

## **SAK 72/08 SØKNAD OM STØTTE TIL TV-INNSPELING, ”PERFECT DAY I HALLINGDAL”**

### **Saksopplysning**

I denne saka er Buskerud fylkeskommune si saksutgreiing til hovudutval for regionalutvikling nytta:

### **Bakgrunn for saken**

Selskapet Tellus Works er på jakt etter spennende destinasjoner med gode mat- og livsstilshistorier til en ny tv serie. Selskapet har tidligere produsert New Scandinavian Cooking, matprogrammene som vises verden over. Tellus Works har produsert fem sesonger av suksesskonseptet, med kjendiskokkene Tina Nordstrøm (Sverige), Andreas Viestad (Norge) og Claus Meyer (Danmark). Serien er vist i mer enn 100 land siden oppstart i 2002, og de første programmene går fortsatt.

Programserien Perfect Day skal være en mat- og reiseserie som når nye internasjonale TV-markeder med en bredere anlagt serie med Nordiske destinasjoner og tradisjoner som tema. Sammenlignet med forløperen New Scandinavian Cooking skal serien ha en dreining mot livsstil generelt selv om maten og mattradisjonene er et bærende innholdsmessig element.

Serien lages med programlederne Andreas Viestad, Claus Meyer, Sara La Fountain og Tina Nordstrøm. Første sesong er produsert, og hadde premiere i USA 6.sept 2008. Serien skal sendes fortløpende andre steder i verden. Neste sesong skal produseres i løpet av 2009. Avklaring om deltagelse må skje snarest for å sikre vinterfilming på nyåret.

### **Premisser og problemstillinger**

Målet med TV serien Perfect day er å skape interesse for nordiske destinasjoner og produkter gjennom flott filming, delikate bilder og severdige historier. Dette er ”postkort TV”, og fungerer som utstillingsvindu for destinasjoner, opplevelser, mat og kultur. Andreas Viestad som er den Norske kokken og programlederen, er skribent i Dagbladet og har en matspalte i Washington Post. Han må sies å ha en kjendisstatus særlig i USA.

Perfect Day produseres på engelsk for internasjonal distribusjon. Det produseres også en versjon på de nordiske språkene til Skandinavisk marked. Hver sesong av serien består av 13 episoder a 30 minutter.

Serien grunnfinansieres av Innovasjon Norge og Eksportrådet for fisk i Norge. Det er tilsvarende finansieringsordninger for de andre landene. Ytterligere finansiering til den internasjonale serien kommer fra samarbeidspartnere (reiselivsdestinasjoner og produktleverandører). Den Nordiske versjonen finansieres gjennom distribusjonsinntekter fra TV-stasjonene.

Nettsiden [www.perfectdaytv.com](http://www.perfectdaytv.com) skal være en kanal for ytterligere markedsføring og kommunikasjon med seerne, denne er under oppbygging. TV-serien New Scandinavian cooking har også hatt en nettside [www.scandcook.com](http://www.scandcook.com) hvor man kan se både mer om mat, lokasjoner, programlederne mm.

TV-serier som Perfect Day har en forventet levetid på minimum 4 år, men ofte så mye som 7-8 år. Det forhandles om utvidelse av distribusjon av TV-serien fortløpende. Forløperen New

Scandinavian Cooking har vært vist i mer enn 100 land. Serien er stor i Amerika og de mest populære episodene vises rundt 1000 ganger på 347 kanaler i USA-nettverk. Graden av repriser er stor, og enkelte episoder er vist opptil 7500 ganger. Det samme gjentar seg i andre markeder og kanaler.

Investeringen i TV-produksjon vil altså betale seg gjennom flere år, og i mange markeder. Det er viktig å ha relevant markedsapparat og bestillingsmottak for å få effekt av serien.

