

**Audiovisuaalisen alan
tuottajakentän
*toimialakartoitus***

Minna Malja

Pro gradu -tutkielma

Jyväskylän yliopisto

Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos

Taidekasvatus 2015

Sisällys	
Tiivistelmä	3
Johdanto	4
Yleistä audiovisuaalisesta media-alasta	10
Mediaklusterit	10
Audiovisuaalisen alan sääntely	11
<i>Eurooppalainen sääntely</i>	11
Euroopan parlamentti	11
Euroopan komission digitaalistrategia	12
<i>Suomalainen sääntely</i>	13
Liikenne- ja viestintäministeriö	13
Laki televisio- ja radiotoiminnasta	13
Yleisradiolakiuudistus	14
Viestintävirasto	16
Opetus- ja kulttuuriministeriö	16
Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä	17
Työ- ja elinkeinoministeriö	19
IPR-strategia	19
Arvostettu ala – tuntematon tulevaisuus	20
Audiovisuaalisten tuotteiden rekisteröinti: ISAN ja IDA	23
TV-alan rahavirrat ja katsojat	25
Muita kulttuurin alan toimialakartoituksia	30
Aineiston rajaaminen: miten yritykset valittiin kyselyyn	31
Tilastokeskuksen tietokanta pohjana	31
Toimialakartoituksesta pois jätetyt pienet elokuvatuotanto- ja jälkituotantoyritykset	32
Kyselyt	32
Vuoden 2010 tilannetta koskeva kysely	32
Toimialakartoituksen toinen kyselykierros 2011	32
Miksi yritykset eivät vastanneet?	35
Tilastotietoa vastauksista koskien vuosia 2010 ja 2011	37
Yritysten perustamisaika ja sijainti	37
Toiminta Suomessa ja tärkeimmät yhteistyömaat	39
Liikevaihto	39
Toimialat	40
Liikevaihto ja kannattavuus ensi vuonna	43
Erityisosaaminen	44
Kotimaiset asiakkaat	46
Muita kotimaisia asiakkaita	47
Ulkomaiset asiakkaat	48
Toimintaa tukeneet kotimaiset tahot	49
Kotimaisten rahoittajien lyhyet esittelyt	50
Mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu?	52
Toimintaa tukeneet ulkomaiset tahot	53
Ulkomaisten rahoittajien lyhyet esittelyt	54
Tulevaisuuden haasteet	55
Strategia	57
Vakinaiset työntekijät ja työnimekkeet	58
Moniosaaja muissakin töissä	59
Määräaikainen henkilöstö	59
Alihankintahenkilöstö	60
Freelancerit	61
Kotimaiset alihankkijayritykset	63
Ulkomaiset alihankkijat	65
Lähteet	67
Liitteet 1–5	71

Audiovisuaalisen alan tuottajakentän toimialakartoitus

Tiivistelmä

Audiovisuaalisen alan sääntely

Audiovisuaalisen alan sääntely lähtee Euroopan unionin suurten lainsäädännöllisten linjojen pohjalta ja päättyy jäsenvaltioiden linjauksiin ja strategiaan toimenpiteisiin. Suomalainen audiovisuaalisen alan sääntely ja hallinto ovat hajallaan eri ministeriöissä: esimerkiksi liikenne- ja viestintäministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö vastaavat omilta osiltaan alan hallinnoinnista.

Audiovisuaalisen alan yksityiset riippumattomat tuotantoyritykset

Suomalaisissa yksityisissä riippumattomissa tuotantoyhtiöissä tapahtuvan liiketoiminnan arvo Suomessa on **Aku Alasen** laskelmien mukaan noin puoli prosenttia bruttokansantuotteesta ja hiukan alle puoli prosenttia kaikista työllisistä.

Tilastokeskuksen tietokannasta poimittiin kyselyyn yritykset, jotka olivat ilmoittaneet toimialoihseen audiovisuaalisen alan toimialat ja joiden vuotuinen liikevaihto oli yli satatuhatta euroa ja joiden henkilöstö oli yksi tai enemmän.

