



Marianne Toiskallio
& Minna Laukkanen

**Audiovisuaalisen alan
tuottajakentän
toimialakartoitus
30.11.2013**

Sisällys

1. Laaja-alainen ja moni-ilmeinen audiovisuaalinen ala.....	5
1.1. Monimuotoinen audiovisuaalinen kulttuuri.....	5
1.2. Tietoa audiovisuaalista toimialasta	6
1.3. Toimialakartoituksen organisointi	8
1.4. Toimialakartoituksen sisällön kuvaus.....	9
1.5. Kansainvälisten mediaklusterien menestyminen.....	9
2. Audiovisuaalisen alan toimintaympäristö.....	12
2.1. Audiovisuaalisen alan tuotannon ja jakelun ekosysteemi	12
2.2. Televisiotoiminnan, elokuvan ja teletoininnan markkinoiden koko.....	15
2.3. Valtakunnalliset tv-kanavat ja toimijat.....	17
2.4. TV-kanavien rahoitus	20
3. Kotimainen sisällöntuotanto	22
3.1. Moninainen yksityisten riippumattomien tuotantoyhtiöiden kenttä	22
3.2. Edunvalvonta	27
3.3. Miksi on tärkeää, että IPR-oikeudet säilyvät tuotantoyhtiöissä?	28
3.4. Ensilähetysoikeudet ovat TV-tuotannon arvokkain osa.....	29
3.5. Televisio-ohjelmaformaateista tuotantoyhtiöille pitkäaikainen tulonlähde	29
3.6. Miten kotimaisesta televisio-ohjelmatuotannosta tehdään kasvava teollisuuden ala?	30
3.7. Kotimaisen elokuvatuotannon rahoitus	31
3.8. Kotimaisen elokuvan tavoitettavuus.....	33
3.9. Resurssit ja volyyymi ratkaisevat	34
4. Audiovisuaaliset sisällöt.....	36
5. Audiovisuaalista alaa koskeva sääntely	38
5.1. EU:n direktiivi audiovisuaalisista mediapalveluista	38
5.2. Televisio- ja elokuvatoiminnan voimassa oleva sääntely Suomessa	40
5.3. Televisio- ja radiolaki	40
5.4. Yleisradiolaki	41
5.5. Viestintämarkkinalaki.....	42
6. Kyselyt 2010, 2011 ja 2012.....	44
6.1. Aineiston rajaaminen	44
6.2. Kyselyiden toteuttaminen.....	45
6.3. Liikevaihto ja alan kokonaistyöllisyys.....	46
6.3. Taustatietoja	50
6.4. Yrityksen toimiala ja liikevaihto	51

6.4.1. Liikevaihto ja tärkeimmät toimialat.....	52
6.4.2. Liikevaihto ja kannattavuuden ennakoitu muutos.....	55
6.5. Asiakkaat.....	56
6.5.1. Kotimaiset asiakkaat.....	56
6.5.2. Ulkomaiset asiakkaat.....	57
6.7. Toiminnan tukijat ja rahoitus.....	57
6.7.1. Toimintaa tukeneet kotimaiset tahot.....	57
6.7.2. Toimintaa tukeneet ulkomaiset tahot.....	60
6.8. Tulevaisuuden haasteet.....	60
6.9. Työllisyys.....	61
6.9.1. Vakituiset työntekijät ja työnimekkeet.....	61
6.9.2. Määräaikaiset ja freelancerit.....	62
6.9.3. Alihankintayritysten kautta työllistetty henkilöstö.....	65

Lähteet 74

Liitteet 78

Laaja-alainen ja moni-ilmeinen audiovisuaalinen ala

Monimuotoinen audiovisuaalinen kulttuuri

Ihmiset kohtaavat päivittäin audiovisuaalista kulttuuria sen eri muodoissaan. Osa audiovisuaalisista sisällöistä on laadukasta elämää rikastavaa ja uusia ulottuvuuksia antavaa, osa viihdettä, osa taidetta ja osa markkinointia. Kaikki nämä ovat osa globaalia ja monimuotoista audiovisuaalista kulttuuria ja niiden yhteiskunnallinen merkitys on vahvistunut digitaalisen teknologian kehittymisen myötä.¹

Euroopan talouden ja maailman johtavilla markkinoilla audiovisuaalinen ala on yksi nopeimmin kasvavista aloista. Ala työllistää Euroopan unionissa yli miljoona ihmistä. EU:n asettamia tavoitteita audiovisuaaliselle ovat mm. eurooppalaisen kulttuurin ja media-alan monimuotoisuus sekä eurooppalaisen elokuvan ja televisio-ohjelmatuotannon lisääminen.²

Televisiotoimiala on murroksessa. Televisiosisältöjen ja elokuvan digitalisointuminen on osa laajempaa maailmanlaajuista digitalisointumistrendiä, jossa ala toisensa jälkeen on siirtynyt analogisesta teknologiasta digitaaliseen.³ Siirtyminen digitaalisuuteen on muuttanut mediasisältöjä ja niiden jakelua.⁴ Internet ja digitalisoiminen ovat tuoneet sisältöjen jakeluun paljon uusia toimijoita. Alan yritykset ovat haasteen edessä voidakseen tarjota kuluttajille oikeaa sisältöä oikeaan hintaan ja oikean median kasvaville globaaleille viihde- ja media-alan markkinoille.⁵ Elokuva kilpailee muiden elämystalouden tuotteiden kanssa. Elokuvateollisuus on osa kulttuuria, taidetta ja liiketoimintaa.

Television merkittävimpiä muutostekijöitä ovat sisältötarjonnan kasvun ohella televisiotoimijoiden määrän kasvu, jakelukanavien muutos, uusien palveluiden ja käyttöliittymien luominen, laiteympäristön monipuolistuminen sekä näiden seurauksena tapahtuva katselutottumusten muutos. Laajamittaisesti toteutuessaan näillä on vaikutusta television käyttökokemukseen ja liiketoimintamalleihin.⁶

¹ Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä.

² http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/index_fi.htm. Luettu 17.8.2013

³ Suomen elokuvasäätiö. Digitalisoinnin vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatterijakelussa Suomessa.

⁴ Digital Media Finland 2012. Digitaalisen jakelun ekosysteemit.

⁵ <http://www.pwc.fi/fi/tiedotteet-2013/nopea-digitalisointuminen-ohjaa-viihde-ja-mediateollisuutta.jhtml> lehdistötiedote 7.6.2013. Luettu 29.8.2013

⁶ Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

Audiovisuaalinen ala luetaan kuuluvaksi luoviin toimialoihin. Luovista aloista audiovisuaalisella alalla on eniten yrityksiä. Audiovisuaalisen alan sisällön ja talouden ydin on yksilöiden luovassa toiminnassa. Tekijänoikeus muodostaa luovan työn taloudellisen perustan.

Suomessa elokuvan ja muun audiovisuaalisen tuotannon sekä kulttuurin edistäminen ja kehittäminen kuuluu opetus- ja kulttuuriministeriölle, joka vastaa myös audiovisuaalisen kulttuurin poliittisista linjauksista. Linjaukset vastaavat hallitusohjelman tavoitteisiin, joista tärkeimpiä ovat kulttuurin tuen painottuminen taiteen ja kulttuurin sisällön luomiseen ja tehokkaaseen levittämiseen, kulttuuriyrittäjyyden ja luovien alojen työpaikkojen syntymisen tukeminen, kulttuuriviennin ja luovien alojen markkinointiosaamisen edistäminen sekä lastenkulttuurin aseman ja toimintaedellytysten vahvistaminen.⁷

Audiovisuaalisella alalla ei ole olemassa yhtenäistä kansallista tai kansainvälistä määritelmää. Opetus- ja kulttuuriministeriö määrittelee audiovisuaalisen alan seuraavasti: Audiovisuaaliseen kulttuuriin kuuluvat, televisio- ja radio-ohjelmat, televisiomainokset, elokuvat eri genreineen, digitaalisessa muodossa olevat pelit alustasta riippumatta, musiikkivideot ja videotaide, näiden kaikkien tuotanto, jakelu ja kaikenlainen esittäminen, audiovisuaalisen kulttuuriperinnön säilyttäminen, koulutus ja tutkimus. Audiovisuaalisia sisältöjä yhdistetään myös muihin taiteenlajeihin, kuten mediataiteeseen, verkkotaiteeseen tai teatteriesityksiin.⁸

Tietoa audiovisuaalista toimialasta

Satu ry:n, Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat toimialakartoituksessa tarkastellaan audiovisuaalista sisältötuotantoalaa. Toimialakartoituksessa selvitetään mistä Suomen audiovisuaalisen alan itsenäinen riippumaton tuotantoyhtiökenttä muodostuu. Itsenäisillä riippumattomilla tuotantoyhtiöillä tarkoitetaan tuotantoyhtiöitä, jotka eivät ole tv-kanavien omistuksessa, puhekielessä näistä käytetään myös termiä indieyhtiöt.

Riippumattomalla ohjelmatuottajalla tarkoitetaan lain mukaan:

[...] audiovisuaalisten ohjelmien tuottajaa, jonka osakepääomasta yksittäinen audiovisuaalisen sisältöpalvelun tarjoaja hallitsee enintään 25 prosenttia tai useampi enintään 50 prosenttia ja joka viimeisen kolmen vuoden aikana on tuottanut enintään 90 prosenttia ohjelmistaan samalle audiovisuaalisen sisältöpalvelun tarjoajalle.⁹

⁷ Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä.

⁸ Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä.

Kartoituksessa kuvataan myös ekosysteemi, miten audiovisuaalinen toimiala toimii. Erityisen kiinnostuksen kohteena on televisiolle ohjelmia tuottavat kotimaiset tuotantoyhtiöt. Kyselyn tuloksena on selkeä kuvaus koko audiovisuaalisen toimialan, tuottajakentän liikevaihdon kasvumahdollisuuksista ja työpaikkojen lisäämismahdollisuuksista sekä alan kehitysmahdollisuuksista. Toimialakartoituksella luodaan pohjaa alan tulevalle strategiaylle.

Audiovisuaalisen alan toimijoiksi katsotaan yritykset, jotka tekevät televisio-ohjelmia, elokuvia, mainoksia, verkkovideoita ja B2B-elokuvia. Tuotantopalveluyritykset, joilla ei ole niin sanottua omaa tuotantoa, katsotaan selvityksessä ydintoimijoita palveleviksi alihankkijoiksi. Toimialakartoituksessa esitellään elokuvien levitys, elokuvien esitys, äänitysstudiot, musiikin kustantaminen, pelituotanto, radio- ja televisiotoiminta, elokuvien levitys, esitys ja radiotoiminta lyhyesti sisältötuotantoa hyödyntävinä tahoina.

Audiovisuaalisen alan tiedonhankinta hyödyttää alan sääntelyn ja rahoitusmahdollisuuksien kehittämistä. Toimialakartoitus luo pohjaa alan yhteistyöverkoston luomiseksi Suomeen. Paremmiin verkostoitunutta alaa tukee myös pienempien toimijoiden työllisyyttä ja helpottaa ulkomaisten tekijöiden kontaktien löytämistä Suomesta. Ilman tuottajia ei olisi välitettävää sisältöä ja siksi erityisesti yksityisiä tuotantoyhtiöitä on pitänyt tutkia tarkemmin, jotta saadaan laajemmin tietoa ja välineitä audiovisuaaliseen kulttuuri-, elinkeino- ja viestintäpoliittisen päätöksentekoon.

Audiovisuaalisesta toimialasta ei ole tehty toimialakartoitusta ja siten Suomesta puuttuu niin tuottajakentän kuin digitaalitoimialan ammattilaisten toimialakartoitukset, jossa kaikkien osaaminen pääsee esille. Tietoa tarvitaan mm. siitä keitä alalla toimii ja miten ala on kasvanut. Audiovisuaalisen alan tuottajakentän toimialakartoitus antaa tietoa ministeriöille, poliittisille päättäjille sekä rahoittajille audiovisuaalisesta toimialasta ja sen työllistävyydestä. Lisäksi toimialakartoituksesta hyötyvät kaikki alasta tietoa etsivät.

Pelitoimialasta on tehty strategia vuosille 2010-2015. Peliala on ollut 2000-luvulla viihdeteollisuuden nopeimmin kasvava haara ja siitä on kasvanut taloudellisesti merkittävä kulttuurivientiala. Suomen pelialan keskus Neogames julkaisema Pelialan strategia kartoittaa uusia mahdollisuuksia työllistäjänä ja vientialana.¹⁰ Myös audiovisuaalisen alan vientijärjestö Favex ry kartoittaa vuosittain Suomen audiovisuaalisen alan tuotanto- ja tuotantopalveluyritysten kansainvälisen toiminnan laajuutta ja vuosittaista kasvua.¹¹

⁹ Laki televisio- ja radiotoiminnasta 2 § Määritelmät. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980744>. Luettu 20.11.2013.

¹⁰ www.neogames.fi

¹¹ Favex. Kansainväliset rahavirrat Suomen audiovisuaaliselle alalle vuonna 2012.

Toimialakartoituksen organisointi

Toimialakartoitus on tehty Metropolia ammattikorkeakoulun hallinnoiman Prefix-ennakkosuunnittelu suomalaisen elokuvan kilpailuvalttina projektin sisällä. Projekti on Euroopan sosiaalirahaston (ESR)-rahoittama ohjelma ajalla 1.8.2011-3.5.2013. Prefix-projektia olivat alkuvaiheessa Satu ry:n lisäksi toteuttamassa Generator Post, Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu sekä elokuvatuotantoyhtiö Helsinki-filmi. Hankkeessa yhteistyötä teki myös Suomen elokuvasäätiö. Prefix – ennakkosuunnittelu suomalaisen elokuvan kilpailuvalttina hanke jatkuu jatkohankkeena 3.5.2013 alkaen 30.6.2014 asti. Jatkohankkeessa uutena yrityksenä on mukana elokuvayhtiö Matila & Röhr Nordisk Oy.

Satu ry:n audiovisuaalisen tuottajakentän toimialakartoitus tukee Prefix-projektin tavoitteita, joita ovat suomalaisen elokuvan elinkelpoisuuden edistäminen kansainvälisessä kilpailussa kehittämällä tuotannon toimintamalleja sekä elokuva-alan osaamisen ja työllisyyden ja eri alojen yhteistyön vahvistaminen. Culminatum Innovation on tutkinut CGI (Computer-generated imagenary) toimialaa vuodesta 2010. Tähän liittyen synergioista keskusteltiin Culminatumin Lari Lohikosken kanssa, mutta suoraa yhteistyömahdollisuutta ei kartoitusvaiheessa löytynyt. Tarkoituksena oli toteuttaa Suomen AV-tuottajakentän kartoitus yhteistyössä Culminatumin kanssa CGI-toimijakentän kartoittamisen yhteydessä. Culminatum sai oman selvityksensä valmiiksi vuonna 2012, joka on Tietokonegrafiikan ja -animaation osaamisesta uutta kasvua Suomelle. Esiselvitys toimialan kehityshankkeelle.¹²

Audiovisuaalisen alan tilastoinnissa ja tiedonkeruussa on viime vuosien kehittämistoimista huolimatta havaittu epätasallisuutta ja puutteita, minkä vuoksi tietoaineistojen hyödyntäminen sekä tutkimuksissa että muussa toiminnassa on ongelmallista. Esimerkiksi Tilastokeskuksen TOL-luokitus ei kaikissa tapauksissa vastaa todellisuutta yritysten toiminnan kannalta. Tilastokeskuksen luvuissa saattaa olla mukana useita sellaisia toimijoita, jotka eivät kuulu alan ydin toimintaan lainkaan tai yhteys siihen on vain välillinen. Satu ry on osallistunut opetus- ja kulttuuriministeriön kutsumaan 16.5.2013 audiovisuaalisen kulttuurin tietoaineistot työryhmään. Työryhmässä on havaittu audiovisuaalisen alan tietoaineistojen kokoamisen ja aikaansaadun arvonlisäyksen määrittäminen hankalana. Työryhmässä etsitään ratkaisua audiovisuaalisen alan vaikuttavuuden esiin tuomiseen. Myös työ- ja elinkeinoministeriössä on havaittu luovia toimialoja koskeva tiedon puute luovien toimialojen rahoitusten yhteydessä.¹³

Kyselyt on toteutettu yhteistyössä Metropolian kanssa. Kyselylomake koodattiin verkkoon Metropoliaassa. Syksyllä 2011 Satu ry:n audiovisuaalisen toimialakartoituksen kyselyosuutta olivat toteuttamassa Metropolian projektipäällikkö Saija Heinonen sekä Metropolian että Kemi-Tornio

¹² Kalli, Seppo & Muikku, Jari & Tuovinen, Timoteus [2012] Tietokonegrafiikan ja -animaation osaamisesta uutta kasvua Suomelle. Esiselvitys toimialan kehityshankkeille. Oske osaamiskeskusohjelma. Digital Media Finland.

¹³ Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 26/2013. Julkinen rahoitus luovien alojen yrityksissä.

Ammattikorkeakoulun opiskelijoita yhteyshenkilönä Jetta Huttunen. Kyselylomakkeen laatimisessa on ollut mukana Finanimationin toiminnanjohtaja Liisa Vähäkylä. Minna Laukkanen on koostanut kyselyiden 2010 ja 2011 tulokset ja kirjoittanut raportin ensimmäisen version. Marianne Toiskallio on koostanut toimialakartoituksen ja siihen liittyvän kyselyn 2012 tulokset.

Toimialakartoituksen sisällön kuvaus

Kansainväliselle ja murroksessa olevalle audiovisuaaliselle alalle on tullut uusia toimijoita. Tuotannon ja jakelun ekosysteemi kuvaa hyvin muutoksessa olevan alan toimintaympäristöä luvussa x.

Audiovisuaalisen alan tuotantoyhtiökenttä koostuu laajasta massasta erilaisia tuotantoyhtiöitä. Televisiosisältöjen ja elokuva-alan tuotantoyritykset ovat osittain samoja. Luvussa x

Suomalainen tv-kenttä on muuttunut viime vuosina merkittävästi. Televisiokanavat ovat edelleen keskeisiä audiovisuaalisen sisällön jakelijoita ja ne tavoittavat lähes kaikki kansalaiset. Luvussa x esitellään valtakunnalliset TV-kanavat, jotka ostavat suomalaisia ohjelmia. Julkisen palvelun televisiotoiminta on merkittävä yhteiskunnallinen tekijä ja kulttuurin perusrakenne. Yleisradiolla on merkittävä asema...

Audiovisuaalisen alan sääntely lähtee Euroopan unionin suurten lainsäädännöllisten linjojen pohjalta ja päättyy jäsenvaltioiden linjauksiin ja strategisiin toimenpiteisiin. Suomessa audiovisuaalisen alan sääntely kuuluu liikenne- ja viestintäministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön hallinnon alaan. Luvussa x käydään läpi keskeisimmät televisiotoimintaa ja audiovisuaalisia sisältöjä koskevaa sääntelyä.

Toimialakartoituksessa haettiin tietoa mm. audiovisuaalisen alan yritysten työllistävyydestä. Luvussa X esitellään toimialakartoituksen osana vuosina 2010, 2011 ja 2012 toteutettujen kyselyiden tulokset. Toimialakartoituksesta ilmenee, että audiovisuaalinen ala työllistää vuositasolla välillisesti merkittävässä määrin freelancereista, määräaikaisia ja alihankintahenkilöstöä. Toimialakartoituksesta ilmenee alan laajuus ja monipuolisuus.

Kansainvälisten mediaklusterien menestyminen

Kansainvälisesti suuntautunut media-ala houkuttelee uusia toimijoita. Media-alalla on vahvoja kansallisia keskittymiä. Yhdysvaltalaisen media-alan asiantuntijan Robert G. Picardin¹⁴ mukaan mediaklustereiden määrä on kasvussa. Klusterit voivat olla kansainvälisesti merkittäviä yritysten ja yhteisöjen

¹⁴ Picard Robert G. [2012] Media Clusters: Trends and Characteristics.

muodostamia maantieteellisiä keskittymiä (esimerkiksi Bangalore, New York tai Lontoo) tai kansallisesti suuntautuneita saman alan keskittymiä (esimerkiksi München, Tallinna tai Santa Fe).

Mediaklustereilla on usein taipumus keskittyä tiettyihin medioihin. Ne voivat erikoistua esimerkiksi audiovisuaaliseen tuotantoon (televisio ja elokuva), kustantamiseen, peliteollisuuteen, ääniteollisuuteen tai vaikkapa mainosalaan ja designiin. Toisaalta jotkut isommat toimijat keskittyvät kehittämään samaan aikaan useita media-alan klustereita ja jotkut kaupungit puolestaan pienempiä ”mikroklustereita”.

Miksi toiset klusterit pärjäävät toisia paremmin eri maissa? Yhdysvaltalaisen liiketaloustieteen professori, kirjailija konsultti Michael E. Porterin¹⁵ mukaan ilmiölle on monia selityksiä. Yritysten strategioiden, rakenteiden ja kilpailutilanteen, työvoiman, yhteistoiminnan lähialojen sekä kysynnän ja tarjonnan pitää olla kunnossa. Myös sattuma ja hallinnon myötämielisyys vaikuttavat klusterien menestymiseen. Mediaklusterit ja niiden perustaminen saavatkin usein aika helposti hallinnon tuen taakseen kansallisesti ja kansainvälisesti. Jopa silloinkin, kuten Picard vähän kitkerästi huomauttaa, vaikka alueella olisi todellisuudessa tarjolla liian vähän alan toimijoita. Toisinaan klusteri perustetaan ”julistamalla” olemassa oleva pikkukeskittymä ”klusteriksi” tai koettamalla saada alueen monikanavaisesti ja monimediaisesti sisältöä tuottavat yritykset toimimaan yhdessä muun kulttuuriteollisuuden kanssa. Toisaalta klusteri tarvitsee aina menestyäkseen kulttuuri- ja elinkeinopoliittista vahvaa tukea.

Media-alalla on perinteisesti paljon pieniä yrityksiä. Mediaklusterien idea perustuu eräänlaiseen ”kasautumisteoriaan”. Samalle alueelle kasautuneet pienet yritykset hyötyvät toisistaan ja niiden välinen yhteistyö tuo parhaimmillaan yhteisesti tehokkuutta, mainetta ja lopulta talouskasvua myös koko seutukunnalle. Tavoitettavissa ja käytettävissä ovat alan parhaiten kokenut ja koulutettu työvoima sekä infrastruktuuriresurssit jotka tuovat toimintaan varmuutta. Esimerkiksi hyvin toimivat verkko- ja mediayhteydet, toimipaikka-, liikenne- ja jakeluratkaisut, yhteiset studiotilat ja työvälit. Menestyneessä klusterissa sen yksittäiset toimijat erikoistuvat, eivät kilpaile toistensa kanssa, vaan täydentävät toistensa osaamista ja hyödyttävät seutukuntaansa suuntaamalla tuotannon rahavirtoja myös paikkakunnalle, eivätkä käytä klusteria pelkästään ”hallinnollisena päämajana” ja vie tuottojaan esimerkiksi ulkomaille.

Mediaklusteri eroaa muista talousklustereista esimerkiksi biotekniikka-alasta siinä, että se pikemminkin panostaa enemmän itse tekemiseen ja tuottamiseen kuin tutkimiseen tai innovointiin. Alan rahoittajat pidetään etäällä itse tuotannosta tai sen suunnittelusta. Media-ala on myös niin keskittynyt, että merkittävä taloudellinen menestyminen on sidoksissa vain muutamaan kansalliseen tai globaaliin toimijaan toisin kuin muilla aloilla. Audiovisuaalisen alan toiminnassa on myös muita piirteitä, jotka erottavat sen monista perinteisistä talousklustereista: tuotteiden laatu on vakiintunut, ellei peräti epävarma, tuotteet ovat

15 Porter Michael E. [1990]. *The Competitive Advantage on Nations*.

kokemusperäisiä ja ne tuotetaan epävarmoille ja usein aika ylikuormitetuille riskimarkkinoille. Yritysten tilauskanta vaihtelee ja ne kasvattavat tai vähentävät henkilöstömääräänsä sen mukaan. Lisäksi alalla toimii suuri määrä freelancereita, joiden työpanosta tarvitaan vain aika ajoin.

Media-alalla vaikuttaa myös eräänlainen ”klaanikulttuuri”, jossa alan eri toimijat pysyvät omissa ryhmissään. Vanhastaan esimerkiksi audiovisuaalisen alan ihmiset pysyvät omissa ympyröissään, eivätkä kommunikoi vaikkapa mainostai pelialan tekijöiden kanssa. Picardin mukaan klaaniutumisen välttäminen ja tehokas yhteistyö lisäisivät koko alan tehokkuutta. Yhteistyökumppaneiden etsintää pitäisi sen sijaan laajentaa media-alan lisäksi myös esiintyvien taiteilijoiden (teatterit, orkesterit, ooppera ja tanssi), kulttuurimuistoja ylläpitävien ja keräävien tahojen (museot ja kulttuuristen arkistojen ylläpitäjät) sekä kuvataiteilijoiden ja kirjailijoiden suuntaan.

Media-alalla hyvin menestyneitä yrityksiä yhdistää se, että niissä on panostettu kehittämisen prosesseihin ja niillä on yhteyksiä yliopistoihin, tutkimuslaitoksiin ja koulutussektoriin, kulttuuriteollisuuden tekijöihin, tietotekniikka-alaan ja puhelinoperaattoreihin, mutta myös urheilu- ja viihdemaailmaan. Ne verkostoituvat tehokkaasti toisten alan toimijoiden kanssa: niillä on keskenään sosiaalista, koulutuksellista ja kokemuksellista vaihtoa ja niiden palveluksessa on päteviä avainhenkilöitä, jotka luottavat yrityksen jatkuvuuteen. Ne käyttävät oman liiketoimintansa kehittämiseen ja henkilöstönsä lisäkouluttamiseen aikaa ja vaivaa, mutta ovat valmiita opastamaan asiakkaitaan: ostajia, jakelijoita ja sisällön kokoajia.

Mediaklusterien menestymiseen vaikuttavat ympäristön tarjoamat tukitoimet, suotuisa lainsäädännöllinen ja verotuksellinen tilanne, mutta myös alalle myönteinen ilmapiiri. Jos nämä ehdot katoavat, muuttavat kansainväliset media-alan yritykset helposti ja ketterästi sinne, missä niiden on parempi toimia.

Suomen etu olisi, että audiovisuaalisella mediaklusterilla kulttuurin ja taiteen tuotannossa olisi vakiintuneita mekanismeja ja lisää erityisiä alan rahoitusjärjestelmää, jotka ymmärtäisivät audiovisuaalisen alan lainalaisuudet, sisällöntuotannon prosessit ja immateriaalioikeuksien hallinnoimisen merkitykset. Alaa osavien ihmisten ”tulisikin siirtyä enemmän toiselle puolelle pöytää”, koska ”yritystykä jakavat tahot ovat kovin insinöörivetoisia”, totesi elinkeinoministeri Jyri Häkämies Teosto ry:n asiakaslehdessä¹⁶ kesällä 2012.

Parempaa tietopohjaa tarvitaan audiovisuaalisen alan kasvun ja uudistumisen varmistamiseksi sekä myös julkisten toimien kehittämiseksi ja ohjauksen järkevöittämiseksi. Menestyäkseen sekä koti- että ulkomaanmarkkinoilla audiovisuaalinen ala tarvitsee vahvaa kulttuuri- ja elinkeinopoliittista tukea.¹⁷

16 Teostory 2:2012. Säveltäjän Tekijänoikeustoimisto Teosto ry.

17 Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 40/2012. Luovuudesta kasvua ja uudistumista.

Audiovisuaalisen alan toimintaympäristö

Audiovisuaalisen alan tuotannon ja jakelun ekosysteemi

Audiovisuaalisella sisällöntuotannolla tarkoitetaan toimintaa, jolla ideoidaan ja tuotetaan sekä myydään audiovisuaalisia sisältöjä. Tässä toimialakartoituksessa sisällöllä tarkoitetaan televisio-ohjelmia, elokuvia, mainoksia, verkkovideoita ja b2b-elokuvia. Kyseessä on tekijänoikeuksiin liittyvää liiketoimintaa.

Sisällöntuotanto tapahtuu riippumattomissa tuotantoyhtiöissä ja tv-kanavilla. Tässä toimialakartoituksessa tutkitaan ensin mainittuja. Audiovisuaalisen alan ekosysteemi on kuvattu hyvin Digital Media Finlandin 2012 julkaisussa Digitaalisen jakelun ekosysteemit julkaisussa. Tässä ekosysteemi kuvataan lyhennettynä. Ekosysteemiajattelu auttaa hahmottamaan ja ymmärtämään murroksessa olevaa audiovisuaalista alaa. Ekosysteemikuva kuvaa toimintaympäristöä jossa toimimme. Audiovisuaalisten sisältöjen pääasiallisina jakelukanavina ovat broadcast-lähetyksiin perustuvat televisiokanavat. Perinteisten tv-arvoverkon toimijoiden roolit ovat muuttuvat ja alalle on tullut uusia toimijoita.¹⁸

Audiovisuaalisen sisällöntuotannon keskeiset toimijaryhmät on esitetty alla olevassa kuvassa.

Kuvio 1. Audiovisuaalisen alan tuotannon ja jakelun ekosysteemi



Lähde: Digitaalisen jakelun ekosysteemit. Digital Media Finland 2012.

Ekosysteemikuvassa esitettyjen keskeisten toimijoiden roolit ovat raportissa määritelty seuraavasti:

Tuotantoyhtiö/sisältöoikeuksien haltija tekee audiovisuaalisia sisältöjä eri jakeluteihin. Sisältöjen tekeminen käsittää sisältöjen ideoinnin, suunnittelun, käsikirjoittamisen ja tuottamisen. Tuotantoyhtiö myy hyödyntämisoikeuksia tv-toimijoille tai hoitaa jakelun itse tai jakelukumppanin kanssa. Tuotantoyhtiö voi myydä palveluitaan suoraan yritysten viestintä- ja markkinointitarpeisiin. Tuotantoyhtiöiden päätulo muodostuu ohjelmien esitysoikeuksien myynnistä. Lisäksi tuotantoyhtiöt saavat tuloja erilaisista ohjelmien oheisoikeuksista, kuten musiikista, peleistä ja julkaisuoikeuksista osana tv-ohjelmaa tai formaattia. Tuotantoyhtiöt ovat usein erikoistuneet, esimerkiksi teatterielokuvia, tv-mainoksia tai animaatioita tekeviin yrityksiin. Asiakkaita voivat olla tv-kanavat suoraan tai ohjelmaoikeuksien myyntiagentit ja levittäjät. Tuotantoyhtiö voi periaatteessa tarjota sisältöjään myös suoraan maksu-tv-yhtiöille, Internet palveluun.¹⁹

Alihankkijat toimittavat palveluita sisällöntuottajalle. Palvelut voivat olla esimerkiksi sisällön osakokonaisuuksia tai teknisiä ratkaisuja. Tuotantoyhtiö tyypillisesti käyttää suurta määrää alihankkijoita. Alihankintapalveluista esimerkkinä on jälkituotantopalvelut ja monet kuvausten aikana tarvittavat palvelut esimerkiksi kuljetus. Alihankintapalveluiden osuus tuotantobudjetista vaihtelee suuresti, tyypillisesti se on 20-50 prosenttia.

