfører blant annet at kostnadene økte betraktelig, men vi får igjen et mye bedre produkt, og vi får spilt inn hele filmen i Sogn og Fjordane. Noe vi alltid har ønsket å få til, men ikke var praktisk gjennomførbart grunnet at det er fordyrende å legge produksjoner til Norge siden utlandet har en insentivordning som gjør at vi kan produsere mer film med støtte fra staten i de ulike landene, slik de bidrar med 25% av kostnadene vi bruker.

Nå som vi har valgt å flytte prosjektet til Norge i sin helhet har vi da mistet 12,5% av vår finansiering, samt at alle kostnadene med kost og losji øker betraktelig.

Vi håper at fylket og kommunen kan være med på et spleiselag for å få lagt mest mulig av opptakene til Sogn og Fjordane. Det er dette vi i filmteamet ønsker sterkt og tror at er det beste for filmen.

Midler brukt i Fylket

I forbindelse med innspillingen og planleggingen bruker vi store ressurser på kost og losji,

offentlig – og privat næringsliv. Vi har estimert at vi legger igjen i overkant av kr 4 600 000 i Sogn og Fjordane under selve innspillingen. Dette gjennom tjenester, mat og overnatting. I tillegg er det 46 personer som bor og bruker penger i perioden. Totalbudsjettet på filmen er 34,6 mill kroner og i tillegg er det planlagt en markeds kampanje til rundt 4 - 7 millioner.

Lokal stolthet / Lokalt næringsliv

Vi kommer til å benytte oss av lokalt næringsliv, entreprenører og publikum som kan bistå med både arbeid bak og foran kameraet for å få gjennomført dette prosjektet.

Her vil vi aktivt benytte oss av kommunen for å få råd og kontakter slik at vi kan nå de rette personene. Vi har tidligere erfaring med at dette gir lokalsamfunnet en lokal stolthet, og er veldig positivt for begge parter. Utover i det kulturelle så har vi med oss viktige funksjoner utover dette med Fotografer, produsenter, skuespillere, statister og casting ansvarlige. I forbindelse med opptakene så ønsker vi å snakke med og ta inn studenter ved videregående skolene der vi er som kan ha en relasjon til yrker med filmproduksjon. Med det mener vi f.eks frisørfag i Høyanger og elektrolinjer som kan se andre muligheter og eit innblikk i hva som er mulig. Media og kommunikasjon linjen i Førde, samt Folkehøyskolen er også naturlig å få med oss på opptak.

Vi ser av erfaring at det kan øke bulyst, samt ha en positivt befolkningsvekst i distriktene etter slike prosjekter som dette. Det skaper samhold og folk møtes og er etterpå stolte når dei ser den ferdige filmen

De lokale kinoene kan få en markant økning i besøkstall som kan være med på å øke kulturtilbudet i bygdene gjennom at dei blir ranket høyere hos distributørene ettersom billettsalgene øker. Dette gir også bedre økonomi i kulturhusene og kinoene.

Markedsføring / Krysspromotering

Etter opptak så tilbyr vi å klippe sammen en liten film med fantastiske bilder fra Sogn og Fjordane og klipp fra filmen. Dette er noe vi ferdigstiller sammen med dere, og som dere kan bruke til å markedsføre Sogn og Fjordane, samt linke Sogn og Fjordane tydelig opp mot filmen.

Vi bruker betydelige summer både nasjonalt og internasjonalt for å markedsføre denne filmen, og blir dere med på samarbeidet, trekker vi gjerne Sogn og Fjordane fram i kampanje til filmen. Man kan se hvilken påvirkning lignende tilknytning har hatt for steder som Geiranger og Prekestolen - der stedene har fått stor effekt av filmer som «Bølgen» for Geiranger og «Mission impossible» for Prekestolen. Vi har tenkt forhåndspremierer dei stedene vi har vært å filmet for å vise den ferdige filmen og vise lokalbefolkningen kva dei har vært med på.

#### Premierearrangement

Vi ønsker å være behjelpelige i samråd med bygdekinoen deres, kommunen og eventuelt lokale bedrifter til å få til en storstilt premiere i spektakulære omgivelser.

Vi må selvfølgelig ta en sum i billettinntekter for å få betalt filmleie og eventuelt kostnader rundt selve premieren, men en idé hadde kanskje vært å hatt en premiere oppe på Hoven i Stryn, nedi Vikøyri og kanskje i Tunnelen i Vadheim. Selvsagt også alle de lokale kinoene i Sogn og Fjordane vil ha en oppsving med en så stor lokal film. Premieren er satt til 25. desember i år.

#### Prosjektorganisering

Alle våre filmarbeidere er spesialister og kompetansen er veldig høy. Vi har med oss 35-40 teknikere og kreatører og 5-40 skuespillere hver enkelt dag. Så teamet vårt er i meget høy standard og kompetanse.

#### Samarbeidspartnere

Norsk filminstitutt

Medifondet Zefyr

Vestnorsk Filmsenter

Vik Kommune

Høyanger Kommune

Førde Kommune

Stryn Kommune

Skjåk Kommune

Private Sponsoror

Nordisk film distribusjon

### **Aktiviteter**

Det som midlene fra fylkeskommunen og andre offentlige midler fra Sogn og Fjordane skal brukes til å få gjennomført prosjektet på lokasjoner som gjør det troverdige bra i filmen. Vi vil bruke lokale krefter og entreprenører samt at vi har en betydelig sum satt av til overnatting for 45 - 70 personer i hele perioden.