Vuonna 2010 kyselyyn vastasi 65 yritystä, joka oli 29 % kyselyyn valituista yrityksistä. Vastanneet edustivat 29 % valittujen yritysten liikevaihdosta ja 16 % valittujen yritysten henkilöstöstä. Vuonna 2011 kyselyyn vastasi 63 yritystä, joka oli 27 % kyselyyn valituista yrityksistä. Vastanneet edustivat noin 35 % valittujen yritysten liikevaihdosta ja niiden henkilöstö noin 22 % valittujen yritysten henkilöstöstä.

Toimialakartoitus

Toimialakartoituksessa kysyttiin yritysten henkilöstöstä: vakituudessa, määräaikaisessa työsuhteessa olevista ja freelancereista. Liikevaihtotietojen lisäksi yrityksiä pyydettiin kertomaan tärkeimmät toimialat, kotimaiset ja ulkomaiset alihankkijat, asiakkaat ja tukijat sekä muut ulkomailla käytetyt palvelut. Yrityksiltä kysyttiin myös mitä tukimuotoja alalta puuttuu ja millaisia ovat niiden tulevaisuuden haasteet.

Asiasanat

- audiovisuaalinen yritys
- audiovisuaalisen alan sääntely
- elokuva-ala
- kyselytutkimus
- mediaklusteri
- televisioala
- toimialakartoitus
- yksityinen tuotantoyhtiö

Johdanto

Toimiala on taloudellista toimintaa harjoittavan yrityksen tai ammatinharjoittajan pääasiallisen toiminnan perusteella määräytyvä elinkeinoluokka.

(Wikipedia. *Toimiala*. [Http://fi.wikipedia.org/wiki/Toimiala](http://fi.wikipedia.org/wiki/Toimiala).)

Mediaklusteri

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

Audiovisuaalisen alan sääntely

Audiovisuaalisen alan sääntely lähtee Euroopan unionin suurten lainsäädännöllisten linjojen pohjalta ja päättyy jäsenvaltioiden linjauksiin ja strategisiin toimenpiteisiin. Euroopan unionin audiovisuaalisen politiikan peruslaki *televisio ilman rajoja* -direktiivi jäsenvaltioiden televisiotoimintaa koskevien lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta astui voimaan vuonna 1989. Tällöin eurooppalaisten televisiolähetysten sisämarkkinoilla vapaa liikkuvuus taattiin ja kanavien velvollisuudeksi tuli varata yli puolet ohjelma-ajasta eurooppalaisille teoksille (lähetyskiintiöt) ja vähintään 10 % ohjelmabudjeteista riippumattomille tuotannoille (indiekiintiöt).

Vuoden 2007 *audiovisuaalisia mediapalveluja* koskeva AVMS-direktiivi päivitti *televisio ilman rajoja* -lain. AVMS-direktiivi uudistettiin vuonna 2010. Lakiuudistuksessa huomioitiin tällöin myös tilauspohjaiset audiovisuaaliset mediapalvelut. Laki turvaa kulttuurisen monimuotoisuuden, median moniarvoisuuden ja suojelee lapsia ja kuluttajia sekä torjuu rotu- ja uskonvihaa. Direktiivin soveltamisessa nojaututaan niin sanottuun *alkuperämaan periaatteeseen*, jonka mukaan audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoajiin sovelletaan pelkästään alkuperämaan lainsäädäntöä.

Suomalainen audiovisuaalisen alan sääntely ja hallinto ovat hajallaan eri ministeriöissä: esimerkiksi liikenne- ja viestintäministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö vastaavat omilta osiltaan alasta.

Toimialakartoituksessa esitellään eri ministeriöiden hallinnoimia audiovisuaaliseen kenttään vaikuttavia lakeja ja tärkeimpiä prosessissa olevia hankkeita, joilla on vaikutusta tulevaisuuden audiovisuaaliseen kulttuuri-, elinkeino- ja viestintäpoliittisen päätöksentekoon. Suomessa on ollut tällä hallituskaudella meneillään merkittäviä audiovisuaaliseen kulttuuriin vaikuttavia poliittisia prosesseja, esimerkiksi opetus- ja kulttuuriministeriön *Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä - poliittiset linjaukset 2012–2015* -prosessi, johon osallistui useita eri tahoja lausunnonantajina.