TV-yhtiöt free to air TV-yhtiön ydinliiketoimintaa on tv-sisältöjen hankinta, niiden kokoaminen ohjelmakaavioon perustuvaksi kanavatarjonnaksi sekä sisältöjen markkinointi kuluttajille. Mainosrahoitteinen tv-yhtiö lisäksi markkinoi katsojakontakteja ja markkinointiviestinnän ratkaisuja mainostajille. Tv-yhtiö voi tarjota sisältönsä kuluttajille ilmaiseksi tai maksua vastaan. Perinteisesti sisällöt ovat muodostaneet "kanavia", mutta tv-yhtiö voi tarjota tai myydä sisältöjä myös internetin yli ns. on-demand-palveluna.

Maksu-tv-yhtiöt markkinoivat ja myyvät maksu-tv-sisältöjä kuluttajille sekä operoivat tähän tarvittavaa teknistä ympäristöä markkinoi ja myy maksu-tv-sisältöjä kuluttajille sekä operoi tähän tarvittavaa teknistä ympäristöä. Maksu-tv-yhtiö on tavallisimmin osa kaapeli-, satelliitti- tai teleoperaattoria. Maksu-tv-yhtiö voi olla myös osa tv-yhtiötä tai täysin itsenäinen toimija. Maksu-tv-yhtiö hankkii tv-sisällöt tv-yhtiöiltä tai vaihtoehtoisesti suoraan tuotantoyhtiöiltä tai muita sisältöoikeuksien haltijoita. Maksu-tv-yhtiö voi myydä tilauksia kuluttajille joko suoraan tai jälleenmyyntikanavan kautta.²⁰

Lähetysoperaattorit vastaavat tv-sisältöjen teknisestä jakelusta vastaanottajalle. Yleisimmin jakelu tapahtuu ns. broadcast-jakeluna, jossa sama lähetys lähetetään samanaikaisesti kaikille vastaanottajille. Lähetysoperaattorit operoivat maanpäällistä, kaapeli-, satelliitti- tai IPTV-lähetysverkkoa. Lähetysoperaattori saa jakelutuloja tv-yhtiöiltä. Monet lähetysoperaattorit toimivat myös sisältö-

¹⁹ Liikenne- ja viestintäministeriö. Maksu-tv:n muuttuva arvoverkko. Maksu-tv:n kehitystrendeistä 2010-luvulla.

²⁰ Liikenne- ja viestintäministeriö. Maksu-tv:n muuttuva arvoverkko. Maksu-tv:n kehitystrendeistä 2010-luvulla.

tilauksia kuluttajille myyvinä maksu-tv-yhtiöinä. Suomen keskeisimmät lähetysoperaattorit ovat maanpäällistä lähetysverkkoa operoiva Digita sekä kaapelioperaattorit. IPTV-jakelun osalta aktiivisia ovat teleoperaattorit.

Pitkien elokuvien jakeluyhtiöt levittävät elokuvia esitettäväksi elokuva-teattereissa ja tallennejakeluna videovuokraamoissa ja vähittäiskaupan kautta. Jakeluyhtiöiden ansainta muodostuu lisäksi maksuista tv-yhtiöiltä ja internet-videopalveluiden tarjoajilta. Suomessa toimii useita kansainvälisiä jakeluyhtiöitä.

Internet-videopalveluiden tarjoajat tarjoavat kuluttajille tv-ohjelmia ja elokuvia internetin yli. Tällaiset ns. OTT-eli over-the-top-yhtiöt toimivat riippumattomasti tv-kanaviin ja operaattoreihin nähden. OTT-palveluissa ohjelmia ei lähetetä tietynä määrättyä ajanhetkenä vaan kuluttaja voi katsoa sisällöt haluamaansa aikaan. Esimerkkejä vuonna 2013 uusista OTT-palveluista ovat Netflix, Viaplay ja HBO Nordic.

Teleoperaattorit tarjoavat kuluttajille kiinteitä ja langattomia internet-yhteyksiä, joita kuluttajat tarvitsevat internet-videopalveluiden käyttöön. Monet operaattorit tarjoavat lisäksi tv-sisältöjä kaapeli-tv-operaattorin tavoin.

Laitevalmistajat kehittävät erilaisia laitteita, joiden avulla kuluttajat käyttäjät ja tuottavat sisältöjä. TV:n sisältöjä voidaan myös kuluttaa ja katsoa esimerkiksi mobiililaitteilla, tietokoneruudulta, Ipadilta tai tablettitietokoneelta.

Kuluttajat /käyttäjät katsovat ilmaiseksi tai maksua vastaan vastaanottamiin tv-sisältöjä osana kaikkea mediakulutustaan sekä voivat myös tuottaa sisältöjä. Tarkoituksena on mm. viihtyä, rentoutua, hakea tietoa ja jännitystä ja oppia.

Sisältöjen paketoijat eli aggregoijat kokoavat sisältöjä välittäjiltä tai suoraan tekijöiltä ja paketoivat sisällöt myyntikelpoisiksi tuotteiksi. Paketoijien ansaintamalli muodostuu jakelijoiden maksamista esitysoikeuskorvauksista ja ohjelmapakettien välittämisestä toisille paketoijille. Usein paketointi on ketjuuntunutta ja sisältöoikeuksilla on useita perättäisiä oikeuksien hyödyntäjiä. Suomen pienillä markkinoilla on vähän paketoijia ja tavallisesti tuottaja myy hyödyntämis-oikeudet ilman välikäsiä suoraan tv-yhtiöille. Paketoijat ovat usein myös itse tuotantoyhtiöitä.

Regulaattorit, Suurin osa broadcast-televisiotoiminnasta on säänneltyä. Maanpäällisiä lähetysverkkoja operoivien lähetysoperaattorien toiminta perustuu toimilupiin. Sääntelyn taustalla ovat olleet toisaalta pula lähetystaajuuksista ja toisaalta halu säädellä viestinnän sisältöä. Internetin kautta tapahtuva on-demand-lähetystoiminta ei ole tv-sääntelyn piirissä. [muutos tulossa -> tarkista]

Mainostajan tavoitteena on rakentaa brändiään ja myydä tuotteitaan tai palveluitaan kuluttajille. Perinteisesti mainostajat maksavat tv-yhtiöille laskennallisista todellisista katsojakontakteista. Perinteisen television katkomainonnan rinnalle on noussut tuotesijoittelu sekä ohjelmayhteistyö, jossa mainostaja saa näkyvyyttä ohjelman sisällä.

Televisiotoiminnan, elokuvan ja teletoiminnan markkinoiden koko

Joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli yhteensä 4,3 miljardia euroa vuonna 2012, josta painetun joukkoviestinnän osuus oli 2 703 miljoonaa euroa. Tallenneviestinnän osuus oli 287 miljoonaa euroa. Lukuun sisältyy äänitteet, video ja elokuvateatterit. Sähköisen viestinnän osuus oli 1 338 miljoonaa euroa, johon sisältyy televisio, radio ja verkkomedia. Suurin viestinnän väline televisio kattoi joukkoviestintämarkkinoista 24 prosenttia ja televisioala ylitti toisen kerran miljardin euron rajan.²¹ Suomessa televisioalan liikevaihto oli 1 039 miljoonaa euroa vuonna 2012. Luku on noin neljännes koko joukkoviestinnästä. Televisiotoiminnan liikevaihto koostuu pääosin perinteiseen televisiolähetystoimintaan liittyvistä televisiomaksuista ja maksutelevisiosta sekä mainonnasta.²² Liikevaihdon kasvua oli kuusi prosenttia. Televisiomaksut muuttuivat YLE- veroksi vuonna 2013.

Televisioliiketoiminnan maailmanlaajuinen volyymi oli 304 miljardia euroa vuonna 2011. Summasta maksu-tv:n ja lupamaksujen osuus oli noin 55 prosenttia ja mainostuottojen 45 prosenttia. TV-sisältömaksujen odotetaan kasvavan vuosina 2013-2016 keskimäärin 6 prosenttia ja tv-mainonnan tuottojen 4 prosenttia. Suomessa television kokonaismarkkina kasvaa kansainvälisen tason kasvuvauhdissa.²³

Elokuvaliiketoiminnan maailmanlaajuinen volyymi oli 65 miljardia euroa vuonna 2011. Elokuvaliiketoiminnan odotetaan kasvavan kolme prosenttia vuodessa. Tuotantoyhtiöiden osuus tv- ja elokuva-alojen liikevaihdosta maailmanlaajuisesti on arviolta 30-40 miljardia euroa.²⁴

Suomessa elokuva-alan volyymi oli noin 190 miljoonaa euroa vuonna 2011. Tallennemyynnistä tuli 2/3 elokuvan tuotoista. Myös elokuvan kokonaismarkkina kasvaa kansainvälisen tason kasvuvauhdissa.²⁵

Mediamainontaan käytettiin Suomessa vuonna 2012 yhteensä 1 353 miljoonaa euroa, mikä oli noin kolme prosenttia vähemmän kuin vuonna 2011. Epävarmat talousnäkymät heijastuvat markkinointiviestinnän panostuksiin.²⁶

Seuraavassa kuvassa on markkinointiviestimien osuudet mainonnasta vuoden 2012 suunnittelu- ja tuotantokustannuksineen.

²¹ Tilastokeskus. Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot.

²² Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

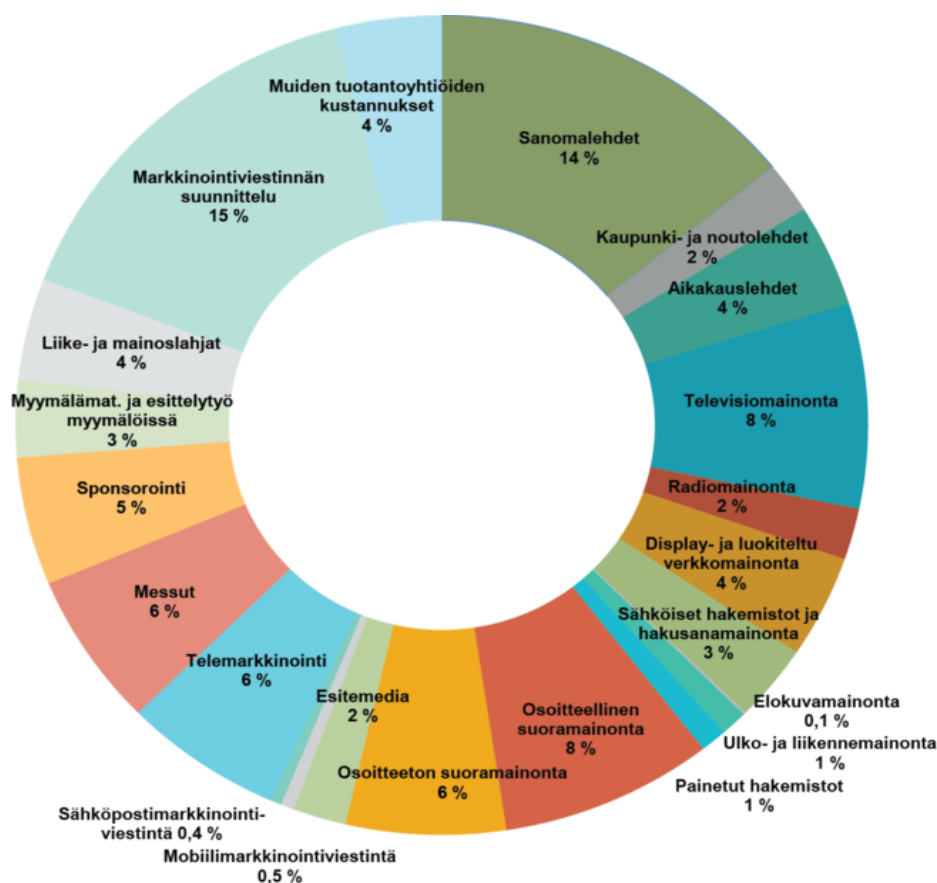
²³ Digital Media Finland 2012. Digitaalisen jakelun ekosysteemit.

²⁴ Digital Media Finland 2012. Digitaalisen jakelun ekosysteemit.

²⁵ Digital Media Finland 2012. Digitaalisen jakelun ekosysteemit.

²⁶ Mainostajien Liiton toimintakertomus. Markkinointiviestinnän toimintaympäristö. <http://toimintakertomus.mainostajat.fi/?id=118> Luettu 8.10.2011

Kuvio2. Markkinointiviestimien osuudet mainonnasta vuonna 2012



Lähde: Mainonnan neuvottelukunta & TNS Gallup Oy

Suuren mainoskakun arvo on 3,4 mrd euroa, josta televisiomainonnan osuus oli 8 prosenttia vuonna 2012 ja elokuvamainonnan 0,1 prosenttia. Television osuus mainonnasta on pysynyt suhteellisen vakaana 2000-luvulla.²⁷

Teleoperaattorit ovat kasvavia audiovisuaalisten sisältöjen jakelijoita. Teleoperaattoreiden liiketoiminnan tuottoon vaikuttavat mm. kuluttajien valinnat laajakaistayhteyksistä. Tehokkaampien ja nopeampien laajakaistayhteyksien avulla pääsee helposti katsomaan audiovisuaalisia sisältöjä.²⁸

27 Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

28 Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä.

Teleyritysten yhteenlaskettu kokonaisliikevaihto oli 4,9 miljardia euroa vuonna 2012. Vuonna 2012 niiden toiminta muodosti lähes koko matkaviestintäverkon, kolme neljäsosaa kiinteän verkon ja hieman yli puolet TV- ja radiotoiminnan liikevaihdosta. TV- ja radiotoiminnan tulot olivat 262 miljoonaa euroa. Teletoinnin liikevaihdolla mitattuna teletoinnin kolme suurinta yritystä ovat Elisa, TeliaSonera ja DNA.²⁹

Taulukko 1. Teletoinnin yritysten liikevaihto vuosina 2009–2012

Liikevaihto (M €)	2009	2010	2011	2012
Teleyritysten kokonaisliikevaihto	4730	4820	4880	4900
Tulot teletoinnasta yhteensä	3790	3980	3930	3810
Tulot matkaviestintäverkosta	2100	2150	2130	2020
Tulot kiinteästä televerkosta	1690	1620	1570	1530
Tulot TV- ja radiotoiminnasta	940*	210	230	260
Tulot muusta toiminnasta		840	950	1090

*Vuonna 2009 TV- ja radiotoiminnan liikevaihto sisältyi muun toiminnan liikevaihtoon. Lähde: Viestintävirasto. Viestintämarkkinat. Teleyritysten tulot ja investoinnit 2012

Valtakunnalliset tv-kanavat ja toimijat

Audiovisuaalisten sisältöjen pääasiallinen katselu kanava on televisio vaikka monikanavainen sisältöjen katselu on kasvussa.³⁰ Viestintäviraston teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan suosituin tapa seurata audiovisuaalista sisältöä on katsella niitä televisiosta lähetysaikaan.³¹ TV-kanavien määrä kasvoi digitaalisen maanpäällisen televisiolähetysten käynnistyttyä vuonna 2007. Vuoden 2012 lopussa vapaasti vastaanotettavia maanpäällisiä kanavia oli kaikkiaan 13. Vapaasti saatavilla olevat neljä julkisen palvelun kanavaa ovat **Yle TV 1**, **Yle TV 2**, **Yle Fem** ja **Yle Teema**. Vapaasti vastaanotettavat yhdeksän kaupallista kanavaa ovat **MTV3**, **Sub**, **AVA**, **Nelonen**, **JIM**, **Liv**, **TV5**, **Kutonen** ja **FOX**. Maksullisia standardi-tv-kanavia oli vuoden 2012 lopussa kaikkiaan 27 ja maksullisia teräväpiirtokanavia seitsemän. Kaapeliverkoissa ja satelliittiteitse ohjelmatarjonta on moninkertainen. Maksu-tv-palvelu on vain palvelun tilanneiden kuluttajien katsottavissa. Maksu-tv:n sisältö koostuu useimmiten kaupallisesti arvokkaimista sisällöistä kuten suosituimmista elokuvista, tv-sarjoista ja urheilutapahtumista. Maksu-tv-palvelut saattavat sisältää myös erilaisia sisältöön ja käyttöön liittyviä lisäarvopalveluja.³²

29 Viestintävirasto 2013. Teleyritysten tulot ja investoinnit 2012. <http://bit.ly/1foJrYp>, Luettu 2.9.2013

30 Viestintävirasto 2012. Nettivideot kiinnostavat kaikenikäisiä netin käyttäjiä. <http://bit.ly/1cLdWol>, Luettu 19.8.2013.

31 Viestintävirasto 2013. Televisio- ja videopalvelut 2012. <http://bit.ly/1gzkg1L>, Luettu 2.9.2013.

32 Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 35/2011. <http://bit.ly/1jwSXII>, Luettu 22.8.2013

Siirtyminen uuteen standardiin vuonna 2007 ei ole muuttanut TV-broadcasting markkinoita. Suurimmat toimijat ovat julkinen Yle, ruotsalainen Bonnier ja suomalainen yksityinen Sanoma-konserni.³³ Seuraavassa esitellään TV-yhtiöiden sekä vapaasti valittavat TV-kanavat että maksulliset TV-kanavat.

Yle on julkisen palvelun viestintäyhtiö, joka tekee ohjelmia ja palveluita kaikille suomalaisille. Julkisen palvelun yleisenä tavoitteena on ohjelmiston monipuolisuus, moniarvoisuus ja korkea laatu sekä kotimaisen ohjelmiston tuotannon taloudellisten edellytysten kehittäminen. Ylen ohjelmat on jaettu kahdeksaan eri sisältökokonaisuuteen: uutisiin, ajankohtaistoimintaan, asiaan, urheiluun, draamaan, kulttuuriin ja viihteeseen, lapsiin ja nuoriin sekä Svenska Yleen. Yle tuottaa 70 prosenttia kotimaisista tv-ohjelmista.

Ylen julkisen palvelun neljä TV-kanavaa ovat Yle TV1 (uutis- ja ajankohtaisasia kanava), Yle TV2 (lasten, nuorten ja perheiden kanava), Yle Teema (kulttuurikanava), Yle Fem (pohjoismainen kanava).

Yle aloitti 22.4.2013 TV-kanaviensa suoran verkkojakelun. Kaikki Ylen TV-kanavat Yle TV1, Yle TV2, Yle Teema ja Yle Fem ovat olleet nähtävissä suorana Yle Areena-verkkopalveluissa. Kanavien tarjontaa voi katsella TV:n lisäksi tableteilla, tietokoneella ja älypuhelimilla.

Lisäksi Ylellä on teksti-TV ja TV1:n ja TV2:n HD-ohjelmistosta koostettava Yle HD-teräväpiirtokanava. HDTV tarkoittaa teräväpiirtolähetyttä. Yle HD-kanava aloitti 1.5.2012 DNA:n lähetyverkossa. Yle HD näkyy myös kaikissa kaapeliverkoissa sekä Canal Digitalin satelliittijakelussa ja useissa IPTV palveluissa.

Kaupallisen televisiotoiminnan toimijoita ovat MTV Media, Nelonen Media, SBS, Fox, Urho ja Eurosport.

MTV Medialla on kaikkiaan kymmenen televisiokanavaa, joista 7 on maksukanavia. Osa maksukanavista on vain kaapeli ja satelliittijakelussa. MTV Median TV-kanavat ovat **MTV3**, **Sub** (viihdepainotteinen) ja **AVA** (naisille suunnattu). Katsomo tarjoaa MTV Median kanavien ohjelmat netissä. (MTV & Sub tv ovat samaa konsernia, järjestyneet kahdeksi yhtiöksi). MTV3 Total -pakettiin kuuluvat kaikki MTV3:n maksu-TV-kanavat ja C Moren kanavat kuten **MTV3 MAX**, **MTV3 Leffa**, **MTV3 Juniori**, **MTV3 Fakta**.

MTV3-kanava aloitti toimintansa vuonna 1993. Kanavan monipuoliseen ohjelmistoon kuuluu uutis- ja ajankohtaisohjelmia, kotimaista viihdettä ja draamaa, ulkomaisia laatusarjoja ja menestyselokuvia sekä urheiluohjelmia. MTV3 Uutiset ja ajankohtaisohjelmat tekee yhtiön oma toimitus, muut kotimaiset ohjelmat MTV3 hankkii itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. Ulkomaiset sarjat ja elokuvat MTV3 hankkii kansainvälisiltä tuotantoyhtiöiltä. Alun perin kanava tuotti suurimman osan kotimaisesta ohjelmistostaan itse, mutta 1990-luvun lopulla kaikki ohjelmatuotanto ajankohtaisohjelmia lukuun ottamatta myytiin ulkopuolisille yhtiöille. MTV3:n ohjelmistosta 48 % on kotimaista ja loput ulkomaista tuotantoa.

Nelonen sai toimiluvan vuonna 1996 ja aloitti lähetykset seuraavana vuonna. Nelonen Media on osa Sanoma Entertainment Finland Oyj:tä, joka kuuluu Sanoma Media liiketoimintaryhmään. Sanoma Median toimintaan kuuluvat mm. erilaiset Internet-palvelut sekä Nelonen Media televisiopalvelut Suomessa.

Nelonen Medialla on kahdeksan televisiokanavaa. Nelonen Median kolme mainosrahoitteista kanavaa ovat Nelonen (kotimaista viihdettä ja kansainvälisiä sarjoja), **JIM** (viihdekanava) ja **LIV** (lifestyle-ohjelmia). Maksulliset kanavat ovat **Nelonen Kino** (amerikkalaisten sarjojen ensi-illoja), **Nelonen Perhe** (perheille sarjoja ja elokuvia), **Nelonen Maailma** (dokumentteja ja matkailu- ja luonto-ohjelmia) sekä **Nelonen Pro 1** ja **Nelonen Pro 2** (urheilukanavat). Netti-TV Ruutu kokoaa Nelonen Media kanavien sisällöt yhteen ja tarjoaa sisältöjä ajasta ja paikasta riippumatta kaikille päätelaitteille.

Yle, MTV Media ja Nelonen Media aloittivat 12.6.2013 Internetissä yhteisen **Teevee.fi** -palvelun, joka tarjoaa yhtiöidensä netissä katsottavat televisio-ohjelmat samassa osoitteessa. Ohjelmat löytyvät myös Yle Areenasta, Katsomosta ja Ruudusta.

SBS Discovery Television Oy:n omistaa amerikkalainen Discovery Communications. Sen kanavat ovat TV5 ja Kutonen sekä Discovery Channel. Vuoden 2013 alussa saksalainen mediakonserni ProSiebenSat.1 myi tv- ja radiotoimintaa Suomessa, Norjassa, Ruotsissa ja Tanskassa harjoittavan SBS Nordicin Discovery Communicationsille.

TV5 on maksuton viihdekanava, jonka ohjelmisto koostuu televisiosarjoista, elokuvista sekä 5D dokumenteista.

Kutonen (entinen The Voice TV) on maksuton puolivaltakunnallinen televisiokanava. The Voice keskittyi erityisesti musiikkiin ja se oli suunnattu lähinnä nuorisolle. Kanavan nimeksi tuli Kutonen 1. syyskuuta 2012 ja samalla ohjelmatarjonta monipuolistui.

Discovery Channel tunnetaan dokumenttiohjelmita. Viime vuosina kanava on siirtynyt lähes täysin tosi-tv-formaattiin.

Fox International Channels Nordic omistaa Fox mainosrahoitteisen televisiokanavan. Fox korvasi SuomiTV:n 16. huhtikuuta 2012.

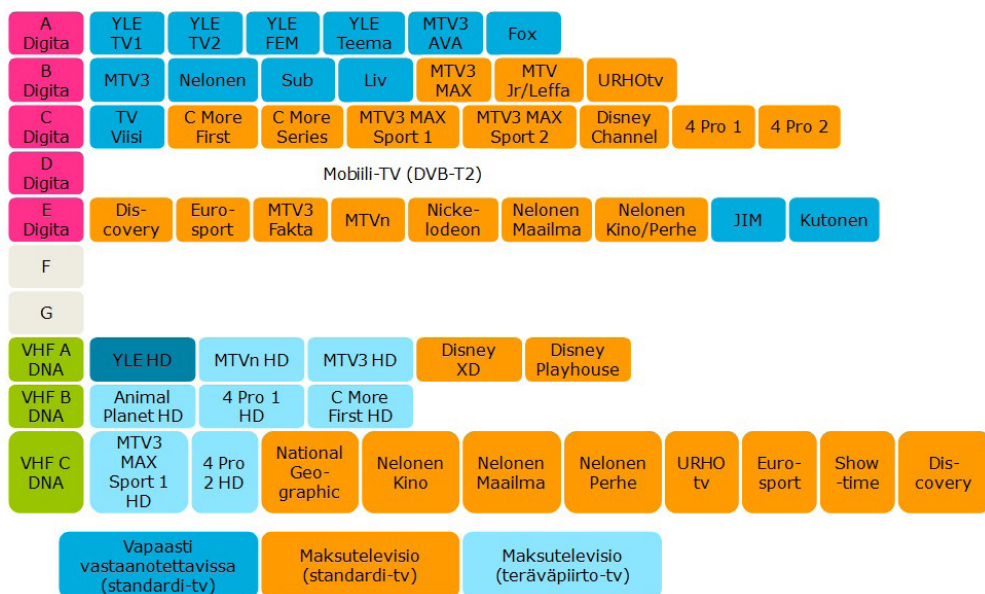
URHOTV on urheiluviihteeseen keskittyvä maksu-tv-kanava. Ulkomaista tarjontaa ovat mm. jääkiekon European Trophy ja nyrkkeily sekä extreme- ja actionurheilu. UrhoTV ostaa urheiluohjelmia myös Suomesta. UrhoTV:n omistaja on Parsifal Sport.

Eurosport on ranskalaisessa omistuksessa oleva Euroopassa toimiva satelliitin, maanpäällisen antenniverkon ja kaapelivälityksellä televisiossa näkyvä urheilukanava.

Suomessa tarjolla olevat valtakunnalliset TV-kanavat on esitetty alla olevassa kuvassa kanavaniputtain.

33 European Audiovisual Observatory. 2012 Yearbook Volume 1.

Kuvio 3. Valtakunnalliset antenniverkon kanavat kanavaniputtain 31.12.2012



Lähde: Viestintävirasto, Toimialakatsaus 2012. <http://bit.ly/1jwSXII>

TV-kanavien rahoitus

Televiisiotuotannon osuus koko audiovisuaalisesta alasta on merkittävä. Tuotannot televiisiotuotannon alalla jakautuvat Yleisradion ohjelma- ja lähetystuotantoon sekä kaupalliseen yksityisten tuotantoyhtiöiden ja tv-kanavien ohjelma- ja lähetystuotantoon. Yleisradio on merkittävä sekä TV-yhtiönä televiisio-ohjelmatuotannossa että jakelussa. Toinen puoli televiisio-ohjelmatuotannosta muodostuu riippumattomasta televiisioille tarkoitetusta ohjelmatuotannosta sekä elokuvien, televiisio- ja elokuvamainonnan ja yrityskäyttöön tarkoitetun koulutus-, tiedotus-, promotio- ja käyttöohjelmamateriaalin tuotannoista.³⁴ Suomalaisen riippumattoman sisällöntuotannon markkinoilla on ollut kolme merkittävää ostajaa Yleisradio Oy, MTV Media, sekä Nelonen Media. Maksu-tv ei ole riippumattomien tuotantoyhtiöiden työllistäjänä merkittävä toimija.³⁵

Television rahoitusrakenne on muuttunut kymmenen vuoden aikana. Katsojilta saadut tv-maksut olivat aiemmin julkisen palvelun Ylen keskeinen tulonlähde. Lisäksi Ylen tulonlähteenä olivat aikaisemmin kaupallisten tv-kanavien maksamat toimilupamaksut. Analogisten televiisio-ohjelmien loppumisen myötä kaupallisten tv-kanavien toimilupamaksut poistettiin vuonna 2007. Vanha tasasuuruinen televiisio-ohjelmien maksu jäi historiaan vuoden 2012 vaihteessa. Yle-uudistuksessa vuonna 2012 Yleisradion rahoituksen tasoksi sovittiin 500 miljoonaa euroa

vuonna 2013, minkä jälkeen tasoa tarkistetaan vastaamaan vuotuista kustannustason nousua. Vuoden 2013 alusta lähtien Yleisradion julkisen palvelun kustannukset katetaan uudella verotuksen yhteydessä kerättävällä yleisradioverolla. Vero on progressiivinen ja se kerätään yksityisiltä henkilöiltä sekä yrityksiltä.³⁶

Kaupallisten kanavien toiminnan tulot tulevat mainostuloista ja maksu-tv:n tuotot kuluttajilta. Maksutelevision ja mainonnan ja osuus on noin puolet televiisio-ohjelmien yhteensummauksesta liikevaihdosta.³⁷ 2000-luvun alku oli televiisio-ohjelmien kannalta hitaan kasvun aikaa. Television mainostulot laskivat parina vuotena. Vuonna 1997 aloittaneen Nelosen odotettu kasvuvaikutus valtakunnallisen televiisio-ohjelmien volyyymiin jäi alussa pieneksi. Sen sijaan alan toimijoiden kesken tapahtui mainostulojen uudelleen jakoa. Television liiketoiminta kasvoi nopeasti erityisesti digitalisoinnin myötä vuosina 2007-2008, kun mm. maksutelevision markkinoiden kasvuedellytykset kehittyivät. Maksu-tv-toiminta on ollut televiisio-ohjelmien nopein kasvaja ja siitä on kehittynyt televiisio-ohjelmien huomattava tulonlähde.³⁸ Tekniset ja toimintaympäristön muutokset sekä digisovittimien ja digiteleviisio-ohjelmien yleistymisen vaikuttivat maksutelevision yleistymiseen. Maksu-tv:llä on nykyisin merkittävä osa suomalaisen televiisio-ohjelmien toimintaa ja ansaintaa.

Televiisio-ohjelmien tuotot ylitti miljardin euron rajan vuonna 2011. Luku 1 028 milj. euroa sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan.³⁹ Tästä kokonaisuudesta noin 95 milj. euroa käytettiin ohjelmaostoihin riippumattomilta televiisio-ohjelmien tuottajilta (nk. indie-yhtiöt). Nämä ohjelmat rahoitettiin lähes yksinomaan kotimaisilta televiisio-ohjelmien tuottajilta saatavilla myyntituloilla.

Yleisradion tehtävänä on ”tuoda täyden palvelun televiisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin” ja erityisesti ”tuottaa, luoda ja kehittää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä” [Laki Y [Laki Yleisradio Oy:stä 7 §].⁴⁰ Sen lisäksi ”televiisio-ohjelmien harjoittajan on varattava riippumattomien tuottajien tuottamille ohjelmille 15% lähetyksistään (johon ei lueta uutisia, urheilutapahtumia, kilpailunomaisia viihdeohjelmia, mainoksia, teleostolähetyksiä tai tekstiteleviisio-ohjelmia) tai vaihtoehtoisesti 15% ohjelmistobudjetistaan.” Eurooppalaisuuskiintiö 50 prosenttia eurooppalaista.