### **Målgrupper**

Sammen har vi gjennom analysebyrået YouGov testet want to see for Tunnelen. Resultatene er oppløftende – ikke minst tatt i betraktning at Tunnelen ikke er basert på et kjent konsept (bok, oppfølger, tv-serie eller lignende). Kort fortalt sier totalt 29% at dette er en film det er «veldig sannsynlig» eller «sannsynlig» at de kommer til å se på kino! Dette gir oss en potensiell målgruppe på 2,5 millioner personer, og et solid utgangspunkt før vi i det hele tatt har startet markedsarbeidet med filmen. Gjennom kampanjen skal vi trigge de som allerede er positive – og overbevise de som per dags dato ikke har uttrykket interesse. Want to see er også et godt egnet verktøy for å underbygge målgruppe. Deler vi opp de som svarer at de «svært sannsynlig» vil se Tunnelen på kino, så er intensjonen jevnt fordelt på alder. De yngste er, ikke overraskende, de mest positive. Det ligger også i prosjektets natur som en katastrofefilm, og hele 36% uttaler at det er svært sannsynlig at de kommer til å se filmen på kino. Denne prosenten faller med alderen, men overraskende nok er det hele 30% i gruppen 50-69 som sier det samme. Det er en høy andel – og igjen en bekreftelse på at lokale katastrofefilmer som oppleves relevante har en høy appell. Det er sjelden, sett bort fra store

blockbustere som Den 12. Mann og Bølgen, at man har konsepter som scorer så godt på tvers av alder og det er noe som vi skal utnytte i lanseringen av Tunnelen.

### **HVEM SKAL SE TUNNELEN ?**

Katastrofefilmer har tradisjonelt sett et veldig tydelig nedslagsfelt basert på målgruppe. Det er primært tenåringer og unge voksne som løser billetter. Dette er også primærmålgruppen for Tunnelen. Det er disse personene som er enklest å overtale til å se filmen og som vi antar vil komme på kino i de to første ukene. Samtidig vet vi, og takket være innsikt fra lanseringen av Bølgen, at det finnes en stor potensiell sekundærmålgruppe i alderen 35-59 år. På Bølgen sto denne målgruppen for hele 49% av besøket1 og vi

har de samme ambisjonene på Tunnelen.

- Primærmålgruppe: P 15-39 år (Film Consumers, Cinema Addicts) – 1,4 million mennesker
- Sekundærmålgruppe: P 40–59 år (Film Consumers, Cinema Addicts) – 1,1 million mennesker

Filmene skal føles relevant for de som tradisjonelt ser katastrofefilmer. Samtidig vil kommunikasjonen rettet mot den «eldre målgruppen» fokusere mer på fakta og den reelle trusselen enn på spenning og effekter. Dette er i samsvar med posisjoneringen og sørger for at vi klarer å være konsistent i kommunikasjonen. For å underbygge målgruppen, har vi gjennomført en want to see test som bekrefter referansen til Bølgen.

**Resultat**

Som tidligere skrevet har vi gjennomført markedsundersøkelse på hvem som skal se filmen. Men det som vi tenker også er effekten utover dette gjennom lokale bedrifter og overnattingsbedrifter. Samt at vi ønsker at rekruttering av filmarbeidere er en fin måte å vise at deres yrker også kan brukes på en annen måte en de allerede har tenkt. det er sånn det har vært for flere av de som er med i vårt team fra Aage Aaberge til vår 2. fotograf Stig Indrebø til lokal hjelp.

**Effekter**

For at vi skal åpna dette så tror vi at å lage filmen på virkelige steder er absolutt det viktigste. Vi tror at da når vi bedre ut til publikum og at vi lager et opplegg rundt opplæring og at folk får være med foran kamera som skuespillere og statister.

**Tids- og kostnadsplan****Tidsplan****Kostnadsplan**

Tittel	2019	2020	2021	2022	2023	SUM
Se vedlegg for detaljer	34 670 000					34 670 000
<b>Sum kostnad</b>	<b>34 670 000</b>					<b>34 670 000</b>

Legger ved budsjettfremside som vedlegg så ser man detaljene

**Finansieringsplan**

Tittel	2019	2020	2021	2022	2023	SUM
Se vedlegg for detaljert finansieringsplan	34 370 000					34 370 000
Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2019	300 000					300 000
<b>Sum finansiering</b>	<b>34 670 000</b>					<b>34 670 000</b>

Legger ved detaljert finansieringsplan som vedlegg

**Geografi**

1416-Høyanger, 1417-Vik, 1432-Førde, 1449-Stryn

**Vedleggsliste**

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
190110 Tunnelen_presentasjon short.pdf	9 759 147	18.02.2019
Fremdrift.pdf	1 388 603	18.02.2019
Front budsjett .pdf	60 931	18.02.2019
Tentativ Finansiering Tunnelen - Finansieringsplan (1).pdf	69 196	18.02.2019