#### Elementer i samarbeidet rundt Perfect Day:

- Deltagelse i redaksjonsrådet for 1 hel episode av Perfect Day (innspill av steder og historier som ønskes profilert, samarbeid rundt manus, samarbeid rundt redaksjonelt innhold)
- 10 sek sponsorplakat før og etter hver episode (totalt 13 stk) av Perfect Day sesong 2 som vises i USA og Canada. Plassen deles med inntil fem andre aktører.
- Linker, bannerannonser, redaksjonelt innhold, artikler, forslag til turer og opplevelser, etc. på [www.perfectdaytv.com](http://www.perfectdaytv.com). Websiten blir aktivt promotert i TV-serien og forventes etter hvert å ha 1 mill unike brukere fra hele verden.
- 2 events med programleder (programleder stiller gratis på interne arrangement overfor samarbeidspartners kunder, ansatte, og lignende)
- Stillfotografier og råfilm fra location til bruk i egen markedsføring slik som brosjyremateriell, web, etc. (vi anbefaler at samarbeidspartner gir beskjed i god tid om hvilke shots som er ønsket slik at denne muligheten blir utnyttet fullt ut)
- Produksjon av inntil 5 min infofilm fra destinasjonen til bruk i egen markedsføring.
- Seertall og verdivurderinger fra visningene i USA og Norden
- Månedlig oppdatering gjennom "newsletter"
- 300 DVD med eget spesialtilpasset cover. Ytterligere DVDs kan kjøpes til kostpris.
- Redaksjonell omtale i kokebok som produseres i fm TV-serien.
- 150 kokebøker med eget spesialtilpasset cover. Ytterligere kokebøker kan kjøpes til kostpris.
- Redaksjonell omtale i Matmagasinet NORD og på [www.matinorden.no](http://www.matinorden.no).
- 50 % rabatt på annonser i Matmagasinet NORD og det engelskspråklige turistmagasinet "What's on Oslo"

#### Budsjett:

Tellus Works produksjon	kr 1 500 000,-
Hotell, mat, statister, medvirkning, Egenarbeid på destinasjon med mer.	Kr 200 000,-
Totalkostnad ekskl. mva	<u>kr 1 700 000,-</u>

#### Finansiering

Buskerud fylkeskommune	kr 800 000,-
Egenandel reiselivsdestinasjonene, Hallingkost og region	kr 200 000,-
Regionrådet for Hallingdal	kr 200 000,-
Egenfinansiering Destinasjon Geilo	kr 250 000,-

Egenfinansiering Hemsedal Turist- Trafikklag	<u>kr 250 000,-</u>
Totalt	<u>kr 1 700 000,-</u>

### **Alternative løsninger og konsekvenser**

TV-serien Perfect day gir reiselivsdestinasjonene Geilo og Hemsedal, og med det også Hallingdal, mulighet til å nå store markeder med relevant informasjon om destinasjonene, aktiviteter og ikke minst et utstillingsvindu for mat, kultur, arrangement og aktiviteter.

I Buskerud er det bare Geilo og Hemsedal som har sterke nok markedsnavn i internasjonale markeder til å ha stor nytte av en slik satsing. Følgelig er det naturlig at det er disse to destinasjonene som presenteres fra vårt fylke. Hallingdal har gjennom mange år hatt en matsatsing gjennom Hallingkost. Det har vokst frem matprodukter og spennende matmiljø som serien kan presentere. Lokale produkter har sterkt fokus i regionen, og gjennom Hallingtapas konseptet har disse nådd nye markeder. Fylkeskommunen har støttet utgivelsen av boken Hallingtapas, som er produsert av selskapet Tellus Works som også lager denne TV-serien.

For reiselivet er det viktig å nå relevante markeder med markedsføring og tilbud. TV-serien gir tilgang på unik markedsføring i markeder som Tyskland, England, Skandinavia og USA. Dette er markeder der Geilo og Hemsedal allerede jobber aktivt. Det gir grunn til å tro at investeringen i TV-serien kan gi avkastning både på lang og kort sikt. Destinasjonene er profesjonelle når det kommer til håndtering av bestillinger og har velfungerende markedsapparat, noe som er avgjørende for å kunne takle etterspørsel som kommer som følge av TV-sendingene. Det er viktig at destinasjonene klarer å få frem de gode historiene, flotte omgivelser, aktiviteter og arrangement. Destinasjonene og produsenter av mat og opplevelser må involvere seg sterkt i produksjon og planlegging. Utvalget av ”gode historier” avgjør hvor god TV dette blir. Unike historier, spennende mat, flotte omgivelser og gode lokale deltagere gir suksess. Tellus Works legger opp til brei involvering i utvalg av hva som skal presenteres og jobber tett med destinasjonene i både planlegging og gjennomføring av filming.