Vuonna 2010 YLE:n tuotot valtion TV- ja radorahastosta keräyskulujen jälkeen olivat 414 milj. €. Samana vuonna yhtiö tuotti 73% kaikista kotimaisista TV-ohjelmista. Indie-yhtiöiden valmistamaa televiisio-ohjelmaa YLE:n kanavilla esitettiin yhteensä 22,8 milj. € arvosta ja vuonna 2011 tai myöhemmin esitettäväksi tilattiin arviolta alle 15 milj. €:lla. Vuonna 2011 YLE saa valtion TV- ja radorahastosta tuloina 451 milj. €.

³⁶ Liikenne- ja viestintäministeriö julkaisu 21/2013. Suomalainen televiisio-ohjelmien tuotanto 2012.

³⁷ Tilastokeskus. Joukkoviestimet 2011.

³⁸ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

³⁹ Tilastokeskus. Joukkoviestintä. Televiisio ylitti miljardin euron rajan. 24.5.2013

⁴⁰ <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380> Luettu 21.9.2013.

³⁴ NAG Oy. Päivitys television kehitysnäkymistä. Selvitys Liikenne- ja viestintäministeriölle 12.3.2012

³⁵ Tilastokeskus. Joukkoviestimet 2011.

Kotimainen sisällöntuotanto

Moninainen yksityisten riippumattomien tuotantoyhtiöiden kenttä

Elokuva, video- ja TV-ohjelmien tuotanto- ja jälkituotantoyrityksiä oli yhteensä 1 225 Tilastokeskuksen tietojen mukaan vuonna 2012. Liikevaihdolla mitattuna suurimmat yritykset näistä ovat televisiotuotantoon keskittyviä yhtiöitä. Televisiotuotantoa päätoimialana harjoittavien yritysten liikevaihto Suomessa oli vuonna 2011 noin 115 miljoonaa euroa. Satu ry:n tilastojen mukaan televisioyhtiöt ostivat vuonna 2011 riippumattomilta ohjelmatuottajilta ohjelmia noin 85 miljoonalla eurolla.

Riippumattomien tuotantoyhtiöiden kentälle tuli lukuisia toimijoita vasta Kolmostelevisio perustamisen jälkeen [Kolmostelevisio perustivat MTV Oy, Yle ja Nokia 1986]. Ala kasvoi lisää kun Nelonen perustettiin vuonna 1997 kaapelikanava PTV4:n seuraajaksi ja Nelonen päätti hankkia suurimman osan ohjelmistostaan tuotantoyhtiöiltä. Tämän jälkeen MTV Oy luopui draama-, viihde- ja teknisestä tuotannostaan myyden ne eri tuotantoyhtiöille.

Tuotantoyhtiöt ovat televisioyhtiöiden ostokäyttäytymisen varassa ja ohjelmia tehdään lähinnä tilauksesta. Mahdollisuudet omaehtoiseen kehittämiseen ovat rajoitetut, joten tv-yhtiöiden rahoitustilanne vaikuttaa suoraan ohjelmien tuotekehitys- ja tuotantomahdollisuuksiin. Toisaalta kaikilta sisällöntuottajilta vaaditaan luovia ratkaisuja sisällön monistamisessa ja mukauttamisessa sopivaksi eri jakelukanaville. Internetin avulla tuotantoyhtiöiden saattaa olla helpompaa saada tuotantojaan esille. Vaikka suomalaiset televisioyhtiöt ovat riippumattoman sisältötuotannon suuria ja neuvotteluvoimaisia asiakkaita, pystyvät sisällöntuottajat tarjoamaan tuotteitaan tulevaisuudessa yhä enemmän myös asiakkaille, jotka eivät osta varsinaista televisiosisältöä. Tällaista muuta sisältöä ovat esimerkiksi elokuva-, mainos- ja muun tuotannon ohella internet-sisältö, kuten verkkopelit ja verkkomainonta sekä yritysten promootiovideot.⁴¹

⁴¹ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

Audiovisuaalisen alan tuotantoyhtiökenttä koostuu laajasta massasta erilaisia tuotantoyhtiöitä. Televisiosisältöjen ja elokuva-alan tuotantoyritykset ovat osittain samoja. Alan tuotantoyrityksistä monet toimivat sekä pitkän elokuvatuotannon että TV-tuotannon parissa, sillä osaamis pohja ja koulutustausta on yhteinen. Useat tuotantoyhtiöt myyvät tuotantopalveluita ja toteuttavat osia myös toisen yrityksen tuotannosta esimerkiksi ulkomaiselle tuotantoyhtiölle. Monen audiovisuaalisen alan tuotantoyhtiöiden toiminnan sisältö vaihtelee taloudellisen tilanteen mukaan. Alan tuotantoyhtiörakenne on jakautunut erityisesti televisio-ohjelmatuotannon, elokuvan, mainoselokuvien sekä pelituotannon sektoreille sekä näitä palveleviin alihankintayrityksiin.⁴² Jälkituotantoyrityksellä tarkoitetaan yritystä, joka esimerkiksi keskittyy tietokonegrafiikalla tehtäviin efekteihin ja lisäyksiin. Jälkituotantoon erikoistuneet yritykset ovat omalla toimialallaan Tilastokeskuksen TOL-luokituksessa.⁴³

Suomalainen elokuvatuotanto alkoi 1920-luvulla ja 1930-luvulla ala oli kasvanut täydeksi elokuvateollisuudeksi. Tärkein elokuvatuotantoyhtiö suomalaisen elokuvateollisuuden kannalta 1920-luvulla oli vuonna 1919 perustettu Suomen Filmikuvaamo, jonka nimi muutettiin vuonna 1921 Suomi-Filmiksi. Varsinainen suomalainen filmitoiminta syntyi 1930-luvulla, kun Suomi-Filmin rinnalle syntyi vuonna 1934 toinen suurtoimintayhtiö Suomen Filmitoiminta. Kaikki suomalaiset elokuvat keräsivät 400 000 katsojaa 1940-luvulla ja elokuvan kultta- aika jatkui 1950-luvulle asti.⁴⁴ Elokuvateollisuus on sen syntyajoista lähtien ollut sekä kulttuurista, taidetta että liiketoimintaa. Viime vuosina kulttuuripolitiikan kehittämisessä on otettu huomioon mm. sellaisia seikkoja, kuten millaisia kansantaloudellisia vaikutuksia kulttuuritoiminta tuottaa työllisyyden sekä liiketoiminnan kehittymisen näkökulmasta.⁴⁵

Elokvien tuottaminen on noin 50 suomalaiselle tuotantoyhtiölle ammattimaista liiketoimintaa. Muita alalla toimivia tuotantoyhtiöitä on yli 100. Vain muutamilla elokuvatuotantoyhtiöillä tuotanto on monipuolista ja useimmat elokuvatuotantoyhtiöt ovat keskittyneet johonkin tiettyyn elokuvamuotoon. Alalla on ollut viime vuosina näkyvissä integraatiota ja konvergenssia. Yhtiöt saattavat yhdistää mainoselokuvatuotantoa elokuvatuotantoon tai tekevät esimerkiksi TV-ohjelmia ja pitkiä elokuvia.

Audiovisuaaliselle alalle on tunnusomaista, että alalla toimii paljon pieniä yrityksiä. Alalle tyypillinen pätkätyöllistyminen on synnyttänyt lukuisia itsensä työllistäjiä, yhden henkilön yrityksiä. Suomessa on vähän puhtaasti kotimaisia TV-yhtiöitä, sillä pääomasijoittajat ja kansainväliset mediatilat omistavat osin tai kokonaan Suomen suurimmat TV-tuotantoyhtiöt toimijat. Esimerkiksi Fremantle-Media Finland Oy kuuluu Bertelsmannin omistaman RTL Groupiin, Metronome Film & Television Oy:n omistaa News Corporationiin kuuluva Shine Group. Moskito Television kuuluu pohjoismaiseen, suomalainen pääomasijoitusyhtiö Capmanin rakentamaan Nice Groupiin ja Tarinatalon englantilaiseen ITV Studiosiin.

⁴² Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä.

⁴³ Alanen Aku. Tieto&trendit 6/2011. Elokuvan talous.

⁴⁴ http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomalainen_elookuva Luettu 30.10.2013.

⁴⁵ Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä.

Audiovisuaalisen alan yrityksiä on sijoittunut ympäri maan. Yrityksiä on Etelä-Suomessa kaksi kertaa sen verran kuin muualla maassa yhteensä. Maassamme ei ole välttämättä selvärajaista audiovisuaalista mediaklusteria, joka olisi paikallistunut johonkin tiettyyn maantieteelliseen keskittymään. Alan toimijat pyrkivät kilpailemaan niillä erikoistumisaloilla, joissa kilpailu on mahdollista ja tervettä sekä liittoutumaan niillä osaamisaloilla, joissa liittoutumisesta on kaikille osapuolille hyötyä.

Seuraavassa 20 suurinta tuotantoyhtiötä vuosina 2010-2012.

Taulukko 2. 2012 - 20 suurinta tuotantoyhtiötä

sijoitus	yrityksen nimi	2012 (1000 EUR)
1	Fremantlemedia Finland oy	18 463
2	FW Filmworks oy	8 505
3	Tuotantotalo Werne oy	7 621
4	Metronome Film & Television oy	7 569
5	Zodiak Finland oy	7 524
6	Moskito Television oy	7 010
7	Solar Television oy	6 429
8	Blue Media oy	6 054
9	Yellow Film & Tv oy	4 988
10	Solar Films inc oy	4 573
11	Front Desk oy	4 341
12	Susamuru oy	3 969
13	Endemol Finland oy	3 886
14	Angel Films oy	3 862
15	StoryOf oy	3 429
16	Blind Spot Pictures oy	3 395
17	Aito Media oy	3 340
18	Otto tuotanto oy	3 196
19	Matila Röhr Nordisk oy	3 163
20	Grillifilms oy	2 889

Taulukko 3. 2011 - 20 suurinta tuotantoyhtiötä

sijoitus	yrityksen nimi	2011 (1000 EUR)
1	FremantleMedia Finland Oy	18 423
2	Yellow Film & TV Oy	12 960
3	Metronome Film & Television Oy	10 740*
4	Moskito Television Oy	10 300
5	Tuotantotalo Werne Oy	7 436
6	Blue Media Oy	5 751
7	Nitro Group Oy	5 733
8	Zodiak Finland Oy	5 527
9	Matila Röhr Nordisk Oy	5 273
10	Endemol Finland Oy	4 068
11	Front Desk Oy	3 640
12	Solar Films Inc Oy	3 590
13	Also Starring Oy	3 421
14	Otto Tuotanto Oy	3 403
15	Solar Television Oy	3 320
16	Susamuru Oy	2 941
17	Elokuvatuotantoyhtiö Mjölök Oy	2 587
18	Tarinatalo Oy	2 567
19	Generator Post Oy	2 115
20	Motel Royal Finland Oy	2 025

Yellow Film & TV -konserni: Filmitoimintaa Fine Ltd, StoryOf., Storyof..Sports, Funny Films Ltd., Helsinki Filmi Ltd., Ten Years Production Ltd., Helsinki Kirjat

*vuoden 2010 tiedot

sijoitus	yhtiön nimi	2010 (1000 EUR)
1	FremantleMedia Finland Oy	14 899
2	Metronome Film & Television Oy	10 740
3	Tuotantotalo Werne Oy	7 462
4	Zodiak Finland Oy	6 741
5	Nitro Group Oy	6 005
6	Susamuru Oy	5 086
7	Blue Media Oy	5 838
8	Otto Tuotanto Oy	4 937
9	Matila Röhr Nordisk Oy	4 326
10	Moskito Television Oy	4 084
11	Front Desk Oy	3 650
12	Also Starring Oy	3 367
13	Helsinki-filmi Oy	3 300
14	Elokuvatuotantoyhtiö Mjölck Oy	3 115
15	Generator Post Oy	2 999
16	Oy Filmiteollisuus Fine Ab	2 985
17	Fw Filmworks Oy	2 921
18	Solar Television Oy	2 716
19	Tarinatalo Oy	2 351
20	Artista Filmi Oy	2 223

Edunvalvonta

Audiovisuaalisen alan yrityksillä on useita edunvalvonta organisaatioita. SATU ry:n jäsenyrityksiä oli vuonna 2012 95, jotka toimivat TV (elokuva) -tuotannon, markkinointiviestinnän ja tuotantopalvelujen alalla. Jäsenyritysten yhteenlaskettu liikevaihto oli 171 258 678,04 euroa vuonna 2012, josta TV (elokuva)-tuotannon osuus on 107 068 872,02 euroa, markkinointiviestinnän 30 880 628,42 euroa ja tuotantopalvelujen 33 309 177,60 euroa. Vakituksessa työsuhteessa SATU ry:n jäsenyrityksissä oli yhteensä 954 henkilöä ja osa-aikaisia moninkertainen määrä. Lähes kaikki tv-tuotantoa päätoimialanaan harjoittavat yritykset ovat Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat SATU ry:n jäseniä.

Taulukko 5. SATU ry:n jäsenyritysten liikevaihto

	2011	2012
TV (elokuva)-tuotanto	97 227 273,31	107 068 872,02
Markkinointiviestintä / -tuotanto	30 379 615,53	30 880 628,42
Palvelu-/ tapahtumatuotanto	30 768 466,77	33 309 177,60
Yhteensä (liikevaihto + muut tuotot)	158 375 355,61	171 258 678,04

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto SEK:n jäsenenä vuonna 2012 oli 48 tuotantoyhtiötä. Suurin osa niistä on pieniä 1-3 henkilön yrityksiä. SEK:n jäsenistö koostuu pääsääntöisesti elokuvateatteri- ja dokumenttielokuvia tekevästä tuotantoyhtiöistä. Taulukossa on eriteltyä SEK:n jäsenten kokonaisliikevaihto ja SATU ry:n jäsenten liikevaihto. Osa SEK:n jäsenyrityksistä on myös SATU ry:n jäseniä.

Taulukko 6. SATU ry:n ja SEK:n jäsenyrytykset lukuina

	2011	2012
SATU ry:n jäsenet	158 375 355,61	171 258 678,04
SEK:n jäsenet	21 837 319,20	32 623 699,88
Yhteensä	180 212 674,81	203 882 377,92

Tilastokeskuksen yliaktuaari Aku Alasen laskelmien mukaan suomalaisissa yksityisissä riippumattomissa tuotantoyhtiöissä tapahtuvan liiketoiminnan arvo Suomessa on noin puoli prosenttia bruttokansantuotteesta ja hiukan alle puoli prosenttia kaikesta työllisistä.⁴⁶

Miksi on tärkeää, että IPR-oikeudet säilyvät tuotantoyhtiöissä?

Kun yritys kehittää omaa tuotantoaan, se generoi itselleen enemmän immateriaalioikeuksia. Nämä oikeudet on mahdollista varastoida, tuotteistaa ja kaupallistaa myöhemmin sopivana ajankohtana. Syntyneet immateriaalioikeudet ovat tärkeä osa yrityksen arvokkaita varoja ja tulonlähteitä.⁴⁷

Tuotantoyhtiöiden liiketoiminta on kaupankäyntiä ohjelmien hyödyntämisoikeuksilla. Tällä hetkellä televisiokanavat pyrkivät ensimmäisen kaupan yhteydessä ostamaan varsin laajat hyödyntämisoikeudet. Usein laajemmat kuin koskaan tulevat käyttämään. Tämä on koko alan kehittymisen kannalta lyhytnäköistä toimintaa. Jollei tuotantoyhtiöllä itselleen jää oikeasti merkittäviä myytäviä oikeuksia, on sen saattava koko katteensa jo tästä ensimmäisestä sopimuksesta. On syytä kysyä, syntykö silloin paras mahdollinen tuote vai kertakäyttötuote?

Käytännössä suomalaisten tuotantoyhtiöiden taseet ovat hyvin kevyet. Niillä ei ole rahaa, kiinteää omaisuutta eikä vaihto-omaisuutta eli myytäviä hyödyntämisoikeuksia. Tällaiseen yhtiöön ei ole löydettävissä vierasta pääomaa eli rahoitusta. Ohjelmat ovat tuotantoyhtiön ainoa omaisuus ja siksi niillä on yhtiölle merkittävä arvo. IPR-oikeuksien säilyttäminen sellaisissa käsissä, joka haluaa ja osaa tehdä niillä kauppaa, on myös kansantaloudellisesti tärkeää. Se mahdollistaa kansainvälisestä kaupasta saatavan kasvun ja tuo tuotantoyhtiölle tulo- ja rahoitusta, joka voidaan sijoittaa tuotekehittelyyn ja/tai jakaa muiden tekijöiden ja rahoittajien kesken. Kyse on niin tärkeästä asiasta, että se tulisi määritellä jollei laissa niin ainakin yhteisesti sovittavassa kauppatavassa [Terms of Trade]. Tästä on hyviä esimerkkejä Isosta-Britanniasta ja Tanskasta. Yhteisesti sovitut hyvät kauppatavat tai laki selkeyttävät sopimistilanteita ja luovat niille raamit.

Ensilähetysoikeudet ovat TV-tuotannon arvokkain osa

Televisiokanavat tuottavat itse ohjelmia tai ostavat niitä koti- tai ulkomaisilta toimijoilta. Ohjelman osto tarkoittaa sitä, että tuotantoyhtiön kanssa sovitaan korvausta vastaan rajattujen hyödyntämisoikeuksien siirtymisestä televisiokanavalle rajalliseksi ajaksi. Samoin ulkomaisten myyjien kanssa sovitaan kansainvälisten ohjelmien hyödyntämisoikeuksien siirtymisestä. Erona kotimaisen ja ulkomaisen ohjelmiston kaupassa on se, että kotimaisessa kaupassa televisioyhtiöille siirtyvät ohjelmien ensilähetysoikeudet. Nämä oikeudet maksavat moninkertaisesti enemmän, kuin ulkomaisten ohjelmien esitysoikeudet, koska ulkomaiset ohjelmat on jo muualla ensilähetetty ja kustannettu.

Julkisessa keskustelussa todetaan usein, että kotimaiset ohjelmat ovat paljon kalliimpia kuin ulkomaiset. Sitä ne eivät ole. Kotimaiset ohjelmat tuotetaan huomattavasti pienemmällä budjetilla, kuin kansainväliset ohjelmat. Kaikissa maissa ensilähetysoikeudesta maksetaan enemmän. Ensilähetysoikeus on arvokas. Kuluttajat ovat halukkaita maksamaan elokuva- ja televisiovalmistajille 10 €, vaikka elokuvan näkisi myöhemmin ilmaiseksi televisiosta. Kuluttajat ovat halukkaita maksamaan maksu-TV -kanavan kuukausi- tai kertamaksun samasta syystä. Kuluttaja haluaa olla edelläkävijä, keskustelussa mukana, ja kokea yhteisiä katsomiskokemuksia. Kotimainen ensilähetysoikeus on suurille kanaville tärkeä, koska vain sen varaan voi rakentaa suuren yleisön kanavabrändiä. Ainoastaan tämä ohjelmisto voi kerätä jopa yli miljoona katsojaa samaan aikaan ruudun ääreen. Ulkomainen ohjelmisto on poikkeuksetta löydettävissä internetistä etukäteen. Tähän faktaan perustuu usko kotimaisen televisiotuotantoalan säilymisestä. Alalla on kuitenkin potentiaalia paljon enempiä kuin vain säilymiseen. Televisiotuotantoala voi – niin haluttaessa – olla yksi kansantalouden kipeästi kaipaamista kasvualoista

Televisio-ohjelmaformaateista tuotantoyhtiöille pitkäaikainen tulonlähde

Televisio-ohjelmien formaattikaupassa ei siirry valmiin ohjelman esitysoikeus, vaan ohjelman valmistamisoikeus, ohjelman myyjän valmistamiseen liittyvä asiantuntijuus, tieto katsojaluvusta ja -profiilista sekä ohjelman muoto ja rakenne [toisinaan myös grafiikka ja musiikki]. Tästä oikeudesta maksetaan 4-7% ostajamaan formaatin mukaisesti valmistetun ohjelman kokonaisbudjetista. Jotta ohjelma myisi formaattina, on se ensin esitettävä televisiossa, jolloin edellä mainittu kokemus ja luvut saadaan. Paperilla tai pilotteina kaupiteltavien ohjelmien, eli ”paperi-formaattien” myynti on vaikeaa. Onnistuneella televisio-ohjelmaformaattilla voi generoida tuotantoyhtiölle tuottoja vuosikautia ja eksponentiaalisesti kasvavina määrinä. Formaattikaupasta syntyy tuotantoyhtiölle puhdasta voittoa, jolla voi kehittää uusia menestysohjelmia maailmalle.

28 46 Alanen Aku [2012] Laskelmat elokuva- ja jälkituotannon pikkuyrityksistä 2010.

47 Favex. Kansainväliset rahavirrat Suomen audiovisuaaliselle alalle vuonna 2012.

Tällä hetkellä Suomen formaattitase on negatiivinen. Suomeen tuodaan enemmän kansainvälisiä formaatteja, kuin Suomesta viedään ulos. Suuri osa Suomessa toimivista isoista tuotantoyhtiöistä on kansainvälisten toimijoiden perustamia. Osa on alun perin suomalaisia, mutta myyty ulkomaiseen omistukseen. Niillä kaikilla on mahdollisuus lokalisoida primetime-menestysformaatteja, joita on helppo myydä etenkin kaupallisille kanaville.

Yksinomaan kotimaisessa omistuksessa olevien yhtiöiden on hankittava tuotettavia formaatteja ulkomailta tai luotava ne itse. Kun luodaan suomalaista sisältöä varmistetaan myös, että siitä syntyvät formaattituotot kotiutuvat Suomeen ja suomalaisen sisältöteollisuuden hyväksi. Yleisradion ostojen painopiste tulisi siksi olla suomalaista kehittelyä olevat ohjelmat.

Miten kotimaisesta televisio-ohjelmatuotannosta tehdään kasvava teollisuuden ala?

- kasvattamalla vientiä
- kasvattamalla tuotantobudjetteja
- kehittämällä kotimaista TV-formaattikauppaa

Kotimaisen televisio-ohjelmatuotannon määrää ei voi kasvattaa pienentämällä ulkomaisen osto-ohjelmiston määrää. Kasvuun tarvitaan vientiä. Toistaiseksi suomalaisten televisio-ohjelmien merkittävä vienti on ollut muutamien ohjelmien varassa. Muutama myyty ohjelma tai sarja ei vielä riitä kasvattamaan toimialaa eikä työllisyyttä.

Televisio-ohjelmatuotannon volyyymi ja tuotantobudjetit ovat kansainvälisesti ottaen alhaiset. Budjettien kasvattamiseen tarvitaan lisää rahaa ennakkoon myytyinä oikeuksina, julkisina tukina tai pääomasijoituksina. Kotimaisten televisiokanavien rahat eivät yksin riitä. Vaatimattomilla budjeteilla toteutetut ohjelmat myös helposti näyttävät vaatimattomilta, eivätkä sellaisina riitä näytöksi kansainvälisiin ennakkomyynteihin. Kansallisia tv-toimialalle kohdennettuja tukimuotoja ei juuri ole. Eikä näyttöä menestyksestä pääomasijoittajien sijoituspäätöksen perustaksi.

Televisio-ohjelmatuotanto on työvoimavaltainen ala, jonka kasvattaminen luo uusia työpaikkoja. Tuotantojen määrää voidaan kasvattaa sijoittamalla kehittelyyn ja tuotantoon enemmän rahaa, jolloin saadaan kansainvälistä tasoa olevia tuotteita. Määrä tuo laatua ja laatu lisää kv-kauppaa. Niukat resurssit ovat opettaneet luovuuteen ja tehokkuuteen. Se on etu, mutta ei yksin riitä merkittävään kasvuun.

Monissa ruotsalaisarjoissa (esim. Beck, Wallander ja Millennium) on jo tuotantovaiheessa mukana rahoittamassa televisiokanavat kustakin Pohjoismaasta ja muualta Euroopasta. Tuotantobudjetit ovat myös sen mukaiset. Norjasta on esimerkit Halvbroren ja Lilyhammer. Tanskasta esimerkit ovat Silta ja Vallanlinnake. Suomalaiset tuottajat osaavat hyvin myyntityön ja ovat näkyvästi esillä ammattilaisten myyntitapahtumissa. Ulkomaisen rahan saaminen tuotanto-

vaiheessa saattaa myös laskea suomalaiselle kanavan maksamaa ensilähetys-oikeuden hintaa. Tämä mahdollistaa kotimaisten ohjelmien ostojen lukumäärän kasvattamisen koska kotimaisen ohjelman hinta lähestyy ainakin jonkun verran ulkomaisen osto-ohjelman hintaa.

Televisiotuotantoyhtiöiden liikevaihto vuonna 2010 on noin 100 milj. € ja se työllistää arviolta 1600 henkilöä. Ala on työvoimaintensiivistä. Tuotantobudjetteista käytetään keskimäärin 65% työvoimakustannuksiin. Eksaktia tilastointia ei ole olemassa, koska alalla käytetään paljon projektikohtaista henkilökuntaa sekä ostetaan työvoimaa alihankintayhtiöltä. Tilastokeskus ei tilastoi televisiotuotantoa erillisenä alana.

TV-tuotannon alalla kotimarkkinat luovat kasvualustan, mutta varsinainen kasvu tulee ulkomailta. Televisio-ohjelmien kehittelyyn tulee saada julkista rahoitusta huomattavasti nykyistä enemmän rahaa. Budjetteja tulee kasvattaa

- jotta voidaan tuottaa laadukkaita ohjelmia
- jotta saadaan lisää katsojia ja kansainvälistä menestystä
- jotta saadaan kansainvälistä rahaa jo seuraavan tuotannon kehittely- ja tuotantovaiheeseen

Ainoastaan julkisella investoinnilla voidaan kasvu käynnistää nopeasti. Julkisilla investoinnilla on suuret kerrannaisvaikutukset.

Kotimaisen elokuvatuotannon rahoitus

Elokuvan rahoituksen kokoon saaminen ei onnistu Suomessa ilman julkista tukea. Sama tilanne on useimmissa Euroopan maissa. Rahoituskokonaisuutta tarkasteltaessa valtio on lisännyt veikkausvaroista julkisen tuen määrää ja vastaavasti kotimaiset TV-yhtiöt ja levittäjät ovat vähentäneet ennakkorahoitus-osuuksiaan. Kansainvälisen rahoituksen osuuksilla ja yhteistyökuvioilla yritysmaailman kanssa ei pystytä täysin paikkaamaan rahoitusvajeita ja siten elokuvien rahoituksen saaminen kasaan on haastavaa.

Pitkä fiktioelokuva on elokuvan merkittävin ja myös audiovisuaalisten tuotantojen kallein ja riskialttein laji. Koko klusteria ajatellen pitkien elokuvien tuottaminen on pieni ala. Elokuvien tuottoja on hankala ennustaa etukäteen. Tuotantojen kehittäminen ja rahoituksen saaminen saattaa kestää monta vuotta ja elokuvan markkinoille tulon ajoitusta on vaikea arvioida etukäteen. Elokuvan menestymistä markkinoilla suhteessa muihin kilpaileviin tuotteisiin sekä kuluttajien käyttäytymisen ennakoiminen voi olla vaikeaa.⁴⁸

Levittäjille ja elokuvateattereille yksi elokuva ei ole yhtä suuri riski kuin tuotantoyhtiöille. Erityisesti tuotantoyhtiöille riskibisnes ilmenee liikevaihdon ja liike-tuloksen suurina vaihteluina.⁴⁹ Yksittäisen pitkän elokuvan budjetissa kotimai-

⁴⁸ Laurio Nina. Kotimaisen elokuvan rahoitus. Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. *Hermia* 4/2011.

⁴⁹ Suomen elokuväsäätiö. Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatterijakelussa Suomessa.

sen julkisen tuen osuus oli vuonna 2012 keskimäärin 38 prosenttia ja ulkomaisen julkisen tuen 7 prosenttia. Tuotannosta jää kerättäväksi yksityisiltä markkinoilta oikeuksien ennakkomyynnillä, sponsori- ja yritysysteistyöllä sekä riskisijoituksilla noin 55 prosenttia. Riskisijoitus tarkoittaa monesti tuotantoyhtiön omaa rahoitusosuutta, joka vuonna 2012 oli noin 13 prosenttia ja 1,5 miljoonan keski-budjetista se on noin 200 000 euroa. Summa on iso elokuvatuotantoyhtiöille, jotka Suomessa ovat pk- tai mikroyrityksiä.

Tuotantoyhtiö luovuttaa suuren osan elokuvan oikeuksien arvosta myymällä ne ennakkoon levitysyhtiölle ja televisiokanavalle, jotta se saa elokuvan tuotannon rahoitettua. TV-oikeuksien osuus tuotantobudjeteista oli vuonna 2012 keskimäärin 11 prosenttia. Levitysyhtiöltä tuotantoyhtiö saa useimmiten levitysennakkoa tuottoja vastaan [osuus budjetissa 2012 keskimäärin 13 prosenttia]. Levittäjä vähentää teatterilipputuotoista, DVD-, VOD- ynnä muusta sovitusta levityksestä ensin oman palkkionsa ja sen jälkeen levitysennakot sekä markkinoinnista että levityksestä syntyneet kulut. Tuotantoyhtiö saa viimeisenä jotakin, jos jäljelle jää jotain. Toisaalta kun elokuva menestyy, se saattaa tuottaa investoinnit moninkertaisina takaisin. Siksi elokuvia tuotetaan riskeistä huolimatta.⁵⁰

Elokuvien tuotantoketju muodostuu elokuvien tuottajista, myyntiyhtiöistä, levittäjistä ja elokuvateattereista. Tuotantoyhtiöt vastaavat käsikirjoituksen kehittelystä ja elokuvan tekemisestä sekä valmiin elokuvan saattamiseen levitettävään muotoon. Levitysyhtiöt osallistuvat rahoitukseen ja vastaavat valmiin elokuvan markkinoinnista sekä levittämistä teattereihin että tallennemyyntiin. Elokuvateattereiden tehtävänä on saattaa elokuva yleisön katsottavaksi valkokankaalle.⁵¹ Elokuvien teatterijakelua täydentävät lukuisat festivaalit ympäri maailmaa sekä kotiympäristössä televisioesitykset [ml. maksutelevisio ja kaapeliverkon puhtaasti elokuvalla omistetut kanavat], DVD sekä VOD-lataukset, eli erilaiset internetin kautta toimivat latauspalvelut.