Opetus- ja kulttuuriministeriö tiedotti¹ syyskuussa 2012, että ministeri **Paavo Arhinmäen** audiovisuaalisen kulttuurin tulevissa linjauksissa:

vahvistetaan audiovisuaalisen kulttuurin monipuolisuutta, uudistetaan tukijärjestelmää, korostetaan toimivaa ja av-kulttuuria tukevaa sääntelykehystä ja tekijänoikeuspolitiikka sekä kulttuuriperinnön, mediakasvatuksen, tutkimuksen, koulutuksen yhteiskunnallista merkitystä sekä alaan liittyvän tietopohjan tärkeyttä.

Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma kirjattiin **Jyrki Kataisen** hallitusohjelmaan. Lausuntokierrokselle toukokuussa 2012 lähetetty liikenne- ja viestintäministeriön *sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelmaluonnos* käsittelee muun muassa television tulevaisuutta ja kantoi huolta kotimaisen sisällön tuottamisesta, kulttuurista, mutta myös alan taloudellisista toimintaedellytyksistä.

Hallitus antoi 2012 eduskunnalle esitykset Yleisradion rahoitusuudistusta koskeviksi laeiksi, jotka astuvat voimaan vuoden 2013 alusta. *Yleisradiolaki* uudistetaan osana *tietoyhteiskuntakaarta*² vuonna 2013. Uudessa lakiehdotuksessa pyritään turvaamaan ostot ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä ja siihen on kirjattu myös tavoite

tukea kotimaista elokuvaa ja elokuvakulttuuria. Lisäksi määritelmään esitettiin lisättäväksi velvoite edistää suomalaista elokuvaa ja elokuvakulttuuria. Lakiin toivottiin myös kirjausta kotimaisen draama- ja elokuvatuotantoon käytettävälle osuudelle ohjelmistobudjetista. Ehdotetulla rahoituksen tasolla turvataan Yleisradion rooli kansallisena sisältöjen tarjoajana sekä suomalaisen sisältötuotannon edistäjänä ja Yleisradion mahdollisuudet ohjelmaostojen lisäämiseen ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä paranevat.

¹ [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)

² [Http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0eRgfudjLVEJ:www.lvm.fi/tietoyhteiskuntakaari+&cd=1&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0eRgfudjLVEJ:www.lvm.fi/tietoyhteiskuntakaari+&cd=1&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-a)

Tietoa päätöksentekoon ja yhteistyöverkoston luomiseen

Audiovisuaalisen alan tiedonhankinta hyödyttää alan sääntelyn kehittämistä, toimijoita, rahoittajia ja yhteistyötahoja. Toimialakartoitus luo pohjaa alan yhteistyöverkoston luomiseksi Suomeen. Paremmiin verkostoituneeseen ala tukee myös pienempien toimijoiden työllisyyttä ja helpottaa ulkomaisten tekijöiden kontaktien löytämistä Suomesta. Ilman tuottajia ei olisi välitettävää sisältöä ja siksi erityisesti yksityisiä tuotantoyhtiöitä pitäisi tutkia tarkemmin, jotta saataisiin laajemmin tietoa ja välineitä audiovisuaaliseen kulttuuri-, elinkeino- ja viestintäpoliittisen päätöksentekoon.

Audiovisuaalisten tuotteiden rekisteröinti

Audiovisuaalinen ala panostaa nykyään tuotteiden rekisteröimiseen, koska siten vahvistetaan myös alan tuotteiden tekijänoikeuksien hallintaa. Audiovisuaalisella alalla on käytössä teoksen yksilöivä ISAN-tunnus. Teosten ISAN-rekisteröinti on pakollista joissakin maissa, muun muassa Ranskassa, Espanjassa ja Italiassa, mutta monissa muissa maissa rekisteröinti on vapaaehtoista. Yleishyödyllinen järjestö IDA (*International Documentation on Audiovisual works*) hallinnoi kansainvälistä verkkotietokantaa audiovisuaalisista teoksista ja tekijänoikeuksien omistajista. IDA-tietokannassa luokitellaan alkuperäiset tuotannot, formaatit ja eri kieliversiot ja siinä näkyvät myös kaikki ISAN-rekisteröidyt tuotteet.