Når det gjelder størrelsen på distribusjon og gjennomslaget serien har i markedet er den svært stor til å være norskprodusert. Tellus Works har truffet med sitt konsept og har gode distribusjonsavtaler. Tellus Works er en seriøs og profesjonell partner.

Tilgang på råfilm, stillbilder og destinasjonsvideo er en stor merverdi for destinasjonene. Dette gir de tilgang på materiale av svært høy kvalitet til bruk i annen markedsføring, og dekker et behov for oppdatering på denne fronten.

Tiltaket ligger innenfor reiselivsstrategiens satsingsområder, og bygger godt opp under Hallingdal, Hallingtapas, Geilo og Hemsedals posisjon. Tiltaket er det første i sitt slag i Buskerud, og i så måte å regne som en pilot andre kan lære av. Tiltaket er kostbart, men det vurderes å være sannsynlig at det vil kaste av seg mye i årene fremover. Det er sannsynlig at en slik TV-produksjon blir svært god reklame for Hallingdal som region, og destinasjonene Geilo og Hemsedal spesielt.

Destinasjonene må også gjøre andre markedstiltak for å støtte opp under serien i forbindelse med lansering i relevante markeder. Destinasjonens bidrag vil ytterligere økes gjennom ordinære markedstiltak og støtteaktivitet.

Egenandel og finansiering fra regionalt næringsfond og destinasjonene er på kr 900 000, fylkeskommunens bidrag på kr 800 000, og følgelig godt under grensen på 50%.

Utviklingssjefen foreslår å støtte tiltaket. Utviklingssjefen mener TV-produksjonen vil gi reiselivet i Hallingdal en unik mulighet til å vinne markedsandeler i nye og eksisterende markeder, samt god profilering av mat og reiselivsopplevelser fra Buskerud.

*New Scandinavian Cooking er et av de mest vellykkede tv-program noen gang laget i Norge. Programmet er kun slått av OL-sendingene når det gjelder seertall for norske program verden over. Nå lages oppfølgeren, livsstilsprogrammet Perfect day. Hallingdal har fått tilbudet om å være innspillingssted fra produsenten Tellus Works. Finansiering av deltagelse krever ca 1,8 million kroner, og fylkeskommunen søkes om å dekke halvparten.*

### **Eigen vurdering**

Hovudutvalet for regionalutvikling vedtok i møte 25.11 samrøystes å løyve kr. 800.000 til prosjektet Perfect Day i Hallingdal:

<http://www.bfk.no/Modules/NewsArticle.aspx?ObjectType=Article&Article.ID=7850&Category.ID=1325>

I denne saka er Regionrådet for Hallingdal utfordra på å løyve kr. 200.000 til prosjektet.

Etter dagleg leiar sitt syn har fylkeskommunen sin sakshandsamar (Bente Bjerknes) gjeve ei god saksframstilling og vurdering av saka.

Tiltaket er også i tråd med Strategisk plan for Hallingdal i forhold profilering av Hallingdal, vidareutvikling av Hallingkost og støtte opp om reiselivssamarbeid.

Sjølv om prosjektet i fyrste rekkje vil ha fokus på Geilo og Hemsedal vil også Hallingdal bli profilert gjennom TV-serien. Ein må å gå ut i frå at ei positiv profilering av Geilo og Hemsedal også kjem resten av regionen til gode. I tillegg vil serien utan tvil kunne bli ei svært positiv marknadsføring av Hallingkost.

### **Forslag til vedtak**

1. Regionrådet for Hallingdal løyver kr. 200.000 til innspelninga av Perfect day i Hallingdal.
2. Føresetnadane for løyving er gjennomføring i forhold til framdriftsplan/handlingsplan, og at det ikkje er vesentlege endringar i føresetnader.
3. Regionrådet for Hallingdal forventar at TV-produksjonen blir god reklame for Geilo og Hemsedal, men også for Hallingdal som region.
4. Tilskotet blir finansiert av regionalt næringsfond.

Ål 25.11.2008

Knut Arne Gurigard  
Dagleg leiar