Suomessa on 162 elokuvateatteria 117 paikkakunnalla ja niissä on yhteensä noin 49 000 asiakaspaikkaa.⁵² Elokuvissa käyminen on keskittynyt suuriin keskuksiin, mutta kotimainen elokuva houkuttelee katsojia syrjäseutujenkin teattereihin.⁵³

Dokumenttien pääasiallinen esityskanava on televisio ja monet muutamat dokumenttielokuvat ovat päässeet teatterilevitykseen. Laajentunut elokuvateatterijakelu on mahdollistanut dokumenttielokuvien asemaa osana elokuvataidetta. Huippulaatuinen kuva ja ääni vetävät katsojia maailmoin jonne ei muuten pystyisi matkamaan. Yrityksinä dokumenttien tekijät ovat pieniä ja niiden lukumäärä on joitakin kymmeniä riippuen kriteereistä. Elokuvasäätiö on pitkien dokumenttien merkittävin rahoittaja ja televisio on toinen tärkeä rahoittaja. Kolmas rahoittaja, AVEK rahoitti vuonna 2012 keskimäärin 8 prosenttia dokumentti- ja lyhytelokuvien budjetista. Dokumenttien ulkomainen rahoitus on fiktielokuvia pienempää.⁵⁴

50 Laurio Nina. Kotimaisen elokuvan rahoitus. Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. *Hermia* 4/2011.

51 Suomen elokuvasäätiö. 2013. Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatterijakelussa Suomessa.

52 Suomen elokuvasäätiö. *Elokuvavuosi 2012. Facts & Figures.*

32 53 Alanen Aku. *Leffateatteri ei vedä suomalaista. Tieto&Trendit* 6/2012.

54 Suomen elokuvasäätiö.

Digitalisoimisen myötä elokuvien ansaintaketjut ovat muuttumassa koko arvoketjun osalta, tuotanto- ja jakeluvaiheessa sekä esitys- että välitysvaiheessa. Liiketoiminnan perusta eli teosten oikeuksien myynti ja hallinnointi pysyy samana.⁵⁵ Alalle syntyy uusia liiketoimintamalleja kuten crowd-sourcing ja -funding.

Elokuvien yhteistuotannot eri maiden kesken ovat kasvaneet ja yhteistuotannon vuoksi rahoitukseen voivat osallistua ulkomaiset levitys- ja myyntiyhtiöt, tuotantoyhtiöt, eri alueiden filmikomissiot ja esimerkiksi Euroopan Neuvoston alainen Eurimages rahasto ja NFTF sekä Media ohjelma.⁵⁶

Elokuvasäätiön tuki on harkinnanvaraista ja hankekohtaista ja tukipäätöksissä painavat sisällölliset ja kulttuuriset kriteerit. Vuonna 2012 elokuvasäätiö jakoi yhteensä 26,7 miljoonaa euroa erilaisina elokuva-alan tukina. Tukea jaettiin noin 0,5 prosenttia enemmän kuin vuonna 2011. Tuotantotukea myönnettiin 86 elokuvaprojektille. Kaikkiaan tuettiin 25 pitkän näytelmäelokuvan, 30 dokumenttielokuvan, 22 lyhytelokuvan ja 7 animaatioelokuvan ja sarjan tuotantoa.⁵⁷ Tavoitteena oli määrän ja monipuolisuuden kautta vastata erilaisten yleisöjen tarpeisiin.

Kotimaisen elokuvan tavoitettavuus

Vuosi 2012 oli kotimaisen elokuvakäyntien menestysvuosi. Elokuvateattereissa kävijöitä oli kaiken kaikkiaan noin 2,4 miljoonaa, 28 prosenttia kaikista elokuvakäynneistä. Luku on korkea myös eurooppalaisittain. Suomi oli EU-maiden kovin kasvava katsojaluvuissa 19 prosentilla vuodesta 2011.⁵⁸

Kotimaisten elokuvien ensi-iltojen määrä on kasvanut, esimerkiksi ensi-iltansa sai yhteensä 26 kotimaista näytelmäelokuvaa ja 10 kotimaista dokumenttielokuvaa. Lisääntynyt elokuvien määrä on mahdollistanut eri yleisöjä palvelevan laajemman lajikirjon lastenelokuvista science fictioniin ja taide-elokuvasta kansainvälisen tason draamaan sekä dokumenttielokuvaan.⁵⁹ Kotimaisen elokuvan yleisöt tutkimuksen mukaan pitkän elokuvan elokuvateattereissa käy katso-massa vähintään kerran kuukaudessa 11 prosenttia 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista.⁶⁰

Muista pitkien elokuvien jakelukanavista television maksulliset kanavat ja erityisesti internet ovat lisänneet merkitystään viimeisten kolmen vuoden aikana. Television maksuttomilta kanavilta ja dvd:ltä katsotaan vähemmän elo-

55 Laurio Nina. Kotimaisen elokuvan rahoitus. Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. *Hermia* 4/2011.

56 Elokuvasäätiön tukivarat tulevat kaikkineen valtion talousarviossa Veikkauksen ja raha-ar-pajaisten voittovaroista elokuvataiteen edistämiseen osoitetusta määrärahasta. Elokuvasäätiö myöntää tukea elokuvien ammattimaiseen, korkeatasoiseen ja monipuoliseen tuotantoon ja jakeluun sekä vastaa suomalaisen elokuvan kulttuuriviennistä. Suomen elokuvasäätiö. *Elokuvavuosi 2012. Facts & Figures.*

57 Suomen elokuvasäätiö. *Elokuvavuosi 2012. Facts & Figures.*

58 Suomen elokuvasäätiö. *Elokuvavuosi 2012. Facts & Figures.*

59 Suomen elokuvasäätiö. *Elokuvavuosi 2012. Facts & Figures.*

60 Parametra. Kotimaisen elokuvan yleisöt -tutkimus 2013.

kuvia kuin kolme vuotta sitten⁶¹ kun taas dokumenttielokuvien katsojamäärät televisiossa ovat olleet hieman nousussa vuonna 2012. Esimerkiksi Yleisradion Dokumenttiprojektissa esitetyt dokumenttielokuvat saivat ensiesityksissään keskimäärin 230 000 katsojaa ja saman viikon pikauusinta on tavoittanut noin 70 000 katsojaa lisää.⁶²

Elokuvatuotantoyhtiöiden suhteellisen pienen määrän sekä elokuvatuotantojen rajallisen määrän huomioiden yllä mainitut saavutukset ovat huikeita. Elokuvien julkista tukea on lisätty viimeisten 4-5 vuoden aikana Suomen aiempaan tasoon verrattuna ja teattereiden digitalisoiminen on alentanut levityksen kustannuksia. Teatterilevitys ja elokuvien markkinointi nostavat elokuvat yleisön tietoisuuteen ja tukevat myös muuta levitystä. Vahvat kansalliset elokuvat ovat saaneet näkyvyyttä ja julkisuutta. Nämä tekijät ovat mm. olleet mahdollistamassa monipuolisen elokuvatuotannon ja elokuvissa kävijöiden kokonaismäärän nousuun aiemmista vuosista.

Tukimäärän kasvusta huolimatta elokuvatuotannon vuosittainen tukimäärä on edelleen pieni verrattuna muihin pohjoismaihin. Ruotsiin ja Tanskaan verrattuna Suomessa jaetaan yli miljoonaa vähemmän tukea ja Norjaan verrattuna lähemmäs 30 miljoonaa euroa vähemmän.

Resurssit ja volyymi ratkaisevat

Elokuvatuotannot ovat liikkuvia ja monia työllistäviä hankkeita. Elokuvia voidaan kuvata missä päin Suomea tahansa ja ne työllistävät useista kymmenistä jopa satoihin henkilöihin kerrallaan. Elokuvien tekemisessä tarvitaan monia palveluja ja alihankintaa ja siten tuotantojen taloudelliset kerrannaisvaikutukset ovat suuret.⁶³

Elokuvien kehittelytyön resurssit ja volyymi ratkaisevat loppupeleissä. Kun saadaan mahdollisimman monta elokuvahanketta tuotantoon, saadaan enemmän kerrytettyä taloudellista hyötyä valtakunnallisesti. Myös elokuvien esittäminen on valtakunnallista ja lipputuloja saadaan kerättyä elokuvateattereista ympäri maata. Elokuvia on oltava kehittelyssä runsaasti, sillä karkean arvion mukaan yksi kymmenestä hankkeesta pääsee markkinoille asti valmiina elokuvana. On selvää, että yrityksen resursseja on käytetty myös niihin, jotka ovat jääneet toteuttamatta. Kuitenkin yrityksen potentiaali on tässä volyymissä. Kun on varaa kehittää hankkeita, useammastakin voi tulla menestynyt tuote. Ajalla on myös merkitystä, kuinka pitkään on mahdollista kehittää hankkeita. Yrityksen likviditeettivaikkeuksien vuoksi moni hanke päättyy tuotantoon liian aikaisin. Kuitenkin kehittelystä on koitunut uutta kokemusta ja oppimista, koti- ja ulkomaisia kontakteja ja verkostoja sekä mahdollisesti uusia hankkeita, vaikka tuotekehittelyn tuloksena ei olisi syntynyt toteuttamiskelpoista tuotetta. Tuotantoyhtiöiden yleisen kehittämistyön suunnitelmallinen ja tukeminen julkisin varoin on tärkeää.⁶⁴

⁶¹ Parametra. Kotimaisen elokuvan yleisöt –tutkimus 2013.

⁶² Suomen elokuväsäätiö. Elokuvuvuosi 2012. Facts & Figures.

⁶³ Laurio Nina. Kotimaisen elokuvan rahoitus. Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. *Hermia* 4/2011.

⁶⁴ Laurio Nina. Kotimaisen elokuvan rahoitus. Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. *Hermia* 4/2011.

Kotimaisen elokuvan laaja levittäminen ja yleisön saavuttaminen nykyisissä ja tulevaisuuden jakeluteissa ovat merkittäviä tuotantoyhtiöiden tavoitteita. Elokuva-yleisön saavutettavuudelle televisio on tärkein levityskanava. Elokuvatteatterit ovat osa kulttuuripalvelujen verkostoa, jonka mahdollisimman laaja kattavuus on kulttuuri- ja aluepoliittisten linjausten mukainen tärkeä tavoite. Julkisella rahoituksella on strateginen merkitys, jotta laadukas, monipuolinen ja elokuvan eri lajityypit kattava ala elää ja kehittyy. Toimialan elinvoimaisuus ja kehityspotentiaalin hyödyntäminen on tärkeää niin koti- kuin ulkomaanmarkkinoilla.

Audiovisuaaliset sisällöt

Suomalaisia TV-katsojia kiinnostaa kotimainen sisältö. Suuri osa television suosikkiohjelmista vuonna 2011 ja 2012 oli kotimaisten riippumattomien yksityisten tuotantoyritysten tuottamia viihdeohjelmia, draamasarjoja ja elokuvia ja ne olivat useimmiten kanavien prime time -ohjelmistossa. Vuonna 2010 kahdentoista televisiokanavan yhteenlasketusta ohjelmistosta 39 prosenttia oli kotimaista tuotantoa.

Finnpanelin TV-mittaritutkimuksen mukaan television asema suomalaisten median kulutuksessa on vahva. TV:tä katsottiin vuonna 2011 yli kolme tuntia (3 h 3 min) vuorokaudessa. Suurten kotimaisten tv-yhtiöiden katseluosuuksissa ei ole tapahtunut merkittävää muutosta. Ylen kanavat keräsivät yhteensä 42,2 prosenttia, MTV Oy:n kanavat 30,7 prosenttia ja Nelonen Median kanavat 15,1 prosenttia katseluajasta. Kaupallisten tv-kanavien katselu on päinvastoin kasvanut viime vuosina. Vuodesta 2008 vuoteen 2012 kaupallisten kanavien katselu on kasvanut jopa 13 prosenttia ollen nyt keskimäärin puolitoista tuntia päivässä. Myös netti-tv:n katseleminen on kasvanut. Areenan, Katsomon ja Ruutu.fi:n verkossa jaettavia sisältöjä käynnistettiin keskimäärin 24 miljoonaa kertaa kuukaudessa vuonna 2012, kun vuonna 2010 käynnistyskertoja oli vain 15 miljoonaa. Maksu-tv:n suosio on ollut Suomessa vakaa, noin 30 prosenttia tv-talouksista tilasi maksu-tv-kanavia vuonna 2012.⁶⁵

Enemmistö audiovisuaalisia sisältöjä internetin kautta katsovista ei olisi valmis maksamaan internetin audiovisuaalisista sisältöpalveluista enemmän silloin, kun saisi ilmaissisältöjä laajempaa tarjontaa tai parempaa kuvanlaatua. Käytännössä joka neljäs (24 %) audiovisuaalisia sisältöjä televisiosta katsova voi maksaa uusista televisiokanavista ja melkein joka viides niitä internetistä katsova voisi maksaa sisällöistä saadakseen ulottuvilleen ilmaissisältöjä laajemman tarjonnan. Nuoret ja nuoret aikuiset sekä erityisesti nuoret miehet ovat halukkaita ostamaan sisältöjä.⁶⁶

⁶⁵ Finnpanel. Lehdistöiedote 6.2.2013.

⁶⁶ Viestintävirasto. AV-sisältöpalvelujen kuluttajatutkimus 2012.

Elokuissa käymisen tärkeimmät motiivit ovat elokuvan esittämisen näytävävyys eli iso valkokangas ja elokuvan äänimaailma. Yli 80 prosenttia 15 vuotta täyttäneistä ja elokuvissa käyvistä suomalaisista pitää edellä mainittuja asioita tärkeinä syinä elokuvan katsomiselle elokuvateattereissa. Myös muut katsomismukavuuteen liittyvät tekijät, kuten salin koko ja istuimet ovat tärkeitä motiiveja elokuvissa käymiselle. Elokuissa käyminen on myös mahdollisuus irtautua arjesta tai viettää aikaa läheisten ja ystävien kanssa.⁶⁷ Tärkein elokuvan valintaan vaikuttava tekijä on elokuvan aihe ja seuraavaksi tärkeimmät tekijät ovat ystävien suositukset ja näyttelijät.⁶⁸

Parametran tekemän kotimaisen elokuvan yleisöt -tutkimuksen⁶⁹ 2013 (N=502) mukaan uutta kotimaista elokuvaa pidetään hauskempana ja yllättävämpänä kuin ulkomaista. Suomalaisista 15 vuotta täyttäneistä 61 prosenttia pitää uutta kotimaista elokuvaa kiinnostavana. Sanat mielenkiintoinen, laadukas ja liikuttava kuvaavat kotimaista elokuvaa. Mielikuva kotimaisesta elokuvasta on muuttunut viihteellisempään suuntaan.

⁶⁷ Parametra. Kotimaisen elokuvan yleisöt -tutkimus 2013.

⁶⁸ Parametra. Kotimaisen elokuvan yleisöt -tutkimus 2013.

⁶⁹ Suomen elokuvasäätiön toimeksiannosta Parametra toteutti tammi-helmikuussa 2013 tutkimukset 15-79-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa elokuvien katselusta eri jakelukanavissa ja katselutottumuksista. Tutkimus tehtiin puhelinhaastatteluina 12.1.-12.2.2013 ja vastaajia oli yhteensä 502 henkilöä. Aikaisemmat vastaavanlaiset tutkimukset on tehty tammikuussa 2008 ja tammi-helmikuussa 2010.

Audiovisuaalista alaa koskeva sääntely

Audiovisuaalisen alan sääntely lähtee Euroopan unionin suurten lainsäädännöllisten linjojen pohjalta ja päättyy jäsenvaltioiden linjauksiin ja strategiaan toimenpiteisiin. Audiovisuaalisella alalla on kulttuurista painoarvoa. Euroopan parlamentti on linjannut audiovisuaalisen alan tavoitteiksi kilpailukykyiset ja kansainväliset sisämarkkinat Euroopassa. Euroopan digitaalistrategiassa⁷⁰ vahvistetaan Euroopan unionin kasvutavoitteet vuotta 2020 varten. Digitaalistrategian tavoitteena on parantaa tieto- ja viestintätekniikan tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämistä innovoinnin, talouskasvun ja kehityksen edistämiseksi.⁷¹ Suomessa audiovisuaalisen alaan liittyvästä sääntelystä ja hallinnosta vastaavat eri ministeriöt. Liikenne- ja viestintäministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö vastaavat omilta osiltaan alasta. Toimialakartoituksessa esitellään eri ministeriöiden hallinnoimia audiovisuaalisen tuotannon kannalta tärkeimpiä lakeja ja sääntelyä.

EU:n direktiivi audiovisuaalisista mediapalveluista

Televiotoiminnan sääntely EU:ssa on harmonisoitu audiovisuaalisia mediapalveluita koskevalla direktiivillä [2010/13/EU, AV-direktiivi]. Tällä AV-direktiivillä tarkistettiin vuonna 1989 annettua Televisio ilman rajoja-direktiiviä. Tavoitteena on luoda audiovisuaalisista sisällöistä joustava, nykyaikainen ja yksinkertaistettu sääntelyjärjestelmä.⁷² Audiovisuaalisilla mediapalveluilla tarkoitetaan mediapalveluja, jotka ovat joukkoviestintäpalveluja eli palveluja, joiden vastaanottajana on merkittävä osa suuresta yleisöstä ja joilla on ollut selkeä vaikutus merkittävään osaan suuresta yleisöstä.⁷³

70 http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_fi.htm Luettu 15.9.2013.

71 http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_fi.htm Luettu 27.10.2013.

72 http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101a_fi.htm Luettu 30.8.2013.

73 https://www.viestintavirasto.fi/attachments/Markkinakatsaus_4b_2010.pdf Luettu 27.9.2013.

Direktiivin soveltamisessa nojaututaan niin sanottuun alkuperämaan periaatteeseen, jonka mukaan audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoajiin sovelletaan pelkästään alkuperämaan lainsäädäntöä.⁷⁴ Televisiolähetyskiin sovelletaan lähtökohtaisesti televisiotoiminnan harjoittajan sijoittautumisvaltion sääntelyä. Televisiolähetysten vastaanottamiselle ei saa eräitä poikkeuksia lukuun ottamatta asettaa rajoituksia muissa jäsenvaltioissa.⁷⁵

Direktiivissä on harmonisoitu audiovisuaalisten sisältöpalvelujen sijoittautumisvaltion määrittelyyn, mainonnan määrään ja alaikäisten suojeluun sekä tuotesijoitteluun ja sponsorointiin sovellettava sääntely. Direktiivissä jaetaan audiovisuaaliset sisältöpalvelut perinteiseen lineaariseen ja aikataulutettuun televisiotoimintaan sekä tilausohjelmalveluihin. Tilausohjelmalveluihin sovelletaan säännöksiä eurooppalaisten teosten edistämiseksi, alaikäisten suojelusta ja kaupallisen viestinnän yleisistä periaatteista sekä tuotesijoittelusta että tuotesijoittelusta.⁷⁶

Direktiiviin on kirjattu eurooppalaisten teosten ja riippumattomien tuotantojen tukeminen. Lähetystoiminnan harjoittajien on varattava vähintään 10 prosenttia lähetyksistään tai 10 prosenttia ohjelmistobudjetistaan lähetystoiminnan harjoittajien riippumattomien tuottajien valmistamille teoksille. Tähän ei kuulu aika, joka on varattu uutisille, urheilutapahtumille, mainoksille, kilpailunomaiselle viihdeohjelmille sekä tekstiteleviopalveluille ja teleostolähetyskille. Jäsenvaltioiden on varmistettava, että tilattavien audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoajat edistävät eurooppalaisten teosten tuotantoa ja saatavuutta. Ne voivat esimerkiksi rahoittaa eurooppalaista teosten tuotantoa tai antaa ohjelmaluetteloissaan runsaasti tilaa tai näkyvyyttä eurooppalaisille teoksille.⁷⁷

AV-direktiivi on ns. minimidirektiivi, jolloin jäsenvaltiot voivat soveltaa direktiiviä yksityiskohtaisempaa, yhteisöoikeuden kanssa yhteensopivaa sääntelyä. Sääntely on ollut Suomessa lähtökohtaisesti direktiivin minimitason mukaista. Yksityiskohtaisemmalle sääntelylle ei ole nähty tarvetta eräitä poikkeuksia lukuun ottamatta.

74 http://ec.europa.eu/finland/news/press/110329_fi.htm Luettu 2.9.2013.

75 Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

76 Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

77 http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0005_fi.htm Luettu 19.9.2013.

Televisio- ja elokuvatoiminnan voimassa oleva sääntely Suomessa

Liikenne- ja viestintäministeriössä on aloitettu hallitusohjelman mukaisesti tietoyhteiskuntakaaren valmistelu. Uuteen lakiin kootaan keskeiset sähköistä viestintää sekä tietoyhteiskunnan palvelujen tarjontaa koskevat säännökset. Tietoyhteiskuntakaareen sisältyviä säädöksiä ovat mm. viestintämarkkinalaki, sähköisen viestinnän tietosuojalaki, verkkotunnuslaki, laki radiolaitteista sekä telelaitteista ja laki televisio- ja radiotoiminnasta.⁷⁸

Merkittävimmät liikenne- ja viestintäministeriön hallinnonalaan kuuluvat televisio- ja radiotoimintaa koskevat säännökset ovat laissa televisio- ja radiotoiminnasta [744/1998], viestintämarkkinalaissa [393/2003], sekä laissa radiotaajuuksista ja telelaitteista [1015/2001].⁷⁹

Televisio- ja radiolaki

Televisio- tai radiotoiminnan harjoittaminen maanpäällisessä televisio- ja radioverkossa edellyttää televisio- ja radiolain mukaisen toimiluvan ja ohjelmistoluvan, joka antaa oikeuden lähettää tai pitää tarjolla ohjelmistoja. Valtioneuvosto julistaa toimiluvan haettavaksi ja myöntää niitä. Televisio- ja radiolakia sovelletaan Suomessa toimivien televisiotoiminnan harjoittajien toimintaan. Televisio- ja radiolaki sisältää toimiluvan myöntämistä, peruuttamista, ohjelmiston sisältöä, mainontaa, teleostoslähetyksiä sekä sponsorointia koskevat säännökset.⁸⁰

Toimiluvan julistamista haettavaksi sekä toimiluvan myöntämistä ohjaa televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 10 §. Lain mukaan julistaessaan haettavaksi ja myöntäessään toimilupia toimilupaviranomaisen tulee ottaa huomioon asianomaisella alueella harjoitettava televisio- ja radiotoiminta kokonaisuudessaan ja pyrkiä turvaamaan ohjelmistotarjonnan monipuolisuus sekä yleisön erityisryhmien tarpeet ja edistämään sanavapautta. Lakia koskevan hallituksen esityksen (HE 34/1998 vp) yksityiskohtaisten perustelujen ja perustuslakivaliokunnan antaman lausunnon mukaisesti huomiota on kiinnitettävä siihen, ettei viestintä keskity tavalla, joka on omiaan vaarantamaan sanavapautta. Toimilupa voidaan myöntää luonnolliselle henkilölle, vakavaraiselle yhteisölle tai säätiölle ja jolla on ilmeinen kyky säännölliseen toimiluvan mukaiseen toimintaan. Käytännössä toimilupamenettely on ns. kauneuskilpailu, jossa hakemuksia arvioidaan edellä mainittujen näkökohtien perusteella. Lähes kaikkien televisiotoimintaan myönnettyjen toimilupien voimassaoloaika päättyy vuonna 2016.⁸¹

⁷⁸ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

⁷⁹ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

⁸⁰ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

⁸¹ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

Kaapelitelevisiotoimintaan sovelletaan televisio- ja radiolain säännöksiä, paitsi toimilupasääntelyä sekä säännöksiä eurooppalaisten teosten ja riippumattomien ohjelmatuottajien ohjelmien kiintiöistä mikäli toiminta on paikallista.⁸²

Televisio- ja radiolain 16 § sisältää säännökset televisio-ohjelmistojen eurooppalaisuusasteesta, jolla **tuetaan eurooppalaisia teoksia ja riippumattomia tuotantoja**. Televisiotoiminnan harjoittajan on varattava pykälän 1 momentin mukaan eurooppalaisille ohjelmille suurin osa vuosittaisesta lähetysajastaan, johon ei lueta seuraaville ohjelmille kuten uutisille, urheilutapahtumille, kilpailunomaisille viihdeohjelmille, mainoksille, tekstitelevisiolähetyksille tai teleostoslähetyksille varattua aikaa. Televisio- ja radiolain 17 § mukaan televisiotoiminnan harjoittajien tulee varata itsenäisten riippumattomien tuottajien tuottamille ohjelmille 15 prosenttia lähetysajastaan. Tähän ei lueta uutisia, mainoksia, kilpailunomaisia viihdeohjelmia, urheilutapahtumia, teleostoslähetyksiä ja tekstitelevisiolähetyksille varattua aikaa tai vaihtoehtoisesti 15 prosenttia ohjelmistobudjetistaan. Vuonna 2002 prosenttiosuutta korotettiin aiemmasta 10 prosentista digitaalisen sisältötuotannon edistämiseksi. Säännökset perustuvat AV-direktiiviin ja koskevat siten kaikkia televisiotoimijoita.⁸³

Liikenne- ja viestintäministeriön Sähköisen median viestintäpoliittisessa ohjelmassa 2012 on esitetty, että riippumattomien tuotantoyhtiöiden kiintiötä ohjelmistosta nostetaan nykyisestä 15 prosentista 19 prosenttiin lähetysajasta tai ohjelmistobudjetista. Muutoksella pyritään varmistamaan riippumattomien tuotantojen määrän säilyminen vähintään vuoden 2012 tasolla. Kaupallisilta yleisen edun kanavilta edellytetään suomen- tai ruotsinkielistä ohjelmaa, uutisia, ajan-kohtaisohjelmia, kotimaista draamaa sekä dokumentteja.⁸⁴

Yleisradiolaki

Yleisradio Oy:n tehtävät ja julkisen palvelut sisältö on määritelty laissa Yleisradio Oy:stä [1380/1993].

Vuonna 2013 Yleisradiolaki uudistettiin osana tietoyhteiskuntakaarta. Yleisradion rahoitusuudistusta koskeva valtion televisio- ja radorahastolaki astui voimaan vuoden 2013 alusta ja Yleisradion rahoitukseksi sovittiin 500 miljoonaa euroa. Vuodesta 2013 lähtien jokainen täysikäinen kansalainen maksaa Yle-veroa progressiivisesti tulojensa perusteella ja yritykset liikevaihtonsa mukaan. Uudessa lakiehdotuksessa pyritään turvaamaan ostot ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä ja lakiehdotukseen on kirjattu tavoite tukea kotimaista elokuvaa ja elokuvakult-

voston selonteko eduskunnalle 2012.

⁸² Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

⁸³ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

⁸⁴ Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

tuuria. Lakiin toivottiin kirjausta myös kotimaisen draama- ja elokuvatuotantoon käytettävälle osuudelle ohjelmistobudjetista. Ehdotetulla rahoituksen tasolla on tarkoitus turvata Yleisradion rooli kansallisena sisältöjen tarjoajana sekä suomalaisen sisältötuotannon edistäjänä. Yleisradion mahdollisuudet ohjelmaostojen lisäämiseen ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä paranevat lakiehdotuksen myötä.⁸⁵

Viestintämarkkinalaki

Viestintämarkkinalaki sisältää yleistä teletoimintaa harjoittavia teleyrityksiä koskevaa keskeistä sääntelyä. Teleyrityksiä ovat lain mukaan sekä verkko- että palveluyritykset. Viestintämarkkinalain 1 § mukaan lain tavoitteena on edistää palvelujen tarjontaa ja käyttöä viestintäverkoissa sekä varmistaa viestintäverkkojen ja viestintäpalvelujen saatavuus kaikille teleyrityksille ja käyttäjille koko maassa. Lisäksi lain tavoitteena on huolehtia siitä, että Suomessa saatavilla olevat mahdollisuudet televiestintään ovat kohtuullisten tarpeiden mukaisia, keskenään kilpailevia, teknisesti kehittyneitä, laadultaan hyviä, toimintavarmoja sekä turvallisia että hinnaltaan edullisia.⁸⁶

Viestintämarkkinalaki sisältää 134 §, jolla säädetään televisio-ohjelmistojen siirtovelvoitteesta kaapeliverkoissa. Säännös astui voimaan 1.7.2011, tällöin siirtovelvoitteen piirissä olevien ohjelmistojen määrää vähennettiin. Siirtovelvoitteen piirissä ovat Yleisradion televisio- ja radio-ohjelmistojen ohella valtakunnallisen toimiluvan nojalla lähetettävät yleisen edun mukaiset ohjelmistot. Yleisen edun mukaisiin ohjelmistoihin tulee televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 19 a § mukaan liittää ääni- ja tekstityspalvelu. Valtioneuvoston asetus on vahvistanut ohjelmistot. Vuonna 2012 siirtovelvoitteen piirissä ovat kaupallisia ohjelmistoista MTV3, Nelonen ja Fox.⁸⁷

Viestintävirasto

Viestintävirasto myöntää toimilupia, valvoo lakien ja toimilupaehtojen sekä vaatimusten toteutumista. Viestintäviraston tehtävänä on vastata mm. audiovisuaalisella toimialalla viestintämarkkinalaista, radiotaajuuksista ja telelaitteista annetussa laeista, televisio- ja radiotoiminnasta annetussa laista sekä valtion televisio- ja radorahastoa annetuista laeista. [Laki viestintähallinnosta 29.6.2001/625].⁸⁸ Lisäksi Viestintävirasto kerää suomalaisilta TV- yhtiöiltä vuosittain tiedot tuotantomääristä ja raportoi niistä Euroopan komissiolle. Viestintäviraston tavoitteena on, että sen toimivaltuudet saatetaan vastaamaan toimialan nopean kehityksen vaatimuksia. Viestintävirasto osallistuu tietoyhteiskuntalain valmisteluun sekä seuraa EU tason säädösvalmistelua ja vaikuttaa keskeisiin sääntelyhankkeisiin.⁸⁹

85 <http://yle.fi/yleisradio/faq/yle-vero/miten-ylen-toiminta-rahoitetaan> Luettu 19.9.2013.

86 Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

87 Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

88 <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20010625> Luettu 17.8.2013.

89 https://www.viestintavirasto.fi/attachments/Viestintaviraston_strategia_2020.pdf Luettu 42 25.9.2013.