Audiovisuaalisten tuotteiden kansainvälinen rekisteröinti tietokantoihin parantaa niiden löydettävyyttä, mutta voi myös vauhdittaa teosten myyntiä ja jakelua muihin maihin.

Sähköinen audiovisuaalinen viestintä kasvaa

Tilastokeskus raportoi vuodesta 2011, että Suomen joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli yhteensä 4,3 miljardia euroa. Sähköinen viestintä kasvoi ja televisioalalla ylitettiin miljardin euron raja, vaikka mediamarkkinat kokonaisuutena jäivätkin edellisvuoden tasolle.

Kotimaisten riippumattomien yksityisten tuotantoyritysten ohjelmat ja katsojat

Suomalaisia TV-katsojia kiinnostaa kotimainen sisältö. Suuri osa television suosikkiohjelmista vuonna 2011 oli kotimaisten riippumattomien yksityisten tuotantoyritysten tuottamia viihdeohjelmia, draamasarjoja, elokuvia ja kilpailuja ja ne olivat useimmiten kanavien *prime time* -ohjelmistossa.

Toimialakartoitus audiovisuaalisen alan yksityisistä riippumattomista tuotantoyrityksistä

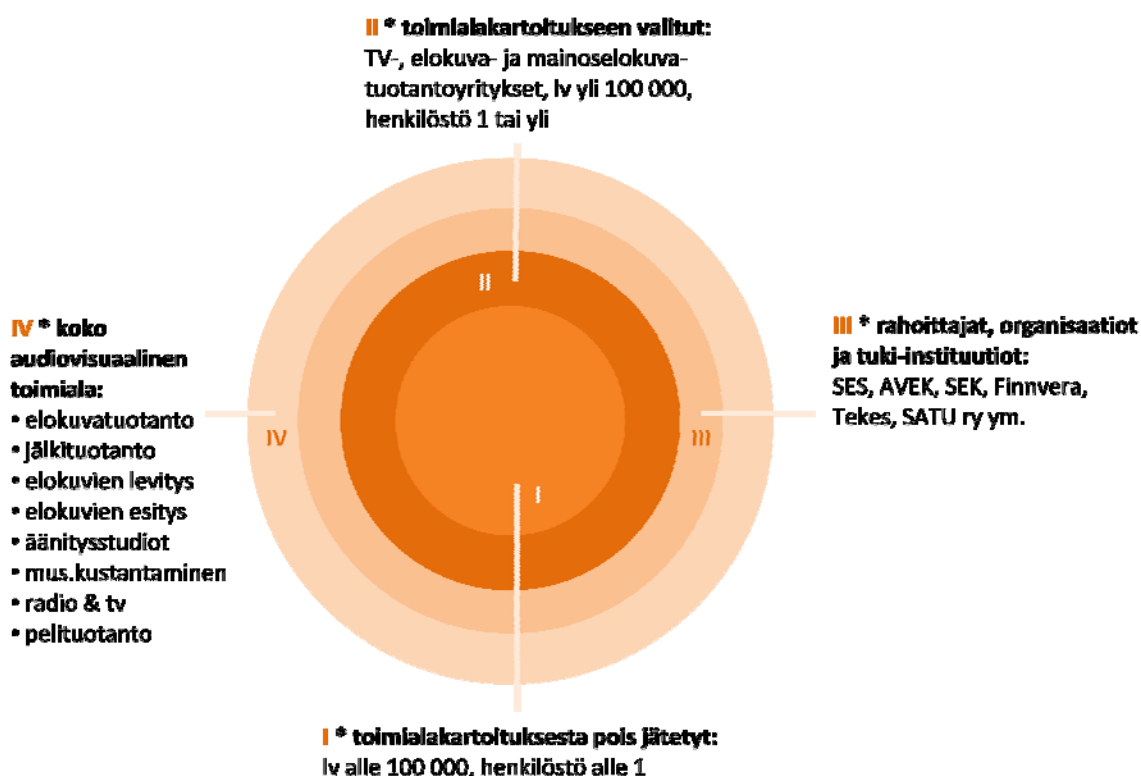
Suomalaisesta poliittisesta ja virkamiestason keskusteluista sekä päätöksenteosta on puuttunut sellaista tietoa, joka käsittelee ja erittelee suomalaisissa yksityisissä riippumattomissa tuotantoyhtiöissä tapahtuvan laajan mediakokonaisuuden luovan sisällön toiminnan määreitä, ja jonka liiketoiminnan arvo Suomessa on Tilastokeskuksen yliaktuaari **Aku Alasen** laskelmien mukaan noin puoli prosenttia bruttokansantuotteesta ja hiukan alle puoli prosenttia kaikista työllisistä. (Alanen 2012.)