IPR ja tekijänoikeus

Yritystoiminnassa aineettomien oikeuksien merkitys on suuri. Suomen hallitus teki periaatepäätöksen 26.3.2009 aineettomien oikeuksien strategiasta. Aineettomia oikeuksia koskevan IPR-strategian toteuttaminen kuuluu työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalaan.⁹⁰ Tekijänoikeusasiat sen sijaan kuuluvat Suomesa opetus- ja kulttuuriministeriön alaisuuteen. Opetus- ja kulttuuriministeriö on aloitettu tekijänoikeuslain seuraavan muutospaketin valmistelua koskeva selvitystyö. Hallituksen esitys esitetään eduskunnalle keuhattalvella 2014. Selvitykset koskevat televisio-ohjelmien verkkotallennuspalveluita, luvattoman verkkojakehun vastaisia toimia, hyvitysmaksujärjestelmän uudistamista sekä äänitallenteiden suojaan liittyviä kriteereitä ja sopimuslisenssisäädöksiä.⁹¹

Laki elokuvataiteen edistämisestä

Audiovisuaalisen kulttuurin poliittiset linjaukset kuuluvat opetus- ja kulttuuriministeriölle. Niistä tärkeimpiä ovat mm. kulttuurin tuen painottuminen taiteen ja kulttuurin sisällön luomiseen ja levittämiseen, kulttuuriyrittäjyyteen ja luovien alojen työpaikkojen syntymisen tukeminen, kulttuuriviennin edistäminen sekä lastenkulttuurin aseman ja toimintaedellytysten vahvistaminen.⁹²

Elokuvataiteen edistämisestä annetun lain [28/2000] mukaan opetus- ja kulttuuriministeriö voi osoittaa Suomen elokuvasaatiölle valtion varoja elokuvan ja muun kuvaohjelman valmistamisen ja jakelun tukemiseksi sekä elokuvakulttuurin edistämiseksi muulla tavoin. Elokuvan ja muun kuvaohjelman tuottajalle, tekijälle ja levittäjälle voidaan myöntää tuotantotukea. Lisäksi muuta tukea voidaan myöntää elokuvateatterin ylläpitäjälle, elokuvajuhlien järjestäjälle sekä tarvittaessa muille tahoille ja henkilöille.⁹³ Elokuvan valtionavustukset ovat valtiontukea, joiden käyttöön sovelletaan valtionavustuslakia. Valtionavustuksen myöntämisessä tulee noudattaa Euroopan komission 2008 antamaa päätöstä K [2008] 6350 Suomen elokuvatuotannon tukiohjelmasta.⁹⁴

90 http://www.tem.fi/innovaatiot/aineettomat_oikeudet_%28ipr%29 Luettu 30.10.2013.

91 <http://www.okm.fi/OPM/Tekijaenoikeus/?lang=fi> Luettu 4.11.2013.

92 Opetus- ja kulttuuriministeriö. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset 2012:31.

93 <http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/laki.pdf> Luettu 28.9.2013.

94 http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/taiteen_ ja_kulttuurin_alat/audiovisuaalinen_kulttuuri/ 16.10.2013.

Kyselyt 2010, 2011 ja 2012

Aineiston rajaaminen

Toimialakartoituksen aineiston rajaamisessa lähdettiin liikkeelle Tilastokeskuksen yliaktuaari Aku Alasen⁹⁵ esittämästä klusterikokonaisuudesta. Toimialakartoitukseen otettiin mukaan Alasen esittelemistä kohdejoukoista elokuvatuotanto [sisältää elokuva-, mainoselokuva- ja TV-tuotannon] sekä jälkituotanto ja pois jätettiin elokuvien levitys, musiikkituotanto ja peliyhtiöt. Audiovisuaalisten yritysten kokonaismäärä oli vuonna 2010 Tilastokeskuksen tietojen mukaan 1 614.

Alanen on hahmotellut audiovisuaalisen alan klusterikokonaisuuden seuraavasti. Elokuvatuotanto sisältää kaikki TOL-luokkaan sijoittuvat elokuva, TV- ja mainostuotantoyhtiöt.

Taulukko 7. Audiovisuaalisen klusterin kokonaislaskelma vuonna 2010

2010	yrityksiä lkm	henkilöstö kokoaik.	liikevaihto milj. euroa	palkat milj. euroa
elokuvatuotanto	780	1 918	199	64
jälkituotanto	63	225	19	8
elokuvien levitys	33	132	117	7
elokuvien esitys	63	465	86	13
äänitysstudiot + musiikkikustantaminen	553	529	95	17
radio + tv	63	4 932	980	256
kaapeli-tv*			196	
pelituotanto	60	1 079	105	
kaikki yhteensä	1 614	9 280	1 797	365

Lähde: Alanen 2012: Av-alan taloudesta.

⁹⁵ Alanen Aku 2011: Taulukko 2. Av-klusteri 2009, 35 ja Alanen 2012: Av-alan taloudesta.

Kyselyiden toteuttaminen

Audiovisuaalisen alan tuottajat toimialakartoituksessa toteutettiin kysely vuosilta 2010-2012. Kyselyissä kysyttiin yrityksen toimialaa, liikevaihtoa, asiakkaita, rahoitusta, tulevaisuuden haasteita ja työllistävyyttä. Kaikkina vuosina tähdennettiin tietojen luottamuksellisuutta. Yksittäistä vastaajaa ei pysty erottamaan loppuraportista.

Toimialakartoituksen pohjana oli Tilastokeskuksen tietokanta, josta poimittiin audiovisuaalisen alan toimialat TOL2008=59110 (elokuvien, videoiden ja TV-ohjelmien tuotanto) ja TOL2008=59120 (elokuvien, videoiden ja TV-ohjelmien jälkituotanto). Tilastokeskuksesta tilatun tilastodatan [505 Y-tunnusta tietoineen] kriteereinä olivat yritykset, joiden henkilöstö oli vähintään yksi, ja joiden vuosittainen liikevaihto oli yli satatuhatta euroa.⁹⁶ Vuoden 2010 ja 2011 tietoja koskeviin kyselyihin käytettiin samaa tilastodataa. Vuonna 2010 tämän toimialakartoituksen kohteena olivat 843 yritystä, joiden päätoimialoina olivat elokuvatuotanto tai jälkituotanto. Tästä joukosta poimittiin kyselyyn **227** yritystä, jotka täyttivät henkilö- ja liikevaihtokriteerit. **Kyselyyn valitut yritykset kattoivat 91 % alan yritysten liikevaihdosta ja 95,6 % henkilöstöstä.** Vuoden 2010 kyselyyn vastasi **66** yritystä. Vastaajamäärä edusti 29 % kyselyyn valituista yrityksistä. Vuoden 2010 tietoja koskeva kyselylomake on liitteessä 4. Huhtikuussa 2012 uudistettu kyselylomake lähetettiin **231** yritykselle. Kyselyyn vastanneita **yrityksiä** oli **64**.

Vuonna 2013 Tilastokeskukselta tilattiin uusi tilastodata ja sen mukaan lähetettiin uusi kysely. Syyskuussa 2013 kyselylomake jossa pyydettiin vuoden 2012 tietoja lähetettiin **261** yritykselle. Kyselyyn vastasi yhteensä **30** yritystä. Vastausprosentti oli 11 prosenttia. Kyselystä poistettiin merchandising- tai lisensointituloihin liittyvä kysymys, koska niistä oli vähän mainintoja edellisena vuotena. Muuten kysymykset olivat samat kuin vuonna 2011. Vastaamista helpotettiin muokkaamalla työllistämiseen liittyviä kysymyksiä.

Taulukko 8. Toimialakartoitukseen kuuluvien TV, radio, kaapeli, elokuva-tuotanto- ja jälkituotantoyritysten määrä, yhteisliikevaihto sekä henkilöstö vuonna 2010 suhteessa AV-klusterin kokonaisuuteen

elokuvatuotanto + jälkituotantoyritykset	yritysten lukumäärä	liikevaihto M euroa	kokoaikainen henkilöstö
2010	843	218	2 143
2012	868	260	2 150

Lähde: Alanen 2012: Av-alan taloudesta.

⁹⁶ Raja oli 100 000 euroa, koska Tilastokeskuksen luokituksessa pienin luokituskaala on 0-99 000 euroa. Henkilöstön suuruusluokkatieto perustui työnantajayrityksillä tammi-kesäkuun 2011 tietoihin, muilla vuoden 2010 tietoihin. Liikevaihdon suuruusluokka perustui lähes kaikilla yrityksillä vuoden 2010 tietoon. Aineistossa oli lisäksi tieto siitä, oliko yritys kuulunut vuonna 2009 konserniin.

Kartoituksesta pois jätettyjä elokuvatuotanto- ja jälkituotantoyrityksiä oli 607 yritystä vuodelta 2010 ja 673 yritystä vuodelta 2012 (liikevaihto alle 100 000 €). Poisjätettyjen joukossa oli myös Tilastokeskuksen tilastojen ulkopuolelle jääneitä yrityksiä ns. *tilastoon tulemattomia*, joiden liikevaihtoraja oli noin 10 000 € vuodessa. Pois jätettyjen yritysten kappalemäärä oli huomattava, sillä ne kattoivat 73 % alan yrityksistä. Niiden liikevaihto oli esimerkiksi vuonna 2010 vain noin 9 % alan liikevaihdosta ja alan kokoaikaisesta työvoimasta vain 4,4 %. Nämä pienet yritykset voivat olla sivutoimisia henkilöyhtiöitä tai yhden henkilön toiminimiä, jotka myyvät osaamistaan esimerkiksi isommille toimijoille.⁹⁷

Liikevaihto ja alan kokonaistyöllisyys

Jakaumissa on käytetty Tilastokeskuksen käyttämää liikevaihtoluokitusta. Vuodelta 2012 kyselyssä vastausprosentti oli pienempi. Tältä osin luvut eivät ole vertailukelpoisia. Tulokset ovat kuitenkin samansuuntaisia kuin aiempien kyselyiden 2011 ja 2010 tulokset.

Taulukko 9. Kyselyihin vastanneiden yritysten määrä ja kokonaisliikevaihdon prosenttiosuus elokuvatuotanto- ja jälkituotantoyrityksistä vuosina 2010, 2011 ja 2012.

	vastaajat 2010	vastaajat 2011	vastaajat 2012
kyselyyn valitut yritykset (kpl)	227	231	261
elokuvatuotanto- ja jälkituotanto yritysten kokonaisliikevaihto (€)	218 milj.	214 milj.	260 milj.
vastanneet yritykset (kpl)	66	64	30
vastanneiden yritysten kokonaisliikevaihto (€)	64 milj.	83 milj.	44 milj.
vastanneiden yritysten liikevaihto-osuus kokonaisliikevaihdosta (%)	29 %	39 %	17%
vastanneiden kokoaikainen henkilöstö sisältää myös freelancerit + määräaikaiset + ali-hankintahenkilöstö = <u>henkilötyövuodet</u>	926	921	479

* Vuoden 2011 audiovisuaalisten yritysten arvioitu yhteenlaskettu liikevaihtotieto 213 milj. € on saatu Tilastokeskuksen yliaktuaarilta sähköpostitse marraskuussa 2012. Lisäksi lukuun on lisätty tosi pienten toiminimien yhteenlaskettu liikevaihto, noin 1 000 000 € [213 + 1 = 214 milj. €].

Vuonna 2012 vastaajayritysten liikevaihto oli 17 prosenttia valittujen yritysten liikevaihdosta.

Vuonna 2011 vastaajayritysten liikevaihto oli 39 prosenttia valittujen yritysten liikevaihdosta.

Vuonna 2010 vastaajayritysten liikevaihto oli 29 prosenttia valittujen yritysten liikevaihdosta ja 39,3 prosenttia alan kokoaikaisesta henkilöstöstä.

Taulukko 10. Kutsutut ja vastanneet yritykset eri liikevaihtoluokissa

liikevaihdon suuruusluokka (€)	2010 kutsutut yritykset (kpl)	2010 vastaajat (kpl)	2011 vastaajat (kpl)	2013 kutsutut yritykset (kpl)	2012 vastaajat (kpl)
tuntematon liikevaihto	4	6	1	0	0
1-99 999	0	7	7	20	2
100 000-199 999	86	7	11	82	10
200 000-399 999	52	5	9	40	3
400 000-999 999	44	23	17	45	6
1 000 000 -1 999 999	20	7	5	28	4
2 000 000 -4 999 999	16	9	10	20	3
5 000 000 -9 999 999	4	1	3	7	1
10 000 000 -19 999 999	1	1	1	1	1
yht.	227	66	64	243	30

Edellä olevasta taulukosta ilmenee, että vastanneet yritykset edustivat riittävästi kaikki liikevaihtoluokkia.

Vastaajien henkilöstöjakaumat liikevaihtoluokittain

Taulukko 11. Vuosien 2010 ja 2011 vastaajien keskimääräinen vakituinen henkilöstö liikevaihtoluokittain ja vastaajamäärittäin

Liikevaihdon suuruusluokka	2010 hlöä /yritys keskiarvo	2011 hlöä /yritys keskiarvo	2012 hlöä/yritys keskiarvo
tuntematon liikevaihto	3	0	0
1-99 999	1	1,5	1
100 000-199 999	3	1,7	1,9
200 000-399 999	3	3,4	2,6
400 000-999 999	7	5,6	5,6
1 000 000-1 999 999	10	9,2	10
2 000 000-4 999 999	15	11,6	12,6
5 000 000-9 999 999	10	38	35
10 000 000-19 999 999	52	51	17

Eri vuosina kyselyihin ovat vastanneet eri määrät erikokoisia yrityksiä. Päätelmiä henkilöstömäärän muutoksista ei voi tehdä, sillä tiedot eivät ole vertailukelpoisia.

Arvio audiovisuaalisen alan kokonaistyöllisyydestä vuoden 2012 tiedoilla

Taulukko 12. Arvio audiovisuaalisen alan kokonaistyöllisyydestä

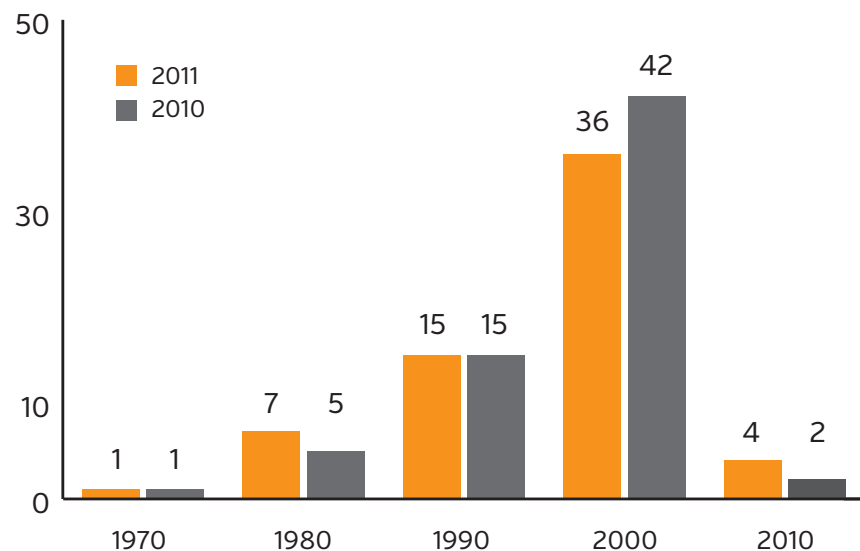
elokuvatuotantosekä jälkituotantoyritykset (2011)	yritykset (kpl)	liikevaihto milj. €	liikevaihdosta %	kokoaikainen henkilöstö
vastanneet yritykset	30	44 [2012]	17%	479
ei vastanneet yritykset	231	-	76 %	2038 [arvio 2011]
kyselystä pois jätetyt pikkuyritykset	607	19,2 [arvio 2011]	7% [Tilastokeskus, arvio 2010]	300 [arvio 2011]
yhteensä	868 [2010]	260 [arvio 2011*]	100 %	2817 [arvio 2011]

* Vuoden 2012 audiovisuaalisten yritysten yhteenlaskettu arvioitu liikevaihtotieto 231 milj. € on saatu Tilastokeskuksen yliaktuaarilta sähköpostitse marraskuussa 2013. Lisäksi lukuun on lisätty tosi pienten toiminimien yhteenlaskettu liikevaihto, noin 1 000 000 € [213 + 1 = 214 milj. €].

Arvio kokonaistyöllisyydestä 214 miljoonan kokonaisliikevaihdolla vuonna 2011: vastanneet yritykset edustivat noin 39 % alan liikevaihdosta 83 miljoonalla eurolla. Lisäksi voidaan arvioida, että kyselystä pois jätetyissä pikkuyrityksissä [607 kpl], joiden liikevaihto oli 10 000-99 000 € ja joissa oli henkilöstöä alle yksi, työllistyy keskimäärin 0,5 henkilötyövuotta. Kokonaisarvio olisi tällöin noin 300 henkilötyövuotta lisää. Yhteensä kokonaisarvio vuodelle 2011 olisi [2163 + 300 henkilötyövuotta] noin 2463 henkilötyövuotta [vrt. 2010: 2143 henkilötyövuotta].

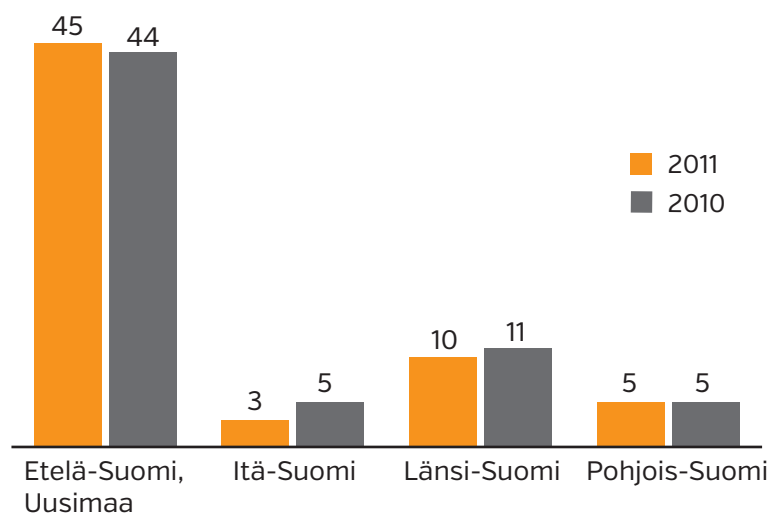
Taustatietoja

Kuvio 5. Yritysten perustamisvuosikymmenet 2011 (N=63), 2010 (N=66).



Vuoden 2010 ja 2011 kyselyihin vastanneista audiovisuaalisen alan yrityksistä selkeä enemmistö on perustettu 2000-luvulla. Vuoden 2012 koskevat tiedot ovat samansuuntaisia.

Kuvio 6. Yritysten sijainti Suomessa 2011 (N=63), 2010 (N=66).



Vuoden 2011 ja 2010 kyselyihin vastanneita yrityksiä on sijoittunut ympäri maan. Etelä-Suomessa yrityksiä on kaksi kertaa sen verran kuin muualla maassa yhteensä. Vuoden 2012 tiedot ovat samansuuntaisia. Suomalaisessa omistuksessa oli 95 prosenttia 2010-2012 kyselyihin vastanneista yrityksistä.

Yrityksen toiminta ulkomailla

Vuonna 2012 kyselyyn vastanneista puolella (N=30) yrityksistä oli toimintaa ulkomailla. Vuonna 2011 (N=63) 41 prosentilla vastaajayrityksistä oli toimintaa ulkomailla. Vuonna 2010 (N=66) kahdeksalla prosentilla vastaajista oli toimintaa ulkomailla. Kansainväliset suuremmat audiovisuaalisen alan yritykset toimivat kahdessa tai kolmessa muussa maassa. Tärkeimmät vastauksissa mainitut toimintamaat olivat **Ruotsi, Norja, Viro, Tšekki, Hollanti** ja **Espanja**.

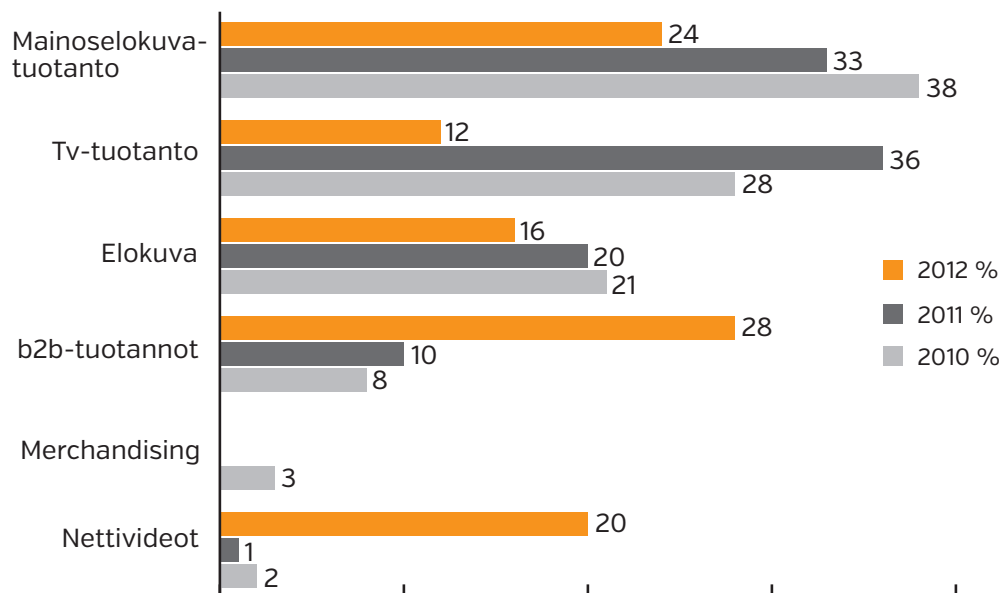
Yrityksen toimiala ja liikevaihto

Audiovisuaalisen alan yhden yrityksen kokonaisarvo voi muodostua monesta toimialasta. Vuosina 2010-2012 pyydettiin laittamaan yrityksen kannalta kolme toimialaa tärkeysjärjestykseen ja merkitsemään mikä on näiden toimialojen osuus liikevaihdosta.

Liikevaihto ja tärkeimmät toimialat

Tärkein toimiala

Kuvio 7. Yritysten tärkeimmän toimialan prosentuaalinen jakautuminen vuosina 2012 (N=30), 2011 (N=63) ja 2010 (N=66).



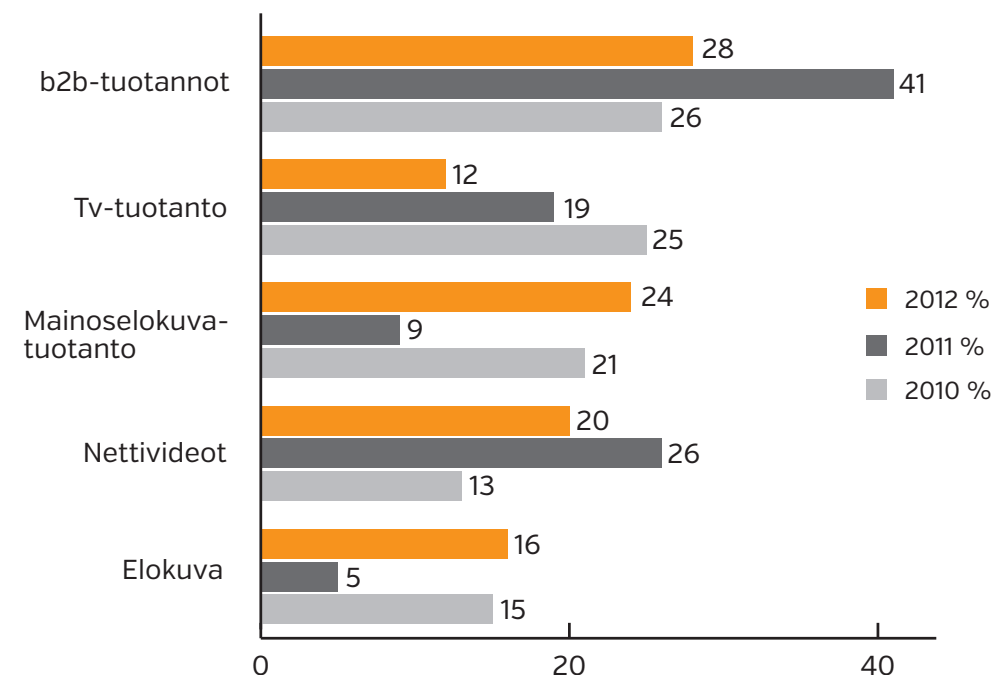
Vuoden 2012 vastauksissa (N=30) tärkein toimiala oli mainoselokuvatuotanto. Seuraavaksi eniten mainintoja saivat elokuvatuotanto ja sitten TV-tuotanto.

Vuoden 2011 vastauksissa (N=64) useimmin mainituiksi tärkeimmiksi toimialoiksi nousivat TV-tuotanto, mainoselokuva ja elokuvatuotanto.

Vuonna 2010 kolmasosa vastaajista (N=66) mainitsi yrityksensä tärkeimmäksi toimialaksi mainoselokuvatuotannon. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat TV-tuotanto ja elokuva.

Toiseksi tärkeimmät toimialat

Kuvio 8. Vastaajien toiseksi tärkeimmän toimialan prosentuaalinen jakautuminen vuosina 2012 (N=30), 2011 (N=57), 2010 (N=65)



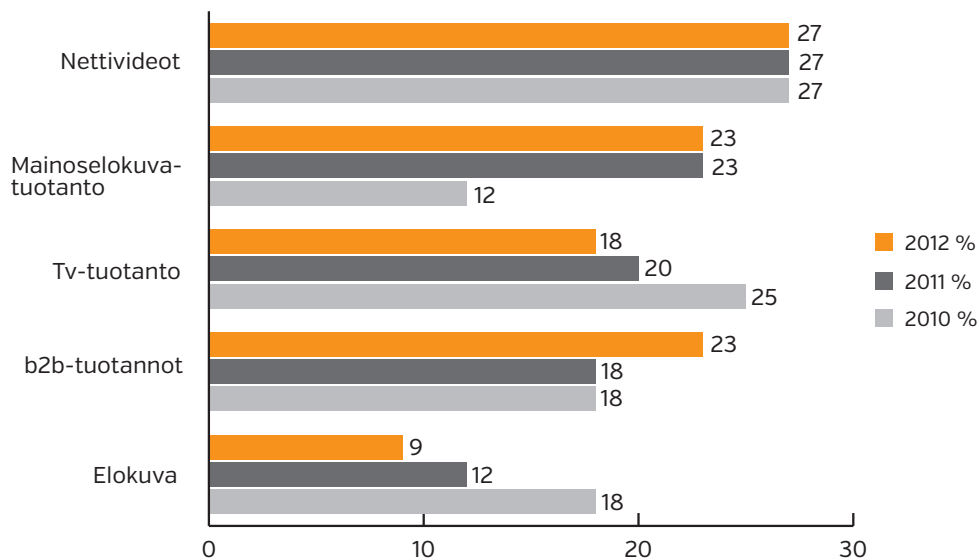
Vuoden 2012 vastaajayrityksissä toiseksi tärkein toimiala oli b2b-tuotannot. Sen jälkeen mainoselokuva ja nettivideot.

Vuoden 2011 vastauksissa toiseksi tärkein toimiala oli b2b-tuotannot. Seuraavaksi tulivat nettivideot ja TV-tuotanto.

Vuoden 2010 kyselyyn vastanneet yritykset mainitsivat toiseksi tärkeimmäksi toimialaksi b2b-tuotannot. Seuraavaksi tulivat TV-tuotanto ja mainoselokuvatuotanto.

Kolmanneksi tärkeimmät toimialat

Kuvio 9. Vastaajien kolmanneksi tärkeimmän toimialan prosentuaalinen jakautuminen vuosina 2012 (N=30), 2011. (N=43) ja 2010 (N=41).



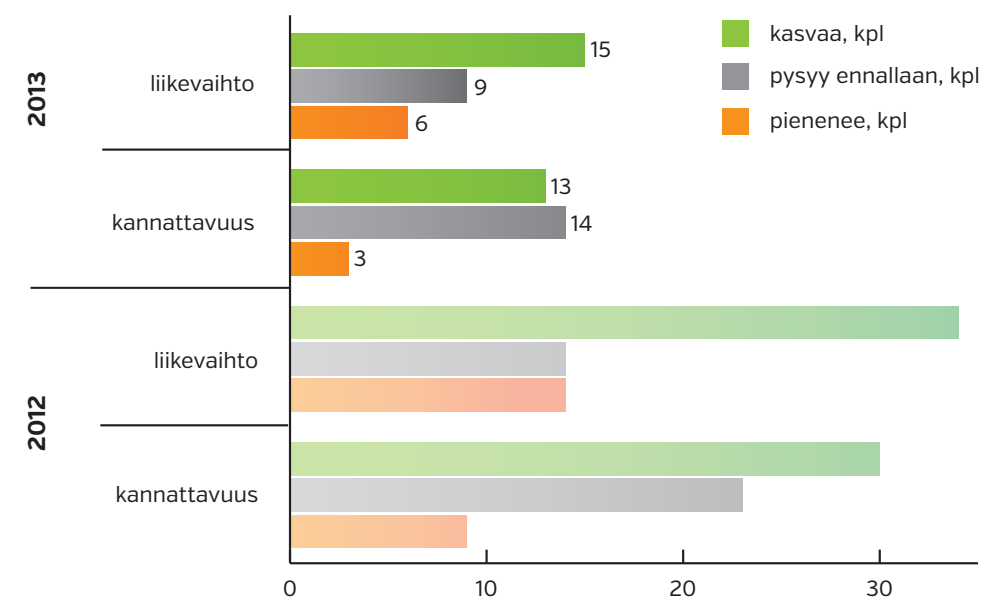
Vuosina 2010-2012 kolmanneksi tärkeimmäksi toimialaksi nousi nettvideoiden tuotanto.

Tuotantonsa rahoittamiseksi yritykset tarvitsevat yhä useampia kumppaneita ja erilaista osaamista. Kolmen vuoden aikana vastauksissa joku muu toimiala vastattiin seuraavasti: Koulutus ja konsultointi, jälkityö, opetus- ja koulutuselokuvat, soveltava elokuvataide, elokuvien restaurointi, webinaarit, streaming ja asiakaslehdet, TV-fasiliteetti, markkinointiviestintä, streaming-ratkaisut, kustantaminen ja kirjat, sisältötuotanto, musiikkituotanto, tapahtumatuotanto, radio-ohjelmat, pelit ja lehtijournalismi, opetus/tilausvideot, yritysvideot, animaatiot, peliteollisuus, DVD:t, nettisivustojen tuottaminen, kuunnelmatuotanto, elokuvamatkailu, kuvitus, kuvauspalvelu, muut äänipalvelut, konsultointi, digipalvelut, yritysvalmennus ja esiintymiset, merchandising- ja lisensointitulot, luovien alojen kehitystyö. Vastauksista ilmenee alan monipuolisuus ja laaja-alaisuus.

Liikevaihto ja kannattavuuden ennakoitu muutos

Vuosina 2011 ja 2012 yrityksiltä kysyttiin ennustetta seuraavan vuoden liikevaihdon ja kannattavuuden kehittymisestä.

Kuvio 10. Yritysten liikevaihdon ja kannattavuuden ennakoitu muutos vastaajamäärittäin seuraavana vuonna 2013 (N=30) ja vuonna 2012 (N=62).



Enemmistö vastaajayrityksistä odotti seuraavalle vuodelle liikevaihdon ja kannattavuuden kasvua tai niiden ennallaan pysymistä.

Vuonna 2012 liikevaihdon kasvua vuodelle 2013 odotti puolet yrityksistä, 15 yritystä (N=30). Kannattavuuden paranemista odotti 13 yritystä. Liikevaihdon ennallaan pysymistä odotti 9 vastaajayritystä ja kannattavuuden muuttumattomuutta ennakoiti 14 vastaajaa. Liikevaihdon pienenemistä ennakoiti 6 yritystä ja kannattavuuden heikkenemistä ennusti 3 vastaajayritystä.

Vuonna 2011 liikevaihdon kasvua vuodelle 2012 odotti 34 yritystä (N=62). Kannattavuuden paranemista odotti 30 yritystä. Liikevaihdon ennallaan pysymistä odotti 14 yritystä ja kannattavuuden muuttumattomuutta ennakoiti 23 vastaajayritystä. Liikevaihdon pienenemistä ennakoiti 14 yritystä ja kannattavuuden heikkenemistä ennusti 9 vastaajayritystä.

Asiakkaat

Kotimaiset asiakkaat

Vastaajat saattoivat valita vaihtoehtoista asiakkuuksia ja luokitella heidät asteikolla 1–5 [1=tärkein, 5= vähiten tärkeä]. Vastausvaihtoehtoja olivat levittäjät, tv-kanavat, mainostoimistot, yritykset, tuotantoyhtiöt tai jokin muu taho.

Kyselyvuosina 2012 (N=30), 2011(N=58) ja 2010 (N=65) TV-kanavat olivat vastaajille tärkein asiakaskunta. Toiset yritykset ja mainostajat olivat televisiokanavien jälkeen tärkeimpiä asiakkaita. Kotimaiset levittäjät olivat asiakkuuksista vähiten tärkeitä.

Audiovisuaalisten yritysten muiden tärkeiden kotimaisten asiakkaiden kirjo oli suuri. Kolmen vuoden aikana vastauksia tuli seuraavasti:

- yhdistykset, hankkeet
- soveltavan elokuvan asiakkaat
- julkishallinto, valtio, kaupunki, aikuiskoulutusyritykset, oppilaitokset ja kuntayhtymät
- mediatoimistot
- matkanjärjestäjät
- tänne tuloaan tekevät yhtiöt
- itse
- yksityishenkilöt
- striimaus/palvelintoimijat
- kustantamot
- ministeriöt, valtionhallinto, julkisyhteisöt, järjestöt
- laitokset
- jälkituotantoyhtiöt, post production companies
- kirjankustantajat
- kunnat= oppilaitokset ja kirjastot
- levy-yhtiöt
- luovien alojen yritykset ja agentit
- museot, organisaatiot,
- tapahtumat, urheilujärjestöt, urheilun lajiliitot ja seurat
- äänistudiot
- teollisuusyritykset
- lehdistö
- nettitoimitukset
- printtimedia

Ulkomaiset asiakkaat

Tuotantoyhtiöt ja TV-kanavat olivat ulkomaisista asiakkaista useimmin mainitut kolmena kyselyvuotena. Muista ulkomaisista asiakkaista mainittiin uutistoimistot, urheilujärjestöt, still-kuvaajat, sound designers, postproduction companies, museot ja elokuvastudiot, levy-yhtiöt, festivaalit ja koulut.

Vuonna 2012 kysymykseen vastasi 29 yritystä, joista 20:llä eli 69 prosentilla oli ulkomaisia asiakkaita.

Vuonna 2011 tärkeimmät ulkomaiset asiakkaat -kysymykseen vastasi 62 yritystä, joista 40:llä eli 65 prosentilla vastaajista oli ulkomaisia asiakkaita.

Vuonna 2010 ulkomaisia asiakkaita koskevaan kysymykseen vastasi 41 yritystä, joista 29 yrityksellä eli 71 prosentilla vastaajista oli ulkomaisia asiakkaita.

Favexin selvityksen (2012,8) mukaan Suomen audiovisuaalisen alan kansainväliset myyntitulot, palvelumyyntitulot ja kansainvälinen rahoitus olivat 27,3 miljoonaa euroa vuonna 2012, mikä oli 21 prosenttia vastanneiden yritysten (N=70) liikevaihdosta.

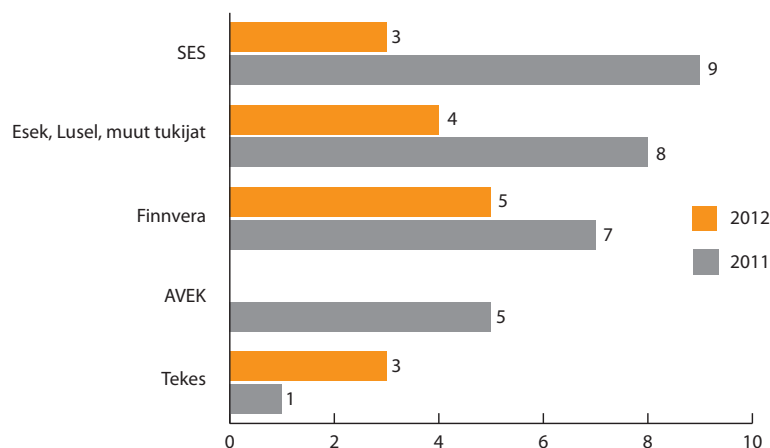
Lisätietoja www.favex.fi

Toiminnan tukijat ja rahoitus

Toimintaa tukeneet kotimaiset tahot

Annetuista vaihtoehtoista neljä yleisintä kotimaista tuki- tai rahoitusmuotoa olivat Avekin ja Suomen elokuvasäätiön (SES) tuet, sponsorirahoitus sekä Finnaveran tuki. Audiovisuaalisten sisältöjen kotimaisten rahoittajien lyhyet esittelyt ovat liitteessä 8.

Kuvio 11. Yrityksen toimintaa tukeneet tärkeimmät kotimaiset tahot vastaajittain vuonna 2012 (N=30) ja 2011 (N=30).

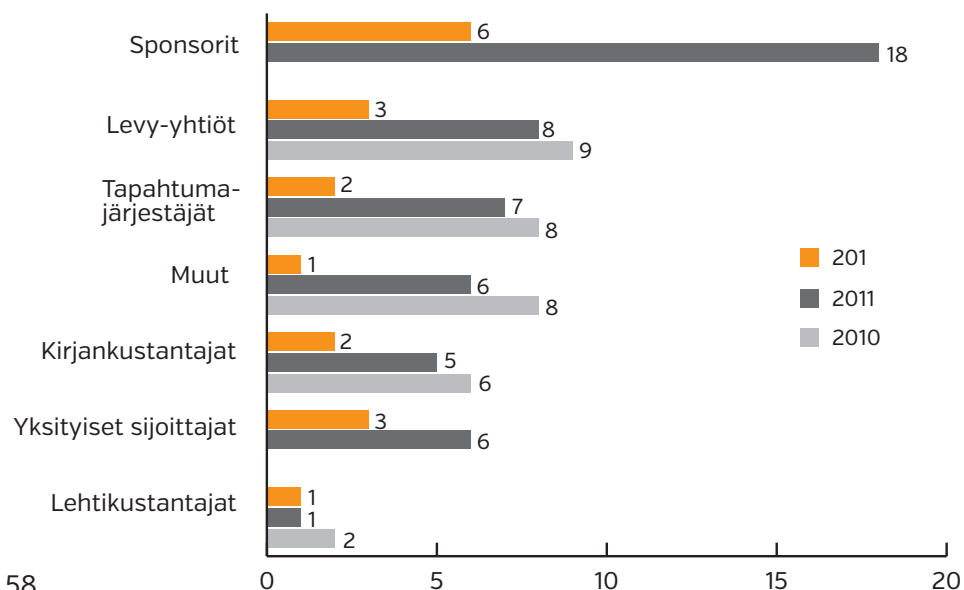


Vuonna 2012 ja 2011 vastaajat saivat luokitella kotimaiset rahoitustahot tärkeimmistä vähiten tärkeään. SES:n, Esekin, Lusekin ja Finnveran antamat tuet olivat eniten mainittuja tärkeimpinä kotimaisina rahoittajina. Seuraavaksi tulivat AVEK ja Tekes.

Vuonna 2010 vastaajista 60 prosenttia oli saanut joitakin tukia toiminnalleen. Lisäksi vuonna 2010 ja 2011 noin 30 prosenttia vastaajista oli saanut jonkinlaisia kotimaista sponsoritukea.

Muita luovan alan vaikuttajia tai rahoittajia kotimaassa

Kuvio 12. Muita luovan alan vaikuttajia tai rahoittajia kotimaassa ja 2012 (N=18), 2011 (N=51) ja 2010 (N=23).



Kyselyyn vastanneista yrityksistä 18 yritystä vastasi saaneensa jonkinlaista sponsoritukea toiminnalleen vuonna 2011. Seuraavaksi eniten mainintoja saivat kaikkina vuosina levy-yhtiöt ja tapahtumajärjestäjät. Vaihtoehtoon muut vaikuttajat ja rahoittajat vastattiin toiset yritykset, yksityishenkilöt, kylpylähotelli, ohjelmatoimistot, seurakunnat, yhdistykset, järjestöt, tutkimuslaitokset, tutkijat, museot, asiantuntijat, säätiöt, valtionhallinto, OKM, EU-muut kuin MEDIA-ohjelma, museot, säätiöt, ministeriöt sekä alueelliset tukiorganisaatiot kuten POEM-Säätiö (Oulu), Naturpolis (Kuusamon seutu) ja Business Oulu.

Mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu?

Seuraavassa vastauksia kysymykseen mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu. Kysymyksessä ei pyydetty erittelemään kotimaista tai ulkomaista tukimuotoa erikseen. (N=22).

Verotuksen kehittäminen:

- Veroinsenttiivit Suomesta.
- Verohelpotukset.
- Liiketoiminnan kehitys, veroinsenttiivit.
- ALV-verokannan pienentäminen.

Tuotekehitys- ja sisällöntuotantotuet:

- Tuotekehitystukea lisää.
- Mikrorahoitus ideoiden kehittelyyn, prototyyppien tuottamiseen ja markkinoille pääsemisen avuksi.
- Sisältötuotannon tuet on todella heikkoja ja vähäisiä verrattuna esim. teknologiatuotantoon ja tuotekehitykseen.
- Pienten luovien kv-kasvutoimijoiden SISÄLLÖNTUOTANTOON tuleva tuki.
- Tukea kehittelyyn, käsikirjoitukseen, casting-prosessiin.
- Työllistävää/alalle kouluttavaa tukea.

Dokumenttien tukeminen:

- Tiededokumentteihin ja yleissivistäviin ohjelmiin ei ole rahoitusta saatavissa.
- Tuotantotukea dokumenttielokuviin.
- Tukirahoitusjärjestelmä yksittäisiin pieniin dokumenttituotantoihin.

Tuotannollinen tuki, projektirahoitus:

- Jälkityön rahoitus joka on kilpailukykyinen suhteessa ulkomaiseen tarjontaan (elokuvat).
- Projektirahoitusta.

Lainarahoitus, rahoitusporkkanat, kunnallinen tuki:

- Edullista tuotantoon tarkoitettua lainarahoitusta, jossa vakuutena voisi käyttää tuotantosopimuksia.
- Rahoitusporkkanat kansainvälisen kilpailukykyyn parantamiseksi.
- Paikalliset tuet kunnat yms.
- POEM (Oulu) -tyyppinen joustava toimija, joka rahoittaa, kouluttaa ja neuvoo joustavasti kaikenlaisia av-tuotantoja.

Toimintaa tukeneet ulkomaiset tahot

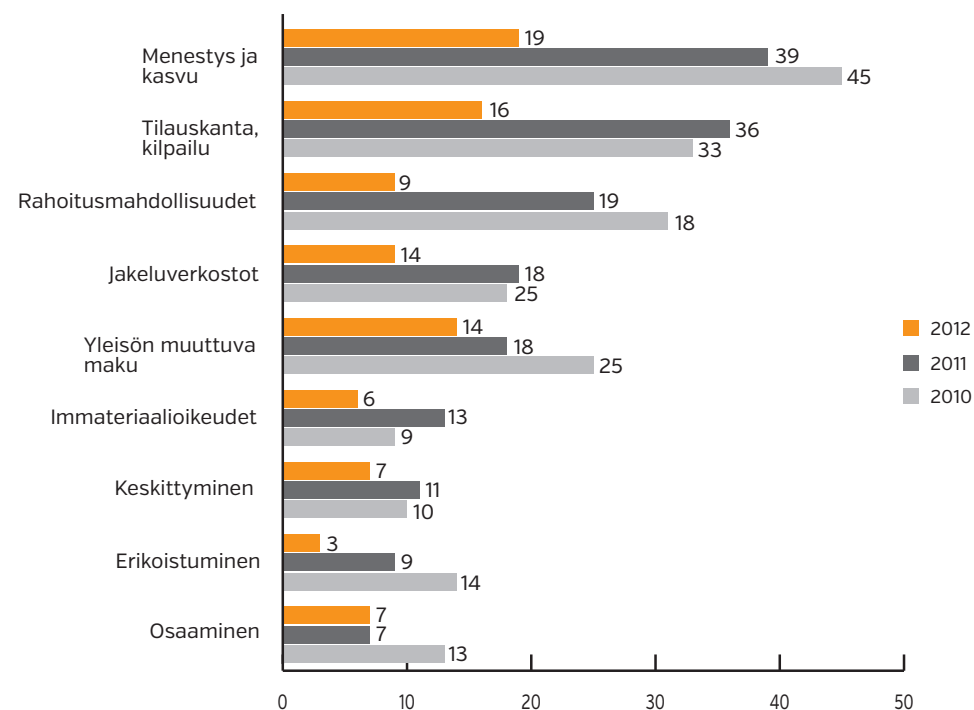
Vuonna 2012 Nordisk film & TV Fondin ja ulkomainen sponsori mainittiin ulkomaiseksi tukijaksi. Vastaajia oli yhteensä 28, joista vain kolme oli saanut ulkomaista tukea.

Vuoden 2011 kyselyn vastaajista 27 prosenttia oli saanut jotain ulkomaista tukea tai rahoitusta. Tällöin pyydettiin laittamaan rahoituslähteet myös tärkeysjärjestykseen. Tärkeimmiksi nousivat EU:n MEDIA-ohjelman ja Nordisk film & TV Fondin kautta saatu rahoitus sekä muiden tukijoiden antama rahoitus.

Vuonna 2010 ulkomaista tuki- tai rahoitusmuotoa oli saanut toimintaansa 23 prosenttia vastaajista. Annetuista vaihtoehdoista eniten valittiin rahoittajiksi EU:n MEDIA-ohjelma ja Nordisk film & TV Fond. Muu ulkomainen rahoitus oli peräisin EU:n maaseudun kehittämisohjelmasta, EU:n muusta ohjelmasta, tuotantoyhtiöiltä, myyntiagenteilta sekä TV-kanavilta ja säätiöiltä.

Tulevaisuuden haasteet

Kuvio 13. Tulevaisuuden tärkeimmät haasteet vastaajamäärittäin 2012 (N=30), 2011 (N=64) ja 2010 (N=65).



Kysely vuosina 2012, 2011 ja 2010 vastaajien enemmistö koki haasteena menestyksen ja kasvun. Seuraavaksi tärkeimmäksi haasteeksi nähtiin tilauskannassa pysyminen ja koveneva kilpailu. Kolmantena haasteena oli rahoituksen kehittyminen.

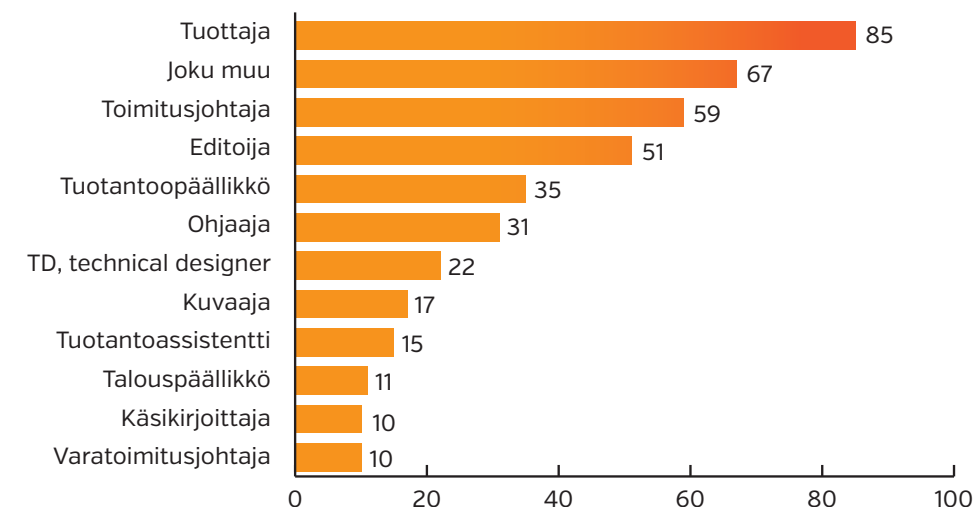
Avoimeen kysymykseen muut haasteet vastattiin oppilaitostuotannot, oma kunto ja jaksaminen pienyrityksenä sekä haasteelliset budjetit.

Alan keskittyminen ja aineettomien oikeuksien (immateriaalioikeuksien, IPR, Intellectual Property Rights) säilyminen tuotantoyhtiöissä koettiin kyselyissä vähiten haastavina, mikä on sinänsä ihme, kun omistusoikeuksien kaltaisten yksinoikeuksien omistaminen ja hallinoinnin tulisi olla yrityksille taloudellisesti erittäin merkittävää liiketoimintaa.

Työllisyys

Vakituiset työntekijät ja työnimekkeet

Kuvio 14. Yrityksen vakituiset työntekijät ja käytetyt työnimekkeet vuonna 2010 (N=65)



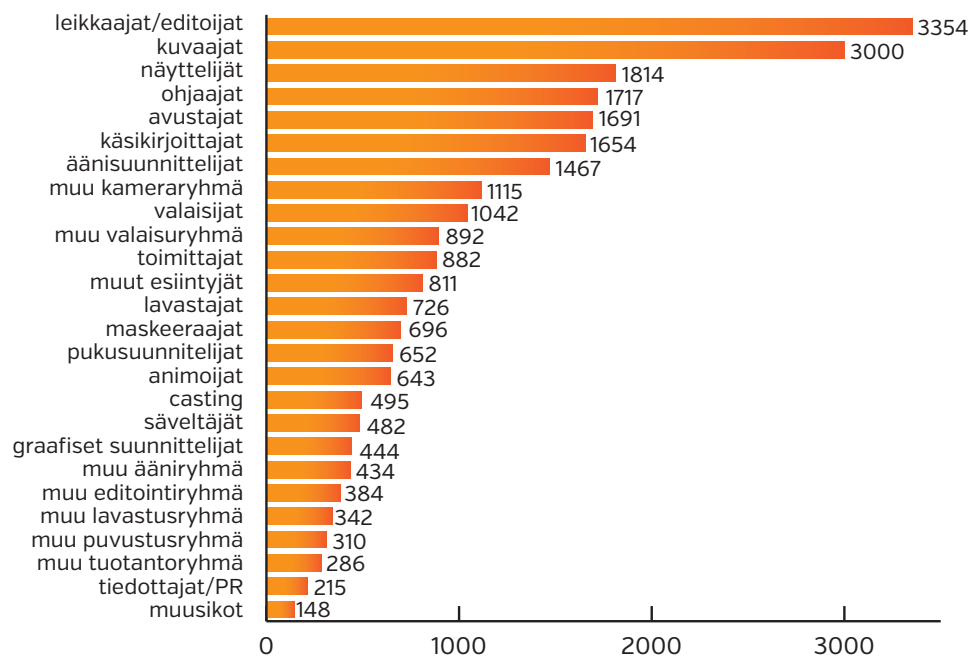
Vuonna 2010 kyselyyn vastanneissa yrityksissä eniten vakituisina työntekijöinä oli tuottajia. Seuraavaksi eniten oli valittu joku muu vaihtoehto, jossa mainittiin 3D-artisti, animaattori, säveltäjä, äänisuunnittelija, graafinen suunnittelija, freelancer, leikkaaja, tuotantoassistentti. Kolmanneksi eniten vastaajayrityksissä vakituisina työntekijöinä oli toimitusjohtajia ja sitten editoijia. Alalla on muihin alan ammatteihin nähden vähiten vakituisesti palkattuja talouspäälliköitä, käsikirjoittajia tai varatoimitusjohtajia. Yritysten vakituisten työntekijöiden työnimikkeitä ei kysytty enää vuosina 2011 ja 2012.

Määräaikaiset ja freelancerit

Määräaikaisia työntekijöitä ja freelancereita koskeva kysymys on kysytty eri vuosina eri tavalla. Vuoden 2012 kyselylomakkeessa määräaikaisia työntekijöitä ja freelancereita koskeva kysymys yhdistettiin. Taulukoissa määräaikaiset työntekijät ja freelancerit on yhdistetty. Kysymysten muotoa muutettiin ja yksinkertaistettiin, jotta niihin olisi helpompi vastata.

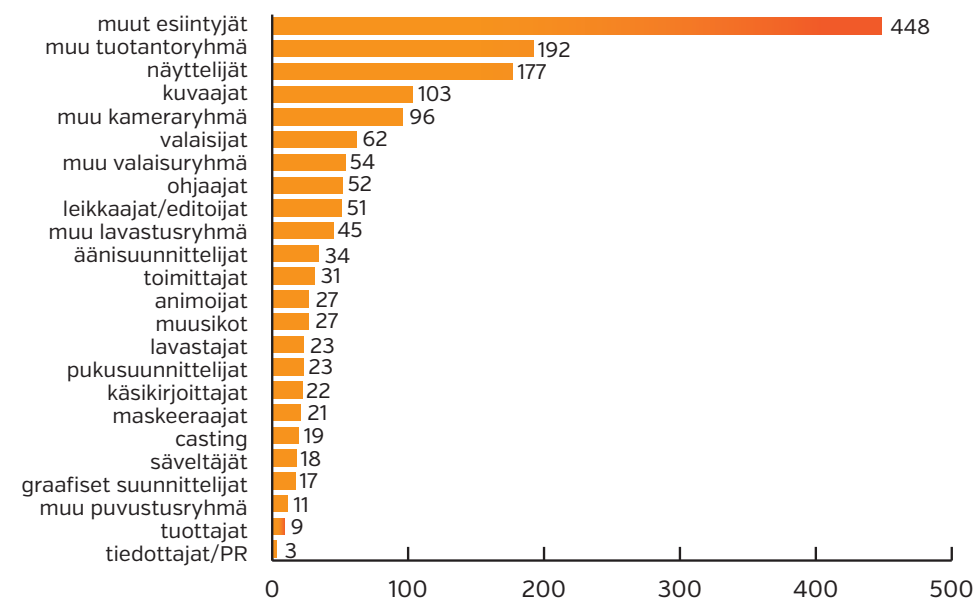
Vastaajayrityksiltä kerättiin freelancereiden eri työnimikkeiden työpäivien lukumäärät vuodelta 2010. Tällöin kysymykseen vastattiin tarkasti. Sen sijaan vuonna 2012 kappalemääräinen vastaajien määrä oli niin pieni että siitä ei laadittu kuviota. Vastausten perusteella ei ole havaittavissa merkittävää muutosta edellisiin vuosiin.

Kuvio 15. Työllistettyjen freelancereiden työpäivien määrä ammattinimikkeenä vuonna 2010. (N=66)



Vuonna 2010 eniten oli ostettu leikkaajien ja editoijien [3354 työpäivää, lähes 14 henkilötyövuotta] sekä kuvaajien [3000 työpäivää, hiukan yli 12 henkilötyövuotta] osaamista. Seuraavaksi eniten palkattiin näyttelijöitä [1814 työpäivää, 7,5 henkilötyövuotta] sekä ohjaajia ja avustajia. Vähiten ostettiin muusikoiden palveluita.

Kuvio 16. Työllistettyjen freelancereiden henkilömäärä ammateittain vuonna 2011. (N=63)



Vuonna 2011 eniten oli työllistetty esiintyjä. Seuraavaksi eniten työllistettiin tuotantoryhmän osajia ja näyttelijöitä. Vähiten ostettiin tiedottajien/PR-osajien palveluita.

Taulukko 13. Vastanneiden yritysten lukumäärä ja niiden sijoittuminen freelancereiden lukumäärää koskevan luokituksen mukaan vuonna 2011 (N=63), 2012 (N=30).

Freelancereiden lukumäärä	Yritysten lukumäärä 2011	Yritysten lukumäärä 2012
0	15	4
1-9	25	11
10-19	4	5
20-49	10	4
50-99	5	5
100-349	2	1
350-400	2	

Kyselyihin vastanneista yrityksistä enemmistö oli palkannut alle kymmenen freelanceria vuosina 2012 ja 2011.

Vuonna 2012 vastaajayritykset työllistivät yhteensä 525 freelanceria yhteensä 357 työkuukautta. Eniten oli työllistetty ohjaajia, tuottajia ja käsikirjoittajia. Vähiten työllistettiin tiedottajia/PR-osaajia sekä puvustusryhmän osaajia.

Vuodelta 2011 vastaajayritykset ostivat freelancereilta palveluja yhteensä 13 012 työpäivää. Keskimäärin yritykset ostivat freelancereiden työaikaa yhteensä 1,3 henkilötyövuotta/yritys. Eniten oli ostettu leikkaajien ja editoijien työaikaa, seuraavaksi eniten kuvaajien ja ohjaajien palveluita. Vastaajayrityksistä 76 prosenttia työllisti freelancereita. Yritysten laskennallinen keskiarvo oli 36 freelanceria/yritys.

Vuodelta 2010 kyselyyn vastanneet (N=66) audiovisuaalisen alan yritykset ostivat freelancereiden palveluja yhteensä 26 591 työpäivää, 110 henkilötyövuotta. Keskimäärin yritykset ostivat freelancereiden työaikaa yhteensä noin 1,7 henkilötyövuotta/yritys.

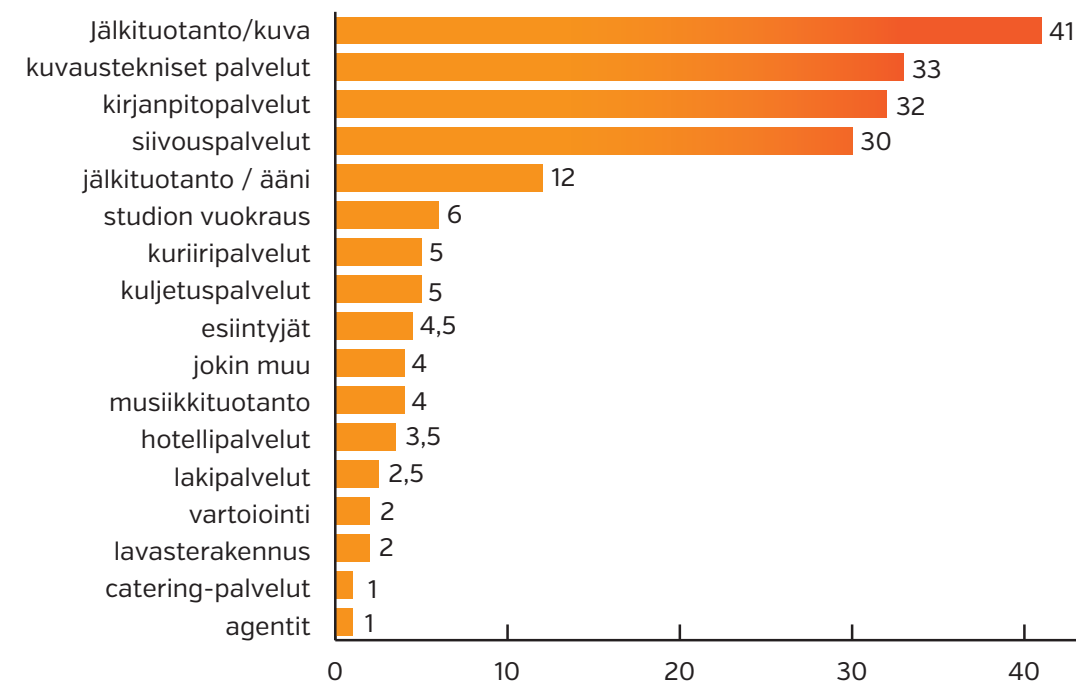
Audiovisuaalisella alalla freelancereiden määrä on suuri, sillä vakituisia työpaikkoja ei ole. Pienestä markkina-alueesta ja vähäisistä tukirahoista johtuen toimiala on pieni ja tuotannot ovat suhteellisen vähäisiä. Tuotantoyhtiöillä ei siten ole mahdollisuuksia eikä varaa palkata vakituista henkilökuntaa. Esimerkiksi elokuvatuotannot työllistävät kuitenkin melkoisen määrän eri tekijöitä ja osaajia sekä määräaikaisten työ- että alihankintasuhteiden kautta.

Alihankintayritysten kautta työllistetty henkilöstö

Kotimaiset alihankintayritykset

Kaikkina kolmena vuotena alihankintayrityksiltä oli eniten hankittu kuvan jälkituotantopalveluja ja kuvausteknisiä palveluja. Seuraavaksi eniten oli ostettu ulkoa kirjanpito- ja äänen jälkituotantopalveluja. Alihankinnan kautta kertyvät henkilötyövuodet eivät näy virallisessa tilastoluokituksessa. Audiovisuaalisen alan kokonaistyöllistyvyyden kannalta alihankinnan kautta kertyneet henkilötyövuosien määrä on kiinnostava tieto.

Kuvio 17. Alihankintayrityksiltä ostettujen työkuukausien määrä vuonna 2012 (N=30)



Vuonna 2012 eniten ostettiin jälkituotantoyritysten palveluja ja seuraavaksi eniten kuvausteknisiä ja kirjanpito- ja äänen jälkituotantopalveluja.

Vuonna 2011 yrityksistä 21 prosenttia jätti vastaamatta kotimaiseen alihankkijayrityskysymykseen, jossa haluttiin tietää, kuinka monta henkilöä ja kuinka monta kuukautta vuodesta yritys työllistää alihankintayritysten (eli toiminimen, kommandiittiyhtiöiden tai osakeyhtiöiden) kautta.

Vuonna 2011 vastanneet yritykset (N=50) ostivat kotimaisilta alihankkijayrityksiltä palveluja yhteensä 3210 työpäivää, 15 henkilötyövuoden verran 472 henkilöltä. Keskimäärin vastanneet yritykset ostivat 60,2 työpäivää, 2,9 työkuukautta ja 9,4 henkilöä/yritys vuodessa. Vuonna 2011 noin 67 % vastaajayrityksistä työllisti yhteensä alihankinnan kautta 949 henkilöä, keskimäärin 22,6 henkilöä/yritys. kappaletta

Vuoden 2010 kyselyyn vastanneet audiovisuaalisen alan yritykset (N=65) ostivat kotimaisilta alihankkijayrityksiltä palveluja yhteensä 10 271 työpäivää, 47 henkilötyövuoden verran. Keskimäärin vastanneet yritykset ostivat 158 työpäivää, 7,5 kuukautta, kotimaisia alihankintapalveluja vuodessa.