Tähän raporttiin on kerätty audiovisuaalisen alan yrityksiltä tietoa vuosien 2010 ja 2011 tilanteista osana Euroopan sosiaalirahaston tukemaa *Prefix*-projektia. Luokittelussa noudatettiin Tilastokeskuksen toimialaluokitusta. Audiovisuaalisen alan toimijoiksi katsottiin tässä ne yritykset, jotka tekevät elokuvia, televisio-ohjelmia, mainoksia, verkkovideoita tai yrityselokuvia. Tuotantopalveluyritykset, joilla ei ole niin sanottua omaa tuotantoa, katsottiin selvityksessä ydintoimijoita palveleviksi alihankkijoiksi.

Tilastokeskuksen tietokannasta poimittiin kyselyyn yritykset, jotka olivat ilmoittaneet toimialoihseen audiovisuaalisen alan toimialat TOL2008=59110 (elokuvien, videoiden, TV-ohjelmien tuotanto) ja TOL2008=59120 (elokuvien videoiden, TV-ohjelmien jälkituotanto) ja joiden vuotuinen liikevaihto oli yli satatuhatta euroa ja joiden henkilöstö oli yksi tai enemmän.

Tässä kartoituksessa keskitytään niihin audiovisuaalisen alan yksityisiin tuotantoyrityksiin (TV-, elokuva- ja mainoselokuvatuotantoyritykset), joiden sisältöä hyödyntävät muut toimijat (kuten esimerkiksi elokuvien levitykseen ja esitykseen erikoistuneet yhtiöt tai televisiokanavat), jotka työllistävät alalle ja joiden toimintaan vaikuttavat muut organisaatiot ja instituutiot, jotka joko tukevat rahallisesti (SES, AVEK, Finnvera tai Tekes) tai auttavat järjestötasolla (SATU, SEK) ja jotka tarvitsevat alan infrastruktuuria ylläpitäviä toimintoja. Kartoituksessa haettiin erityisesti tietoa audiovisuaalisen alan yritysten työllistävydestä ja yritysten tulevaisuuteen liittyvistä haasteista sekä luomaan pohjaa alan tulevalle strategiatyölle. Alan kasvua ei pysty todentamaan eikä auttamaan, ellei tiedetä, miten ja keitä alalla tällä hetkellä toimii.

Kuva 1. Raporttiin valitut yritykset verrattuna koko audiovisuaaliseen alaan



Vastaajat vuosina 2010 ja 2011

Vuonna 2010 kyselyyn vastasi 65 yritystä, joka oli 29 % kyselyyn valituista yrityksistä. Vastanneet edustivat 29 % valittujen yritysten liikevaihdosta ja 16 % valittujen yritysten henkilöstöstä.

Vuonna 2011 kyselyyn vastasi 63 yritystä, joka oli 27 % kyselyyn valituista yrityksistä. Vastanneet edustivat noin 35 % valittujen yritysten liikevaihdosta ja niiden henkilöstö noin 22 % valittujen yritysten henkilöstöstä. Vuosina 2010 ja 2011 vastanneiden yritysten enemmistö sijoittui liikevaihtoluokkaan 400 000–miljoona euroa.

Tärkeimmät toimialat

Mainoselokuvayrityksiltä saatiin vuosina 2010 ja 2011 noin kolmasosa kaikista vastauksista. 32 % vastaajista mainitsi yrityksensä tärkeimmäksi toimialaksi mainoselokuvatuotannon vuonna 2010. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat TV-tuotanto (28 %) ja elokuvatuotanto (13 %).

Vuoden 2011 vastauksissa useimmin mainituksi tärkeimmäksi toimialaksi nousivat TV-tuotanto ja mainoselokuva (kumpikin 33 %). Seuraavaksi eniten mainintoja saivat elokuva (19 %) ja B-to-B-tuotannot (9 %).