Ulkomaiset alihankkijat

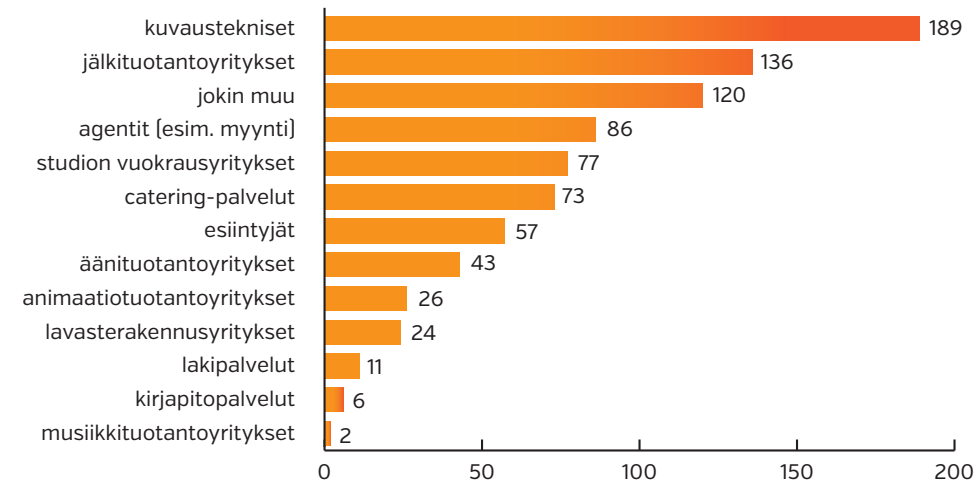
Eniten oli ostettu kuvaan liittyviä jälkituotannon palveluja, kuvausteknisiä palveluja sekä kuljetuspalveluja ja

vuonna 2012 ulkomaisilta alihankkijoilta oli ostettu palveluja yhteensä 16 työkuukautta vuonna 2012. Ulkomailla 12:lta eri yritykseltä.

Vuonna 2011 ulkomaisten alihankkijoiden palvelujen ostosta kertoneiden yritysten määrä oli 43 % (N=41) vastanneista. Keskimäärin vastanneet yritykset ostivat noin 11 työpäivää ulkomaisia alihankintapalveluja. Eniten oli valittu vaihtoehto jokin muu ja seuraavaksi eniten oli käytetty catering-palveluja. Jokin muu kohtaan vastattiin tapahtumajärjestäjä, laboratoriopalveluja. Palvelut työllistivät 118 henkilöä ulkomailla.

Vuonna 2010 kyselyyn vastanneet audiovisuaalisen alan yritykset (N=65) ostivat ulkomaisilta alihankkijoilta palveluja yhteensä 859 työpäivää, yhteensä 3,9 henkilötyövuotta. Keskimäärin yritys osti 13 työpäivää ulkomaisia alihankintapalveluja. Yrityksiltä ei kysytty vuonna 2010 ulkomaisten alihankkijoiden henkilömäärää, vain käytetyt palvelut ja työpäivien määrä.

Kuvio 20. Ulkomailla työllistettyjen alihankkijoiden työpäivien määrä vuonna 2010. (N=65)



Eniten ulkomailla ostettiin kuvausteknisiä palveluja ja seuraavaksi eniten jälkituotantopalveluja.

Kohdassa jokin muu mainittiin käänös-, koodaus-, puvustus-, tietoliikenne-, markkinointihenkilö-, terveydenhoito-, DVD-monistus-, vartiointi, järjestysmies- ja turvapalvelut sekä alihankintana ostetut valokuvaus- ja kuvituspalvelut, laboratoriopalveluja, tapahtumajärjestäjiä, konsultointipalvelut, tuotantoyhtiöpalvelut ja line producer. Myös studion vuokraus, agenttipalvelut ja catering olivat usein käytettyjä palveluja ulkomailla.

Tärkeimmät syyt ulkomailta ostettuihin palveluihin olivat seuraavat: Vuoden aika - kesä; kuvaukset ulkomailla; hinta/laatu; Suomessa ei ole agenteja, jotka saisivat jotain myytyä ulkomaille; kyseistä palvelua ei saatavana Suomesta; edullinen ja monipuolinen katalogimusiikki ja urheilujärjestön vaatimus, ulkomalaisia spikkereitä hankitaan ulkomailta hieman edullisemmän hinnan ja laajemmän kirjon takia, tuotanto ollut ulkomailla, Suomessa ei enää filmilaboratoriota.

Taulukko 17. Yhteenveto vakituisten ja freelancerien sekä alihankinnan kautta työllistettyjen henkilöiden henkilötyövuosina 2010 (N=66), 2011(N=64) ja 2012 (N=30).

	2010	2011	2012
Vakituinen henkilöstö	578	692	192
Määräaikaiset/freelancerit	215	175	215
Alihankinta henkilöstö	133	54	72
Yhteensä	926	921	479

Vuonna 2012 kyselyyn vastanneet 30 yritystä työllisti yhteensä 479 kokoaikaisiksi työntekijöiksi laskettuina. Luku sisältää vakituisen henkilöstön 192 henkilötyövuodet, määräaikaisten ja freelancerien 215 henkilötyövuodet sekä alihankinnan kautta kotimaassa ja ulkomailla työllistettyjen 72 henkilötyövuodet.

Vuonna 2011 kyselyyn vastanneet 64 yritystä työllisti yhteensä 921 henkilöä. Luku sisältää vakituisen henkilöstön 693 henkilötyövuodet, määräaikaisten ja freelancerien 175 henkilötyövuodet sekä alihankinnan kautta kotimaassa ja ulkomailla työllistettyjen 54 henkilötyövuodet. Keskiarvohenkilöstömäärä oli 14 henkilöä/yritys.

Vuonna 2010 66 vastaajayritystä työllisti yhteensä 926 kokoaikaisiksi työntekijöiksi laskettuina. Luku sisältää vakituisen henkilöstön 578 henkilötyövuodet, määräaikaisten ja freelancerien 215 henkilötyövuodet sekä alihankinnan kautta kotimaassa ja ulkomailla työllistettyjen 133 henkilötyövuodet. Vastanneissa yrityksissä työllistävien keskiarvo oli 14 henkilöä/yritys.

Moniosaaminen ja erityisosaaminen tuotantoyrityksissä

Ammattien kirjo on moninainen ja osaaminen tuotantoyrityksissä on monipuolista (N=65). Yritykselle on edullisempaa palkata moniosaaja, joka pystyy oman päätyönsä ohella tekemään muitakin töitä. Voi olla, että työnkuvan ulottaminen yrityksessä muihinkin osaamisalueisiin voi johtua esimerkiksi alan kausivaihteluista; hiljaisemmalla ajalla voidaan tehdä muitakin kuin niin sanottua päätyötä. Tai toinen tulkinta voisi olla, että yritykset ovat keskimäärin sen verran pieniä, ettei niillä ole resursseja palkata pelkästään yhden alan ammattilaisia. Varatoimitusjohtajat ja tuotantopäälliköt tekevät useimmin oman työnsä ohella jotakin muita tehtäviä yrityksissä. Tuotantoassistentit tekivät yleensä pelkästään omaa työtään ja vain yksi käsikirjoittaja teki muuta kuin omaa työtään.

Esimerkiksi tekninen suunnittelija (technical designer) tai kuvaaja työskentelivät myös ohjaajina. Editoija voi olla ohjaajana, kuvaajana tai graafisena suunnittelijana. Ohjaaja voi toimia myös AD:nä, tuottajana, leikkaajana tai käsikirjoittajana. Suuri osa varatoimitusjohtajista työskenteli myös ohjaajina. Varatoimitusjohtajat tekivät myös artistin, kuvaajan, miksaajan, käsikirjoittajan, luovan johtajan, toimittajan tai leikkaajan töitä. Onko varatoimitusjohtajan muihin töihin syynä se, että vastaajina oli erityisesti pieniä erikoisalojen yhtiöitä? Tuotantopäälliköt tekivät myös talouspäällikön, linjatuottajan, tuotantokoordinaattorin, äänittäjän ja ohjaajan töitä.

Seuraavassa esimerkkejä ammattimaininnoista, jotka tekevät tuotantoyrityksissä monenlaisia töitä: värimäärittelijä, artisti, kehityspäällikkö, toimittaja, streaming-insinööri, suunnittelija, toimistosihteerit, yrittäjä, markkinoija, säveltäjä/äänisuunnittelija, miksaaja, free, designer, animaattori, toimittaja, graafinen suunnittelija, IT-ryhmä, 3D-artisti, tuotantoassistentti tai ohjelmoija.

Seuraavassa vastauksia tuotantoyritysten (N=38) erityisosaamisen alueista. Lista ja osaamisesta on monipuolinen. Yhdessä ja samassa yrityksessä saattaa erityisosaaminen vaihdella vaikkapa eräkuvauksesta animointiin ja maanpäällisestä kuvauksesta vedenalaiseen.

Arktista osaamista:

- Eräkuvaus, jälkityöt (animointi, FX, editointi).
- Olemme erikoistuneita arktisiin, lumiolosuhteissa toteutettaviin tuotantoihin. Erikoisosaamista myös ilma- ja vedenalaisessa kuvauksessa sekä digitaalisessa elokuvauksessa.
- Ohjaus, kuvaus, kalusto, hankalien olosuhteiden kuvaus ja henkilökuvaus.

Mainos- ja verkko-osaamisesta webinaareihin:

- Interaktiivisten esitysten ja mainoskampanjoiden tuotanto.
- Normaalin tarinankerronnan ja tuotanto-osaamisen lisäksi erityisesti B-to-B-viestien kiteyttäminen, streaming-ratkaisut, webinaarit ja etäosallistaminen.

Toiminta voi olla johonkin osaamisalueeseen keskittyntä:

- Kaikki elokuvaääneen liittyvät.
- Luontokuvaus.
- Venäjätuntemus.
- Elokuvan hyödyntäminen terveydenhuollossa.
- Digitaalinen kuvankäsittely.
- Suorat TV-tuotannot
- Kansainvälinen rahoitus, kansainväliset tuotantopalvelut.
- Klassisen musiikin ohjaus, streemaus.
- Luovien alojen yritystoiminnan kehittämistä, verkostoitumista, ESR- ja muuta projektihallintaa.
- DVD- ja Blu-Ray-authoring.
- Pitkä ja monipuolinen B2B-tuotantokokemus.
- Ohjaus ja kuvaus.
- Elokuvien kehittäminen ja tuotanto.
- Suunnittelua ja markkinointiosaamista.
- TV-tuotanto, editointi.
- Ei pelkkä päivittäissarja, mutta sekin, tuotantokoneiston pyörittäminen.

Neljä toimijaa mainitsi erityisosaamiseen myös henkilöstönsä:

- Ihmistemme intohimoinen asenne tehdä entistä parempia ja koskettavampia tarinoita, hahmoja, designia ja liikkuvaa kuvaa.
- TV-tuottajat, kuvaajat, editoijat ja markkinointi.
- Elokuvaohjaajat.
- Toimitusjohtajalla erityisen suuri kokemus agency producer -työstä. Muulla henkilöstöllä erityisen suuri kokemus editoinnista, animaatiosta, kuvauksesta ja ohjauksesta.

Yhden yhtiön erikoistumisosaamiseen kuuluu ilmeisesti eräänlainen alan arjesta selviämisen taito, koska vastauksessa käytettiin termiä ”bushcraft”, jolla viitataan eloonjäämisosaamiseen:

- Bushcraft, kielitaito ja markkinointi.

Kolme yritystä mainitsi myös historia- tai arkisto-osaamisensa vahvuudekseen:

- Arkistomateriaalit.
- Vanhan arkistotiedon hallinta.
- Av-alan kokemusperäistä historiatietoisuutta.

Animaatioyritykset korostivat visuaalista, teknistä, musiikin ja taiteellisen osaamisen erikoisosaamista:

- Korkeatasoiset 3D-tuotannot: hahmoanimaatio, monimutkaiset partikkelisimulaatiot ja vahva taiteellinen osaaminen.
- Monikameratuotanto, 3D-animaatiot
- Teknistä ja visuaalista osaamista, musiikkituotantojen erityisosaamista.

Muutamit yritykset määrittelivät erityisosaamistaan myös ohjelmatyyppien kautta:

- Lastenohjelmat, viihde, asiaohjelmat, konseptiosaaminen, asiakasosaaminen.
- Lastenelokuva ja -media, soveltava elokuvataide
- TV:n urheiluohjelmat, tv-uutisten tuotanto
- Uutisjournalismia, urheilusisältöjen tuntemusta. Viestinnän konkaiskentän vahvaa tuntemista.
- Isot viihdeohjelmat, niiden tuominen Suomeen.

Toiset luottivat monipuolisuuteensa:

- Pitkän kokemuksen kautta lähes kaikki mahdollista.
- Laaja skaala: palkittua ja suosittua dokkaritelevisiota myös kansainvälisesti, fiktioelokuvaa, Suomen myydyimpiä tietokirjoja, spotteja ja markkinointiyhteistyötä, luentoja ja muita esiintymisiä, journalismia, yli 150.000 myytyä dvd:tä.
- Kokonaisvaltaista tuotantopalvelua ideoinnista valmiiseen tuotteeseen. Pienen yrityksen joustavuus.
- Olemme luoneet konseptin, jossa on toisiaan täydentäviä tuotteita. Olemme kouluttaneet kohderyhmän ja kasvatamme tasaisesti tuotevalikoimaa.
- Käsikirjoitus, webcast-tuottaminen, DVD:n tekeminen, videografiikka, toimituksellinen työ.
- Uusien tuotteiden kehittäminen monipuolisesti, myös alustat, kohderyhmät, IPTv, pelimaailma.

Lähteet

Alanen, Aku [2013] Laskelmat elokuva- ja jälkituotannon yrityksistä 2012. [Sähköpostiviesti 28.11.2013.]

Alanen, Aku [2012] Av-alan taloudesta. Luento Helsingin yliopistolla 4.4.2012. [luentokalvot tekijältä 20.6.2012.]

Alanen, Aku [2011] Elokuvan talous. Tieto&trendit 6/2011. Tilastokeskus.

Alanen, Aku [2012] Laskelmat elokuva- ja jälkituotannon pikkuyrityksistä 2010. [Sähköpostiviesti 27.6.2012.]

Alanen, Aku [2012] Leffateatteri ei vedä suomalaista. Tieto&trendit 6/2012. Tilastokeskus.

Danske Indholdsproducenter - Film, TV og Computerspil i tal [2009] Entertainment Copenhagen. http://copenhagenentertainment.dk/fileadmin/user_upload/Pdf/Fuld_Rapport_web.pdf.

Digital Media Finland. 2012. Digitaalisen jakelun ekosysteemit.

European Audiovisual Observatory. 2012 Yearbook Volume 1.

Euroopan unionin verkkosivut. Europa. Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. Audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi. http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0005_fi.htm

Euroopan komission verkkosivut. Europa. Euroopan digitaalistrategia. http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_fi.htm

Euroopan komission www-sivut Suomi/Ajankohtaista/Tiedotteet/ AVMS-direktiivi http://ec.europa.eu/finland/news/press/110329_fi.htm

Euroopan unionin verkkosivut. Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. Audiovisuaaliala ja viestimet. Europa. http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/index_fi.htm

Favex. Kansainväliset rahavirrat Suomen audiovisuaaliselle alalle vuonna 2012.

Finnpanel. Lehdistötiedote 6.2.2013. Television katsominen kasvussa.

Finlexin verkkosivut. Laki viestintähallinnosta. 29.6.2001/625.

ISAN Finland [2011] <http://isan-finland.fi/index.php?id=435>.

ISAN Finland [2012] ISANista pakollinen av-teoksille Ranskassa, Espanjassa ja Italiassa. 08.02.2012. [http://isan-finland.fi/index.php?id=444&tx_mininews_pi1\[-showUid\]=82&cHash=1355abae6de464382b6775b5b25afc3e](http://isan-finland.fi/index.php?id=444&tx_mininews_pi1[-showUid]=82&cHash=1355abae6de464382b6775b5b25afc3e).

Kalli, Seppo & Muikku, Jari & Tuovinen, Timoteus [2012] Tietokonegrafiikan ja

-animaation osaamisesta uutta kasvua Suomelle – Esiselvitys toimialan kehityshankkeille. Oske osaamiskeskusohjelma. Digital Media Finland.

Laakso, Stiina [2011] TV-tuotannon näkökulma. Teoksessa: Ulla Lukkari Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. Hermia Oy:n julkaisu 4/2011, 93–98.

Laki Elokvataiteen edistämisestä 21.1.2000/28. <http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/laki.pdf>

Laki televisio- ja radiotoiminnasta [1998]. 9.10.1998/744. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980744>.

Laki televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain muuttamisesta ja väliaikaisesta muuttamisesta [2010] Annettu Helsingissä 30 päivänä huhtikuuta 2010. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100306>. [Katsottu 7.10.2012.]

Laki viestintähallinnosta 29.6.2001/625. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20010625>.

Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi Yleisradio Oy:stä annetun lain sekä valtion televisio- ja radiorahastosta annetun lain muuttamisesta. [2012] HE 29/2012 vp. <http://217.71.145.20/TRIPviewer/show.asp?tunniste=HE+29/2012&base=erhe&palvelin=www.eduskunta.fi&f=WORD>

Kolehmainen, Katja & Jaalivaara, Janne & Talvitie, Arttu & Viertola, Asta & Westman, Marika [2013] Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatterijakelussa Suomessa.

Laurio, Nina [2011] Kotimaisella elokuvalla menee hyvin – vai meneekö? Teoksessa: Ulla Lukkari Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen. Hermia Oy:n julkaisu 4/2011, 99–102.

Liikenne- ja viestintäministeriö julkaisu 35/2011. Maksu-tv:n muuttuva arvoverkko. Maksu-tv:n kehitystrendeistä 2010-luvulla.

Liikenne- ja viestintäministeriö julkaisu 21/2013. Suomalainen televisiotarjonta 2012.

Liikenne- ja viestintäministeriö. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 2012.

Markkinointiviestinnän toimintaympäristö. Mainostajien Liiton toimintakertomus. <http://toimintakertomus.mainostajat.fi/?id=118> luettu 8.10.2013

Mediamainonnan määrä 2012 tiedote 29.1.2013. Mainonnan neuvottelukunta. http://www.tns-gallup.fi/doc/uutiset/Lehdistotiedote_29_1_2013.pdf luettu 25.9.2013

NAG Oy [2012] Päivitys television kehitysnäkymistä. Selvitys Liikenne- ja viestintäministeriölle. Helsinki. Loppuraportti 12.3.2012.

PWC. Nopea digitalisoituminen ohjaa viihde- ja mediateollisuutta. Lehdistöiedote 7.6.2013. <http://www.pwc.fi/fi/tiedotteet-2013/nopea-digitalisoituminen-ohjaa-viihde-ja-mediateollisuutta.jhtml>

Neogames verkkosivut. <http://www.neogames.fi/>

Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivut. Audiovisuaalinen kulttuuri. [Http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/taiteen_ ja_kulttuurin_alat/audiovisuaalinen_kulttuuri/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/taiteen_ ja_kulttuurin_alat/audiovisuaalinen_kulttuuri/?lang=fi)

Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:31. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset.

Opetusministeriön julkaisuja 2010: 10. Kulttuuri –tulevaisuuden voima. Toimikunnan ehdotus selonteoksi kulttuurin tulevaisuudesta.

Opetusministeriö (2005) Audiovisuaalisen politiikan linjat. Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto. Opetusministeriön julkaisuja 2005:8.

Opetus- ja kulttuuriministeriö (2102) Tiedotteet 12.09.2012. Arhinmäki linjasi audiovisuaalisen kulttuurin tavoitteita. [Http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2012/09/av_linjaukset.html?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2012/09/av_linjaukset.html?lang=fi). Luettu 13.09.2012.

Parametra 2013. Suomen elokuvasäätö. Kotimaisen elokuvan yleisöt –tutkimus 2013.

Picard Robert G. (2012) Media Clusters: Trends and Characteristics. The presentation at the cluster meeting in Hilversum, Holland in the Dutch Media Cluster in its Global Context congress.

Porter, Michael E. (1990) The Competitive Advantage on Nations. London: The Macmillan Press.

Suomen elokuvasäätö. Elokvavuosi 2012. Facts & Figures.

Tilastokeskus. Joukkoviestimet 2011.

Tilastokeskus. Joukkoviestintä 2011. http://tilastokeskus.fi/til/jvie/2011/01/jvie_2011_01_2012-12-12_fi.pdf

Tilastokeskus. Joukkoviestintä. Televisio ylitti miljardin euron rajan. 24.5.2013. http://www.stat.fi/til/jvie/2011/jvie_2011_2012-05-24_tie_001_fi.html

Teostory 2: 2012. Säveltäjän Tekijänoikeustoimisto Teosto ry.

Turun Kauppakorkeakoulu 2009. Suomalaisten elokuvien kansainvälistyminen.

Työ- ja elinkeinoministeriön verkkosivut. Aineettomat oikeudet. http://www.tem.fi/innovaatiot/aineettomat_oikeudet_%28jpr%29

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 26/2013. Julkinen rahoitus luovien alojen yrityksissä.

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 40/2012. Luovuudesta kasvua ja uudistumista.

Yle Areena. Julkinen sana. Internetin ja TV:n yhdistyminen. Kuunneltu 21.9.2013

Yleisradion verkkosivut. Mikä Yle-vero?

Viestintävirasto. AV-sisältöpalvelujen kuluttajatutkimus 2012.

Viestinnän keskusliitto (2012) *Lausunto audiovisuaalista kulttuuria koskevista poliittisista linjauksista*. Opetus- ja kulttuuriministeriö 23.2.2012. Lausuntopyyntö 18.1.2012, OKM/1/600/2012. [Http://www.vkl.fi/files/1949/120223AVKulttuuri.pdf](http://www.vkl.fi/files/1949/120223AVKulttuuri.pdf).

Viestintävirasto. Katsaus audiovisuaalisen median markkinoihin 2010. Markkinakatsaus 4b/2010.

Viestintäviraston verkkosivut. Ajankohtaista 2012. Nettivideot kiinnostavat kaikenikäisiä netin käyttäjiä. 26.10.2012. <https://www.viestintavirasto.fi/tietoatomialasta/katsauksetjaartikkelit/tvjaradio/nettivideotkiinnostavatkaikenikaisia-netinkayttajia.html>

Viestintäviraston verkkosivut. TV- ja radioartikkelit. Televisio- ja videopalvelut 2012. 14.6.2013. <https://www.viestintavirasto.fi/tietoatomialasta/katsauksetjaartikkelit/tvjaradio/televisio-javideopalvelut2012.html>

Viestintävirasto. Toimialakatsaus 2012. <https://www.viestintavirasto.fi/attachments/Toimialakatsaus2012.pdf>

Viestintäviraston verkkosivut. Viestintämarkkina-artikkelit. Teleyritysten tulot ja investoinnit 2012. 2.7.2013. <https://www.viestintavirasto.fi/tietoatomialasta/katsauksetjaartikkelit/viestintamarkkinat/teleyritystentulotjainvestoinnit2012.html>

Viestintävirasto (2011) Viestintäviraston strategia 2020. [Http://www.epaper.fi/reader/?issue=27037;5d9e7b728e67dd7f7916e0cd1d0d3d8f](http://www.epaper.fi/reader/?issue=27037;5d9e7b728e67dd7f7916e0cd1d0d3d8f).

Wikipedia. IPTV. [Http://fi.wikipedia.org/wiki/IPTV#cite_note-viihde-1](http://fi.wikipedia.org/wiki/IPTV#cite_note-viihde-1).

Wikipedia. Suomalainen elokuva. http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomalainen_elokuva

Liitteet

Liite 1. Toimialakartoitukseen kutsutut yritykset (tiedot koskien vuotta 2010)

3D ARTS'N MAGIC OY	MERA CAGLIOSTRO	GENRE TUOTANTO OY	KRISTALLISILMÄ OY	OUTO MEDIA OY	STORYOF OY
3-D TRIX FINLAND OY	ELOKUVATUOTANTO PIETU TAKALA OY	GIMAGE OY	KRUUVA OY	OY ANIMA VITAE LTD	STREAMTEAM KY
3DOLLI OY	ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ COCKTAIL FILM FINLAND OY	GIMMEYAWALLET PRODUCTIONS OY	KUITU MEDIA OY	OY CON PLEXI AB	STUDIO MONTAASI OY
3MOTION OY	ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MJÖLK OY	GOODMOOD PRODUCTIONS OY	KUVAKIELI KY	OY FILMITEOLLISUUS FINE AB	SUOMEN FILMITEOLLISUUS (SF) OY
AB ANDERS ENGSTRÖM PRODUCTIONS OY	ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MOTEL ROYAL FINLAND OY	GRILLIFILMS OY	KÄRKIJOUKKUE PRODUCTIONS OY	OY FILMKOMPAANIET ALPHA AB	SUS PRODUCTIONS AB OY
AB SVENGCOM PRODUCTION LTD	ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ COMMON SENSE FINLAND OY	GROUNDHOG MEDIA OY	LAPLAND MEMORIES OY	OY FLMS BROS. & CO. AB	SUSAMURU OY
AITO MEDIA OY	ELOKUVAYHTIÖ HUMINA OY	HACKLIN ANTTI HEIKKI MIKAEKEL	LAPLAND STUDIO	OY MAKE MY MOMENT NORDIC AB	TALVI INTERNATIONAL OY
ALSO STARRING OY	ELOKUVAAÄNIYHTIÖ ELOKUVIA JA VANHOJA PITSEJÄ	HAKALAX PRODUCTIONS OY	LASERTEKSTITTÄMÖ EURO LAB FINLAND OY	OY NY MAN COMMUNICATION, CONSULTATION & CONTEMPORATION AB	TARINATALO OY
ANIMA BOUTIQUE OY	EPIC FILM FINLAND OY	HALLAVA FILMI OY	LEINO PRODUCTION OY	OY RABBIT FILMS LTD	TEN YEARS PRODUCTION OY
APOGEE OY	ESA SILTALOPPI PRODUCTIONS OY	HD-POST LTD OY	LINSSILUDE OY	OY SUN PICTURES LTD	TOAST POST PRODUCTION OY LTD
ART FILMS PRODUCTION AFP OY	FAMILY CHANNEL OY	HELINGIN PRODUCTUM OY	LUXIAN PRODUCTIONS OY	OY VIDEO FLASH LTD	TOPFRAME KY
ARTISTA FILMI OY	FANTOMATICO OY	HELSINKI PUMP PRODUCTION OY	LÅNGFILM PRODUCTIONS FINLAND OY	OY VISUAL POWER LTD	TRE FILM AB
AURUAUDIO	FILM & CARTOON FINLAND OY	HELSINKI-FILMI OY	M JA H HANHELA OY	P. Mutasen Elokuvakonepaja	TRIPLE TV PRODUCTIONS OY
AVSET OSAKEYHTIÖ	FILM ELEMENT OY	HOCKEY-CAMERA FINLAND	MAGNETTO MEDIA OY	PABLO FILMS OY	TUNNE PRODUCTIONS OY
BLIND SPOT PICTURES OY	FILMAATTISET OY	IKISTOORI OY	MAINOSELOKUVAYHTIÖ AXNI OY	PALLOSALAMA KARPO OY	TUOTANTO OY SÄIHKY
BLINK ENTERTAINMENT OY	FILMITEOLLISUUS FINE - MEDIATION OY	ILLUME OY	MAINOSELOKUVAYHTIÖ OSCAR OY	PAPA NOËL FILMS	TUOTANTOTALO WERNE OY
BLUE MEDIA OY	FILMIYHTIÖ HEHKU OY	INMIND PRODUCTION OY	MAKING MOVIES - NORDBERG & AHO OY	PETRI MERTA KY	TUOTANTOYHTIÖ ARANU OY
CAN DO TUOTANTO OY	FILMONA OY	INSANO PRODUCTIONS OY	MARIANNA FILMS OY	POHJANTÄHTI-ELOKUVA OY	TUOTANTOYHTIÖ KASSETTE OY
CENTURY FILMS OY	FINAL CUT PRODUCTIONS OY	IT'S ALIVE PRODUCTIONS OY	MATILA RÖHR NORDISK OY	PORKKANA RYHMÄ OY	TUOTANTOYHTIÖ LEGENDA OY
CHANCE KUVA- JA ÄÄNIPALVELU	FINNISH CONSTRUCTION COMMUNICATIONS HANNONEN & SALMI & TUOMINEN OY	ITUPIIKKI OY	MEDIA LOUHOS-TUOTANTO OY	PORSKI OY	TUOTANTOYHTIÖ ONNELLINEN OSKARI OY
CHEESEBURGER OY	FINN-LAB OY	JACKPOT FILMS OY	MEDIATALLI PRODUCTIONS OY	PROCAM TUOTANTO OY	TUOTANTOYHTIÖ TA-DAA! OY
CINEMAKER OY	FIRST FLOOR PRODUCTIONS OY	JANIN PAJA OY	MEDIATUOTANTO AMIGOS OY	PROVISUAL OY	TUOTANTOYHTIÖ TV10 OY
CINEPRO FINLAND OY	FITNESS MEDIA OY	JUONIFILMI OY	MEDIFILM OY	PULITZER OY	TWISTED FILMS OY
Close-Up Filmituotanto Oy	FRAME GRAPHICS OY	JUSTIN CASE PRODUCTIONS AVOIN YHTIÖ	MEGURU FILM SOUND OY	RADICAL PICTURES OY	UFACIK & PARTNERS OY
C-MEDIA OY	FRANCK MEDIA OY	JÖRN DONNER PRODUCTIONS OY	MOSKITO GROUP OY	REEL ONE OY	UNDO OY
COPPERSKY OY	FREMANTLEMEDIA FINLAND OY	KENNEL HELSINKI OY	MOSKITO SPORT OY	RIIKOS FILMI OY	UNIFILM OY
CRAFT FINLAND OY	FRONT DESK OY	KEY LIGHT OY	MOTION & TIME COMPANY OY	ROCKWAY OY	VALO AURINKO
DIGITAL FACTORY OY	FUNNY FILMS OY	KFX FINLAND OY	MOUKA FILMI OY	SAHA TUOTANTO OY	VASARA FILMS OSAKEYHTIÖ
DOCART KY	FW FILMWORKS OY	KINOCOMPANY FINLAND OY	NATURPRO FILMS OY	SDI MEDIA A/S, SUOMEN SILVULIIE	VERTIGO PRODUCTION OY
DOGHILL PRODUCTIONS OY	GENERATOR POST OY	KINOMO	NEOVO SOLUTIONS OY	SEPIE OY	VIDECAM OY
DOUGLAS PRODUCTIONS OY		KINOTAR OY	NICE ENTERTAINMENT GROUP OY	SEPPÄ CALLAHANIN FILMI-MAAILMA OY	VIDEOFLAME
DREAM CATCHER OY		KLAFFI TUOTANNOT OY	NNP NORTHERN NEWS PRODUCTIONS OY	SHAKAALI TUOTANTO OY	VIDEOTUOTANTO HASSELMAN OY
DREAMMILL OY		KOMIA HELSINKI OY	NOBRAINER FILMS OY	SISÄ-SUOMEN KUVAPÄÄT OY	VIDEOZOOM OY
DUBBERMAN FINLAND OY			NOUHAU PRODUCTIONS OY	SKARVI OY	VIDEPE OY
EDITH FILM OY AB			NYKÄNEN PRODUCTIONS OY	SNAPPER FILMS OY	VILLE LIPIÄINEN
ELIXIR CMS OY			OKTOBER OY	SOLAR FILMS INC OY	VISIGOTH OY
ELOKUVAOSUUSKUNTA CA-			OPTIPARI OY	SOLAR TELEVISION OY	VISUAL SPORTS OY
			OSMO WALDEN FILMS OY * OSMOS FILMS	SPECIAL FX OY	VJ-TUOTANTO OY
			OTTO TUOTANTO OY	SPUTNIK OY	YELLOW FILM & TV OY
				STEREOSCAPE OY	ZETADISPLAY FINLAND OY
					ZODIAK FINLAND OY