Tärkeimmän toimialan liikevaihto

Vuonna 2010 yritysten tärkein toimiala tuotti 68 % liikevaihdosta. Vuonna 2011 tärkein toimiala tuotti 71 % liikevaihdosta eli tärkeimmän osaamisalan osuus oli prosentuaalisesti kasvanut hieman verrattuna edelliseen vuoteen.

Vaikka yrityksissä on valtavat määrät osaamispotentiaalia ja erityisosaamista, ovat ne silti keskittyneitä päätoimialaansa, eivätkä ehkä hyödynnä kaikkea osaamistaan. Voisiko yrityksillä olla päätoimialan lisäksi kasvupotentiaalia? Tuotantonsa rahoittamiseksi yritykset tarvitsevat yhä useampia kumppaneita ja erilaista osaamista. ”Muu toimiala” -kohtaan vastattiin siten, että audiovisuaalisesta alasta saa sängen monipuolisen ja luovan kuvan.

Taloudellisen tilanteen kehityssuhteet

Vuoden 2011 kyselyssä yrityksiltä kysyttiin seuraavan vuoden ennusteesta. Liki 55 % vastanneista yrityksistä odotti liikevaihdon kasvua. Kannattavuuden paranemista odotti 48 %. Liikevaihdon ennallaan pysymistä odotti 22,5 % vastaajista ja kannattavuuden muuttumattomuutta ennakoivat 37 % vastaajista. Liikevaihdon pienemistä ennakoivat sama määrä vastaajia kuin sen ennallaan pysymistä, 22,5 %. Kannattavuuden heikkenemistä ennusti 14,5 % vastaajista. Yli puolet vastaajista odotti kasvua ja taloudellisen kannattavuuden parantumista. Viidesosa vastaajista ennakoivat seuraavalle vuodelle tilanteensa heikentymistä.

Vastaajien henkilöstö

Vakituiset

Enemmistöllä vastaajista oli vuonna 2010 henkilöstöä keskimäärin 7 vakituisesti palkattua henkilöä liikevaihtoluokassa 400 000–999 999 euroa. Seuraavana vuonna (2011) samassa liikevaihtoluokassa oli vastaajayritysten joukossa keskimäärin vähemmän vakituisesti palkattua henkilöstöä, 5,6 henkilöä.

Vastaajayritysten pysyvän henkilöstön määrän hienoisesta laskusta voi päätellä sen, että yritykset pienentävät kiinteiden kulujensa määrää. Toisaalta yritykset käyttävät freelancereita sekä ostavat alihankintayrityksiltä palveluita.

Määräaikaiset

44 % vastaajayrityksistä työllisti määräaikaisessa työsuhteessa olevia henkilöitä vuonna 2011. Laskennallinen keskiarvo oli 5,5 henkilöä/yritys.

Alihankintahenkilöstö

Vuonna 2011 67 % vastaajayrityksistä työllisti yhteensä alihankinnan kautta 949 henkilöä, keskimäärin 22,6 henkilöä/yritys. Keskimäärin kyselyyn vastanneet yritykset ostivat 1,1 henkilötyövuoden verran alihankintapalveluja vuodessa.

Freelancerit

Vuonna 2010 kyselyyn vastanneet audiovisuaalisen alan yritykset ostivat freelancereiden palveluja yhteensä 110 henkilötyövuotta. Keskimäärin yritykset ostivat freelancereiden työaikaa yhteensä noin 1,7 henkilötyövuotta. Eniten oli ostettu leikkaajien ja editoijien sekä kuvaajien osaamista. Seuraavaksi eniten palkattiin näyttelijöitä ja liki saman verran ohjaajia ja avustajia.

Vuoden 2011 vastaajayrityksistä liki 76 % työllisti freelancereita. Yritysten laskennallinen keskiarvo oli 36 freelanceria/yritys. Keskimäärin yritykset ostivat freelancereiden työaikaa yhteensä 1,3 henkilötyövuotta/yritys eli freelancereilta ostetun työajan määrä näytti pienentyneen.