Liite 2. Toimialakartoitukseen kutsutut yritykset (tiedot koskien vuotta 2011)

!NOOB	DOUGLAS PRODUCTIONS OY	GIMMEYAWALLET PRODUCTIONS OY
3-D TRIX FINLAND OY	DREAM CATCHER OY	GOODMOOD PRODUCTIONS OY
3DOLLI OY	DREAMMILL OY	
3MOTION OY	DUBBERMAN FINLAND OY	
AB ANDERS ENGSTRÖM PRODUCTIONS OY	EDITH FILM OY AB	GRILLIFILMS OY
AB SVENCOM PRODUCTION LTD	ELIXIR CMS OY	H5 FILM SOUND
AITO MEDIA OY	ELOKUVATUOTANTO PIETU TAKALA OY	HACKLIN ANTTI HEIKKI MIKAEEL
ALSO STARRING OY	ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ OY BUFO AB	HAKALAX PRODUCTIONS OY
AMIGOS OY	ELOKUVIA JA VANHOJA PITSEJÄ	HALLAVA FILMI OY
ANGEL FILMS	ENERGIA PRODUCTIONS	HD-POST LTD OY
ANIMA BOUTIQUE OY	EPIC FILM FINLAND OY	HEHKU OY
ANIMA VITAE LTD	ESA SILTALOPPI PRODUCTIONS OY	HELSINGIN PRODUCTUM OY
ANORAK	FAKE GRAPHICS	HELSINKI PUMP PRODUCTIONS OY
APOGEE OY	FAMILY CHANNEL OY	HELSINKI-FILMI OY
ARANU OY	FANTOMATICO OY	HOCKEY-CAMERA FINLAND
ART FILMS PRODUCTION AFP OY	FEMKANTEN OY	HUMINA OY
ARTISTA FILMI OY	FENNADA-FILMI	IKISTOORI OY
AURUAUDIO	FILM ELEMENT OY	IKONI JA INDEKSI OY
AVSET OSAKEYHTIÖ	FILMAATTISET OY	ILLUME OY
BLIND SPOT PICTURES OY	FILMITEOLLISUUS FINE AB	ILOTUOTANTO
BLUE MEDIA OY	FILMKOMANIET ALPHA AB	INDAV OY
BRONSON CLUB	FILMONA OY	INDIUM FILM COMPANY
CAN DO TUOTANTO OY	FINAL CUT PRODUCTIONS OY	INMIND PRODUCTION OY
CENTURY FILMS OY	FINN-LAB OY	INSANO PRODUCTIONS OY
CHANCE KUVA- JA ÄÄNIPALVELU	FIRST FLOOR PRODUCTIONS OY	INTERVISIO OY
CINE WORKS OY LTD	FISHER KING PRODUCTION	IT'S ALIVE PRODUCTIONS OY
CINEMAKER OY	FITNESS MEDIA OY	ITUPIIKKI OY
CINEPRO FINLAND OY	FIVE CORNERS PRODUCTION OY	JA MEDIA PRODUCTION AB
Cinet Oy	FLMS BROS. & CO. AB	JACKPOT FILMS
CITYPORTAL OY	FRAME GRAPHICS OY	JAMES POST OY
Close-Up Filmituotanto Oy	FRANCK MEDIA OY	JANIN PAJA OY
C-MEDIA OY	FREMANTLEMEDIA FINLAND OY	JARI SALMI TUOTANNOT OY
COCKTAIL FILM FINLAND OY	FRONT DESK OY	JUONIFILMI OY
COMMON SENSE FINLAND OY	FUNNY FILMS OY	JUSTIN CASE PRODUCTIONS
CON PLEXI AB	FW FILMWORKS OY	AVOIN YHTIÖ
COPPERSKY OY	GENERATOR POST OY	JÖRN DONNER PRODUCTIONS OY
CRAFT FINLAND OY	GENRE TUOTANTO OY	KASSETTE OY
DIGITAL FACTORY OY	GIMAGE OY	KENNEL HELSINKI OY
DIONYSOS FILMS		KEY LIGHT OY
Directors Cut		KFX FINLAND OY
		KINOCOMPANY FINLAND OY

KINOMO	MOTION & TIME COMPANY OY	SEPIE OY
KINOSTO OY	MOUKA FILMI OY	SEPPÄ CALLAHANIN FILMI-MAAILMA OY
KINOTAR OY	NATURPRO FILMS OY	SHAKAALI TUOTANTO OY
KLAFFI TUOTANNOT OY	NEDEA	SILVA MYSTERIUM OY
KOMIA HELSINKI OY	NITRO FILM	SISÄ-SUOMEN KUVAPÄÄT OY
KRISTALLISILMÄ OY	NOBRAINER FILMS OY	SKARVI OY
KRUUVA OY	NOUHAU PRODUCTIONS OY	SNAPPER FILMS OY
KUITUMEDIA OY	NY MAN COMMUNICATION	SOLAR FILMS INC OY
KUVAKASVOT	NYKÄNEN PRODUCTIONS OY	SOLAR TELEVISION OY
KUVAKIELI KY	OKTOBER OY	SOUND ENGINE
KÄRKIJOUKKUE PRODUCTIONS OY	ONNELLINEN OSKARI OY	SPECIAL FX OY
LAPLAND MEMORIES OY	OPTIPARI OY	SPUTNIK OY
LAPLANS STUDIO	OSMO WALDEN FILMS OY	STEREOSCAPE OY
LASERTEKSTITTÄMÖ EURO LAB FINLAND OY	OTTO TUOTANTO OY	STORYOF OY
LEGENDA OY	OUTO MEDIA OY	STREAMTEAM KY
LEINO PRODUCTION OY	P. MUTASEN ELOKUVAKONEPAJA	STUDIO MONTAASI OY
LIBERTY PRODUCTION LTD	PABLO FILMS OY	SUN PICTURES LTD
LINSSILUDE OY	PALLOSALAMA KARPO OY	SUOMEN FILMITEOLLISUUS (SF)
LUXIAN PRODUCTIONS OY	PEKKA HARA	SUS PRODUCTIONS AB OY
LÄNGFILM PRODUCTIONS FINLAND OY	PERFECT PET	SUSAMURU OY
MAGNEETTO MEDIA OY	PERIFERIA PRODUCTIONS	SÄIHKY
MAGNUSBORG	PETFILMS	TA-DAA! OY
MAINOSELOKUVAYHTIÖ AXNI OY	POHJANTÄHTI-ELOKUVA OY	TALVI INTERNATIONAL OY
MAINOSELOKUVAYHTIÖ OSCAR OY	PORKKANA RYHMÄ OY	TARINATALO OY
MAKE MY MOMENT NORDIC AB	PORSKI OY	TEN YEARS PRODUCTION OY
MAKING MOVIES - NORDBERG & AHO OY	POST CONTROL HELSINKI	TOAST POST PRODUCTION OY LTD
MARIANNA FILMS OY	PROCAM TUOTANTO OY	TOPFRAME KY
MATILA RÖHR NORDISK OY	PRODUCTION HOUSE OY FINLAND	TRANSMIX Oy Ltd
MEDIALOUHOS-TUOTANTO OSK	Probus	TRE FILM AB
MEDIATALLI PRODUCTIONS OY	PRO-TUOTANTO OY	TRIPLE TV PRODUCTIONS OY
MEDIFILM OY	PROVISUAL OY	TUNNE PRODUCTIONS OY
MEGURU FILM SOUND OY	PULITZER OY	TWISTED FILMS OY
METRONOME Film & Television Oy - A Shine Group Company	PYSTYMETSÄ Oy	UFACIK & PARTNERS OY
MJÖLK OY	R & B PRODUCTIONS	ULKOKUVA
MOGULMEDIA	RABBIT FILMS LTD	UNDO OY
MOSKITO GROUP OY	RADICAL PICTURES OY	UNIFILM OY
MOSKITO SPORT OY	REEL ONE OY	VALO AURINKO
MOSKITO TELEVISION OY	RGB Oy	VASARA FILMS OSAKEYHTIÖ
MOTEL ROYAL FINLAND OY	RIIKOS FILMI OY	WERNE OY
	RINKI OY	VERTIGO PRODUCTION
	ROCKWAY OY	WESTER PRODUCTION
	SAHA TUOTANTO OY	VIDECAM OY
	SCREENING AGENCY	VIDEO FLASH LTD
	SDI MEDIA A/S, SUOMEN SIVULIIKE	VIDEOFLAME

VIDEOKESKUS
 VIDEO-MATCH
 VIDEOTUOTANTO HASSELMAN OY
 VIDEOZOOM OY
 VIDEPE OY
 WILDFIN

VILLE LIPIÄINEN
 VISIOREX
 VISOCOM TURUN TIETOKUVA OY
 VISUAL POWER LTD
 VISUAL SPORTS OY
 VJ-TUOTANTO OY

WOODPECKER FILM
 WRITERS BLOCK
 YELLOW FILM & TV OY
 ZETADISPLAY FINLAND OY
 ZODIAK FINLAND OY

Liite 3. Toimialakartoitukseen kutsutut yritykset (tiedot koskien vuotta 2012)

3D ARTS'N MAGIC OY
 3-D TRIX FINLAND OY
 3DOLLI OY
 3MOTION OY
 AAVA & BANG OY
 AB XS TV-MEDIAPRODUKTION LTD
 AITO MEDIA OY
 ALSO STARRING OY
 AMIGOS MEDIA
 ANATOM PICTURES OY
 ANGEL FILMS OY
 ANIMA BOUTIQUE OY
 ANORAK AGENCY
 APOGEE OY
 ARANU OY PRODUCTION HOUSE
 ART FILMS PRODUCTION AFP OY
 ARTISTA FILMI OY
 AUDIO HOUSE FINLAND OY
 AVAINMEDIA LÄHETYSJÄRJESTÖ RY
 AVANTON PRODUCTIONS OY
 AVSET OY
 BEE'S KNEES PROJECTS OY
 BLIND SPOT PICTURES OY
 BLUE MEDIA OY
 BLUE MEDIA PRODUCTIONS OY
 BRINK HELSINKI OY
 BRONSON CLUB OY
 CAN DO TUOTANTO OY
 CASTREN ENGINE OY/SOUND ENGINE
 CAPEFINN OY
 CENTURY FILMS OY
 CHANCE KUVA- JA ÄÄNIPALVELU
 CHEESEBURGER OY
 CINEPRO FINLAND OY
 CINET OY
 CINE WORKS KOSKINEN & ROSSI OY
 CITYPORTAL AB/OY

CLOSE UP FILMITUOTANTO OY
 C-MEDIA OY
 COMMON SENSE FINLAND OY
 CONTUM OY
 COPPERSKY OY
 CRAFT FINLAND OY
 CULTFICTION OY MEDIA PRODUCTIONS
 DANCING LOVIISA OY
 DICTATOR FILMS OY
 DIONYSOS FILMS OY
 DIRECTOR'S CUT OY
 DIRECTOR'S GUILD OY
 DOCART KY
 DOGHILL PRODUCTIONS OY
 DOONING GROUP AB
 DOUGLAS PRODUCTIONS OY
 DREAM CATCHER OY
 DREAMMILL OY
 DUBBERMAN FINLAND OY
 EDITH FILM OY AB
 ELIXIR CMS OY
 ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MADE OY
 ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MJÖLK OY
 ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MOTEL ROYAL FINLAND OY
 ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ ÖLK OY
 ELOKUVAÄÄNIYHTIÖ HUMINA OY
 ENDEMOL FINLAND OY
 ES VISUALS OY
 EUPHORIA FILM OY
 FAKE GRAPHICS OY
 FANTOMATICO OY
 FELLOWLAND OY
 FEMKANTEN MEDIA OY
 FILM & CARTOON FINLAND OY
 FILMAATTISET OY
 FILMFLY OY
 FILMIMAA OY
 OY FILMKOMPANIET ALPHA AB
 FILMONA OY

FINAL CUT PRODUCTIONS OY
 FIRST FLOOR PRODUCTIONS OY
 FISHER KING PRODUCTION OY
 FITNESS MEDIA OY
 FIVE CORNERS PRODUCTION OY
 FLATLIGHT FILMS OY
 FLMS BROS. & CO.
 FOX INTERNATIONAL CHANNELS OY
 FRAME GRAPHICS OY
 FRANCK MEDIA OY
 FREMANTLEMEDIA FINLAND OY
 FRONT DESK OY
 FULL FRAME FICTION OY
 FUNNY FILMS OY
 FW FILMWORKS OY
 GENERATOR POST OY
 GIMAGE OY
 GIMMEYAWALLET PRODUCTIONS OY
 GOODMOOD INNOVATIONS OY
 GRILLIFILMS OY
 GROUNDHOG MEDIA OY
 H5 FILM SOUND OY LTD.
 HACIENDA PICTURES
 HAKALAX PRODUCTIONS OY
 HALLAVA FILMI OY
 HELSINGIN PRODUCTUM OY
 HELSINKI -FILMI OY
 HULLU JUKKA PRODUKTIONS
 IKISTOORI OY
 IKONI JA INDEKSI OY
 ILLUME OY
 INDAV OY
 INMIND PRODUCTION OY
 INSANO PRODUCTIONS OY
 INTERVISIO OY
 IR VISUAL WORKS OY
 IT'S ALIVE PRODUCTIONS OY
 ITV STUDIOS FINLAND OY
 JACKPOT FILMS OY
 JALO PRODUCTION OY

JAMES POST OY
 JANIN PAJA OY
 JHX GROUP OY
 KALA PRODUCTIONS OY
 KENNEL HELSINKI OY
 KFX FINLAND OY
 KINOCOMPANY OY
 KINOMO
 KINOPRODUCTION OY
 KINOSTO OY
 KINOTAR OY
 KLAFFI TUOTANNOT OY
 KOMIA HELSINKI OY
 KOTOLIVING OY
 KRISTALLISILMÄ OY
 KUITU MEDIA OY
 KUVAKASVOT OY
 KUVAKIELI KY
 KYRTSI
 LAPLAND MEMORIES OY
 LEMEON MEDIA PRODUCTS OY
 LUODA PRODUCTION OY
 LÅNGFILM PRODUCTIONS FINLAND OY
 MAGNEETTO MEDIA OY
 MAINOSELOKUVAYHTIÖ AXN! OY
 MAINOSELOKUVAYHTIÖ OSCAR OY
 MAKING MOVIES - NORDBERG & AHO OY
 MARKKINOINTIVIESTINTÄ 42 OY
 VIDEO-MATCH OY
 MATILA RÖHR NORDISK OY
 MEDIALOUHOS-TUOTANTO OSK
 MEDIATUOTANTO AMIGOS OY
 MEGURU FILM SOUND OY
 METRONOME FILM & TELEVISION OY
 MOGULMEDIA OY LTD
 MOSHFISH HELSINKI OY
 MOSKITO GROUP OY
 MOUKA FILMI OY

MYFILM OY
 MYRÄKKÄ
 NEOVO SOLUTIONS OY
 NITRO GROUP OY
 NOBRAINER FILMS OY
 NOUHAU PRODUCTIONS OY
 OKTOBER OY
 ONE MEDIA FILMS OY
 OPTIPARI OY
 OSMO WALDEN FILMS OY
 OSUUSKUNTA ANIMAATIO-KOPLA
 OSUUSKUNTA KORPIPAJA
 OTTO TUOTANTO OY
 OY ANIMA VITAE LTD
 OY BUFO AB
 OY FILMKOMPAANIET ALPHA AB
 OY RABBIT FILMS LTD
 P. MUTASEN ELOKUVAKONEPAJA OY
 PABLO FILMS OY
 PAPA NOËL FILMS
 PERFECTPET
 PERIFERIA PRODUCTIONS OY
 PETRI MERTA KY
 POHJANTÄHTI-ELOKUVA OY
 POST CONTROL HELSINKI OY
 PROCAM TUOTANTO OY
 PRODUCTION HOUSE OY FINLAND
 PRODUS OY
 PROLOGUE PICTURES
 PROVISUAL OY
 PYSTYMETSÄ OY
 RAISION FOCUS-VIDEO OY
 RAKETTIJENGI TUOTANNOT OY
 RED GREEN BLUE RGB OY
 REEL ONE OY
 REX DIGITAL CINEMA AB
 RIIKOS FILMI OY
 ROCKWAY OY
 ROKNAL PRODUCTION OY
 SAHA PROD
 SEPITE OY

SHAKAALI TUOTANTO OY
 SIGNMARK PRODUCTIONS OY
 SILVA MYSTERIUM OY
 SISÄ-SUOMEN KUVAPÄÄT OY
 SKARVI OY
 SNAPPER FILMS OY
 SOLAR FILMS INC OY
 SOLAR TELEVISION OY
 SPECIAL FX OY
 STEREOscape OY
 STREAMTEAM NORDIC OY
 STUDIO OUTO OY
 SUOMEN FILMITEOLLISUUS (SF) OY
 SUSAMURU OY
 SWAN MEDIA OY
 TALVI DIGITAL OY
 TAMMERKOSKEN POSTI
 TEN YEARS PRODUCTION OY
 TOAST POST PRODUCTION OY LTD
 TOPFRAME KY
 TRANSMIX OY LTD
 TRASH VIDEO OY
 TRE FILM AB
 TUNNE PRODUCTIONS OY
 TUOTANTO OY SÄIHKY
 TUOTANTO RINKI OY
 TUOTANTOTALO WERNE OY
 TUOTANTOYHTIÖ ENERGIA OY
 TUOTANTOYHTIÖ KASSETTE OY
 TUOTANTOYHTIÖ LEGENDA OY
 TUOTANTOYHTIÖ ONNELLI-NEN OSKARI OY
 TUOTANTOYHTIÖ TA-DAA! OY
 TWISTED FILMS OY
 SUOMEN ULKOKUVA OY
 UNDO OY
 UPTEMPO OY
 WAVE PRODUCTIONS
 WESTER PRODUCTION OY
 VIDECAM OY
 VIDEOFLAME

VIDEOMAKERS OY LAHTI
 VIDEONIKKARIT OY
 VIDEOTUOTANTO HASSELMAN OY
 VIDEPE OY

WINTHUR OY
 VISIGOTH OY
 VISUAL SPORTS OY
 VISUAL POWER
 WOODPECKER FILM OY

YELLOW FILM & TV OY
 ZANOTTO OY
 ZETADISPLAY FINLAND OY
 ZODIAK FINLAND OY

Liite 4. Kysymyslomake 2010

Kyselyn tavoite on osoittaa:

- 1) toiminnan ammattimaisuus/liiketoiminnallisuus/kannattavuus
- 2) monipuolinen erityisosaaminen, jolla kytkennät koko luovan talouden ekosysteemiin
- 3) työllistävyys

Yrityksen taustatiedot:

- Minä vuonna yritys on perustettu? _____
- Missä yritys sijaitsee (valitse päätoimipiste, jos useampia): _____
 etelä [pääkaupunkiseutu]
 länsi [Turku, Tampere, Pori, Vaasa, Jyväskylä]
 itä [Lahti, Mikkeli, Kuopio, Joensuu]
 pohjoinen [Oulu, Kajaani, Lappi]

- Onko yrityksellä toimintaa (esim. oma toimipiste) ulkomailla? Jos on missä maassa?

Yrityksen toimiala ja liikevaihto: _____

- Mikä on yrityksen liikevaihto [2010] _____ [sis. muut tuotot, esim. SES-tuet] Osoittama voitto / tappio on _____

- Valitse yrityksen toimialat sekä merkitse niiden osuus liikevaihdosta.

- elokuva
- tv-tuotanto
- mainoselokuva
- B2B-tuotannot
- nettivideot
- merchandising-tuloja
- muuta _____
- muuta _____

100 % [valmiiksi kokonaisena]

- Mitä erityisosaamista yrityksestä löytyy

- Onko yrityksessä tehty viimeisen 5 vuoden sisällä fuusio tai yrityskauppa?

Yrityksen omistus (voit valita kummatkin):

Kotimaisessa omistuksessa _ Ulkomaisessa omistuksessa _

Asiakkaat:

Laita asiakkaat tärkeysjärjestykseen, myös ulkomaiset:

- levittäjät (esim. Finnkino, Nordisk, Disney) _____
- tv-kanavat _____
- mainostoimistot _____
- yritykset (mainostajat, muut toimeksiantajat) _____ Muu mikä: _____

Toiminnan tukijat ja rahoitus:

- Onko yrityksen toimintaa tuettu seuraavilta tahoilta?
 julkiset tukijat (on / ei)
 SES
 Avek
 Tekes
 muut tukijat [Luses, Esek tms.]
 yksityiset sijoittajat
 kuluttajarahoitus (esim. suoramyynti mobiilissa, netissä, fanittaminen yms.) sponsorit

Tulevaisuuden haasteet:

Rastita seuraavista kolme tärkeintä tulevaisuuden haastetta

- Menestys ja kasvu ____
- Tilaukannassa pysyminen ____ / uusia yrittäjiä ____ / ulkomaista tuotantoa ____
 / kanavien omaa tuotantoa vastaan ____
- Alan keskittyminen ____ / erikoistuminen ____
- Tarvittavan osaamisen täydentäminen ____
- Suomalainen IPR ____
- Rahoituksen kehittyminen ____
- Jakeluverkoston kehittyminen ____
- Yleisön muuttuva maku ja mediankäyttötapojen muutokset ____

Onko yrityksellä kasvu- tai muu strategia? On ____ /ei ____.

Kuinka usein strategia päivitetään? ____

tehdäänkö se yrityksessä ____ / yrityksen ulkopuolisella konsultilla ____ / muu taho, mikä? ____

Ekosysteemi:

Mitä muita luovan alan yrityksiä tuotannoissa on keskeisinä vaikuttajina tai rahoittajina mukana?

- kirjankustantajat
- lehtikustantajat
- levy yhtiöt
- tapahtumajärjestäjät
- muu, mikä? ____
- muu, mikä? ____
- muu, mikä? ____

Mainitse kolme tärkeintä ulkomaista yhteistyökumppanianne?

Mitä seuraavista alihankkijoista käytätte?

	päivittäin	viikoittain	kerran kuukaudessa	2-5 krt. / vuosi
jälkituotantoyritykset				
äänituotantoyritykset				
musiikkituotantoyri- tykset				
studiopalvelut				
animaatiotuotanto				
agentit (määritä tarkemmin)				
lavastus				
valaistus				
puvustus				

Paljonko edellä mainituista on ulkomaisia palveluntarjoajia?

Henkilöstö [vuoden 2010 aikana]

1) Henkilömäärä

vakinaiset _____
 osa-aikaiset _____
 freet _____
 harjoittelijat _____

Rastita yrityksestä löytyvien työntekijöiden nimikkeet

toimitusjohtaja _____ työskentelee myös _____ [tehtävä, osaaminen]
 varatoimitusjohtaja _____ työskentelee myös _____ [tehtävä, osaaminen]
 tuottaja (määrä) _____
 tuotantopäällikkö (määrä) _____
 taluspäällikkö _____
 tuotantoassistentti (määrä) _____
 TD, technical designer (määrä) _____
 Editoija (määrä) _____
 muu, mikä? _____
 muu, mikä? _____
 muu, mikä? _____

2) Mitä ovat vakituisesti käytettävien freelancereiden nimekkeet ja määrä:

Ohjaaja _____
 Käsikirjoittaja/toimittaja _____
 Kuvaaja _____
 Valaisija _____
 Lavastaja _____
 Puvustaja _____
 Pukusuunnittelija _____
 Studio-ohjaaja _____
 Äänittäjä _____
 Maskeeraaja _____
 Kuvaussihteeri _____
 Editoija _____
 Muu, mikä? _____
 Muu, mikä? _____
 Muu, mikä? _____

Kohdista 1) ja 2) muodostuvat henkilötövuodet yhteensä [mahd.tarkka luku] _____

arvioi kuinka monta henkilötövuotta yritys on työllistänyt alihankintayritysten tai suomalaisten yhteistuotantoyritysten kautta [esim. tekninen henkilöstö] _____
 kuinka monta henkilötövuotta yritys on työllistänyt ulkomailta? _____

Liite 7. Miksi yritykset eivät vastanneet?

Seuraavaan on koottu sähköpostitse saatuja vastauksia, miksi yritykset eivät vastanneet vuoden 2011 kyselyyn.

- Eräs yritys kertoi olleensa mukana vuoden 2010 kyselyssä, joten heillä ei ollut halua vastata enää vuoden 2011 lomakkeeseen:
- Vastaamattomuuden syynä saattoi olla toiminnan vähäisyys.
- Yksi ei-vastaja paljasti, että se oli mukana valitussa Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa, vaikkei sillä oikeasti edes ollut audiovisuaalista toimintaa:
- Joidenkin vastaamatta jättäneiden mielestä erityisesti ulkomaisia alihankintapalveluja oli mahdotonta luokitella niin tarkasti kuin kyselyssä toivottiin:
- Joissakin tapauksissa suurten ulkomaisten konsernien tytäryhtiöt Suomessa eivät saaneet kyselyssä tarvittavia tietoja käyttöönsä tai kansainvälinen toiminta hoidettiin ihan toisen yhtiön kautta:
- Jotkut kieltäytyivät vastaamasta, koska kokivat sen loukkaavan integriteettiään, vaikkakin ymmärsivät kyselyn tarkoituksen:
- Joskus vastaamattomuus saattoi johtua henkilökunnan vähyydestä, joskus syy ei selvinnyt:
- Toisinaan yritys oli saattanut myös lopettaa toimintansa ja hävitä kokonaan kartalta. Tällaisissa tapauksissa tarkistettiin vielä, olivatko yrityksen verkkosivut näkyvissä. Lähettäjän sähköpostiin saattoi tällöin tulla automaattinen vastaus, jos vastaanottajaa ei ollut enää saatavilla:

Liite 8. Audiovisuaalisten sisältöjen kotimaisten rahoittajien lyhyet esittelyt**AVEK**

Tekijänoikeusjärjestö Kopioston yhteydessä toimiva Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus (AVEK) tukee tekijänoikeusvaroilla audiovisuaalista kulttuuria. Muita audiovisuaalisia kulttuurisia sisältöjä tuetaan (AVEK) Digidemo-ohjelmasta. Opetus- ja kulttuuriministeriö on antanut valtionapupäätöksellä Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskukselle AVEK:lle tehtäväksi myöntää Digidemo-ohjelmasta avustuksia digitaalisiin päätelaitteisiin soveltuvien kulttuurisisältöisten teosten, ohjelmien, pelien ja palveluiden tuotekehitykseen.

www.kopiosto.fi/avek

ESEK

Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus (ESEK) tukee kotimaista esittävää säveltaidetta. Se on Gramexin yhteydessä toimiva erillinen yksikkö, jonka erilaisin tukitoimenpitein edistää kotimaista esittävää säveltaidetta. Edistämistoiminta rahoitetaan pääasiassa yksityisin tekijänoikeusvaroin (hyvitysmaksuvarat ja ulkomaisten äänitteiden soittokorvaukset). Toiminnan piiriin kuuluvat kaikki musiikin lajit, ja se painottuu rahoituspohjasta johtuen ammattimaiseen tekemiseen.

www.esek.fi/fi/esek/esekin_etusivu

FINNVERA

Finnvera Oyj on Suomen valtion omistama erityisrahoitusyhtiö. Se tarjoaa asiakkailleen lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuuta. Finnvera rahoittaa hyvään liikeideaan perustuvaa, kannattavan liiketoiminnan edellytykset täyttävää yritystoimintaa silloin, kun yrityksen omat resurssit tai vakuudet eivät riitä rahoituksen hankkimiseen kaupallisilta markkinoilta.

www.finnvera.fi

LUSES

Luovan Säveltaiteen Edistämissäätiön (LUSES) tehtävänä on edistää ja tukea luovaa kotimaista säveltaidetta. Kotimaisella luovalla säveltaiteella tarkoitetaan sävellyksiä, joiden säveltäjät ovat suomalaisia tai vakituisesti Suomessa asuvia. LUSES keskittyy lähinnä apurahojen jakamiseen.

www.luses.fi

SES

Suomen elokuväsäätiön (SES) tehtävänä on tukea ja kehittää kotimaista elokuvatuotantoa ja elokuvien levittämistä ja esittämistä. Opetus- ja kulttuuriministeriö edistää kulttuuripoliittisin perustein elokuvien käsikirjoittamista, kehittämistä, tuotantoa, markkinointia, jakelua ja esittämistä sekä kulttuurivientiä myöntämällä Suomen elokuväsäätiölle määrärahoja edelleen myönnettäväksi valtionavustuksina. Näistä määrärahoista Elokuvasäätiö tukee pitkää elokuvaa sekä muuta elokuva- ja tv-draamatuotantoa monipuolisen elokuvakulttuurin ylläpitämiseksi. Lisäksi säätiölle on annettu tehtäväksi kansainvälistä promootiota ja vientiä koskevien valtionavustusten myöntäminen ja merkittävien Suomessa toimivien elokuvafestivaalien tukeminen.

www.ses.fi

TEKES

Tekes on yritysten, yliopistojen, korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten haastavien tutkimus- ja kehitysprojektien ja innovaatiotoiminnan rahoittaja ja aktivoija.

www.tekes.fi

Liite 9. Audiovisuaalisten sisältöjen ulkomaisten rahoittajien lyhyet esittelyt**LUOVA EUROOPPA-OHJELMA 2014-2020**

EU:n Luova Eurooppa -ohjelma (2014-2020) tukee kulttuuri- ja audiovisuaalisen alan eurooppalaista toimintaa ja yhteistyötä. Ohjelma käynnistyy vuonna 2014 ja se yhdistää nykyiset Kulttuuri-, Media ja Media Mundos -ohjelmat saman katto-ohjelman alle. Elokuva, televisio, musiikki, kirjallisuus ja esittävät taiteet hyötyvät ohjelmasta. Luova Eurooppa on kulttuurille ja luoville aloille omistettu EU-ohjelma, joka tukee kulttuurista ja kielellistä monimuotoisuutta sekä kulttuuri- ja luovien alojen kilpailukykyä. Ohjelma kytkeytyy vahvasti Eurooppa 2020 -strategian tavoitteisiin ja nostaa aiempaa paremmin esiin kulttuurin ja luovien alojen merkityksen Euroopan älykkään, kestävän ja osallistuvan kasvun luomisessa. http://ec.europa.eu/culture/media/creative-europe/index_en.htm
http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_en.htm

EURIMAGES

Euroopan komission rahoittama elokuvan tukisäätiö, joka tukee eurooppalaisten elokuvien yhteistuotantoja ja jakelua. Säätiössä on mukana 36 maata. http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default_en.asp

NORDISK FILM & TV FOND

Pohjoismaiden ylläpitämä audiovisuaalisten tuotantojen rahasto (elokuva, TV-draama, dokumentit, interaktiiviset pelit).

www.filmfondet.no/iCM.aspx