Kotimaiset ja ulkomaiset asiakkaat

Vastaajat saattoivat valita vaihtoehtoista asiakkuuksia ja luokitella ne. Vuonna 2010 tuotantoyhtiöille tärkeimmät asiakkuudet liittyivät TV-kanaviin ja mainostoimistoihin. Vuonna 2011 toiset yritykset ja mainostajat olivat televisiokanavien jälkeen tärkeimpiä asiakkaita. Kotimaiset levittäjät olivat asiakkuuksista vähiten tärkeitä kumpanakin kyselyvuonna.

Vuonna 2010 liki 71 %:lla vastaajista oli ulkomaisia asiakkaita. Vuonna 2011 64,5 %:lla vastaajista oli ulkomaisia asiakkaita. Tuotantoyhtiöt ja TV-kanavat olivat ulkomaisista asiakkaista useimmin mainitut.

Kotimaiset ja ulkomaiset tukijat ja rahoitustahot

Toimintaa tukeneista vakiintuneista kotimaisista rahoitustahoista kysyttäessä noin 60 % yrityksistä vastasi vuosina 2010 ja 2011 saaneensa joitakin tukia toiminnalleen. Annetuista vaihtoehtoista *Avekin* ja *Suomen elokuvasäätiön* tuet, sponsorirahoitus sekä *Finnveran* tuki olivat audiovisuaalisen alan neljä yleisintä kotimaista tuki- tai rahoitusmuotoa. Vuonna 2010 30 % oli saanut lisäksi jonkinlaista kotimaista sponsoritukea, mutta vuonna 2011 sitä ei ollut saanut mikään vastaajayritys.

Vuonna 2010 vakiintunutta ulkomaista tuki- tai rahoitusmuotoa oli saanut toimintaansa 23 % vastaajista. Vuoden 2011 kyselyn vastaajista 27 % 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, joita ei sen tarkemmin eritelty.

Kotimaiset alihankkijat

Vuoden 2010 kyselyyn vastanneet audiovisuaalisen alan yritykset ostivat kotimaisilta alihankkijayrityksiltä palveluja yhteensä liki 47 henkilötyövuoden verran. Keskimäärin vastanneet yritykset ostivat 158 työpäivää, 7,5 kuukautta, kotimaisia alihankintapalveluja vuodessa. Eniten ostettiin jälkituotantoyritysten palveluja (23 % kaikista alihankkijayritysten töistä) ja seuraavaksi eniten kirjanpito-, äänituotanto- ja kuvausteknisiä palveluja.

Vuonna 2011 liki 21 % yrityksistä jätti vastaamatta kotimaiseen alihankkijayrityskysymykseen, jossa haluttiin tietää, kuinka monta henkilöä ja kuinka monta kuukautta vuodesta yritys työllistää alihankintayritysten eli toiminimien, kommandiittiyhtiöiden tai osakeyhtiöiden kautta.

Vuonna 2011 vastanneet yritykset ostivat kotimaisilta alihankkijayrityksiltä palveluja yhteensä liki 15 henkilötyövuoden verran. Keskimäärin vastanneet yritykset ostivat 9,4 henkilöä/yritys vuodessa.

Muutosta on huomattavissa edelliseen vastausvuoteen. Mistä muutos johtuu? Ovatko vastaajat olleet toisena kyselyvuonna haluttomampia vastaamaan yksilöidysti? Vai onko vuonna 2011 ollut yleensä ottaen vähemmän audiovisuaalisen alan tuotantoja, jotka ovat vaikuttaneet myös alihankintayritysten tilauskantoihin?

Alihankintayrityksiltä oli eniten hankittu kuvausteknisiä palveluja (30 % kaikista alihankkijayritysten töistä) ja kuvan jälkituotantopalveluja. Seuraavaksi eniten oli ostettu ulkoa kirjanpito- ja äänen jälkituotantopalveluja.

Ulkomaiset alihankkijat

Vuonna 2010 kyselyyn vastanneet audiovisuaalisen alan yritykset ostivat ulkomaisilta alihankkijoilta palveluja yhteensä 859 työpäivää. Keskimäärin yritys osti 13 työpäivää ulkomaisia alihankintapalveluja vuodessa. Yrityksiltä ei kysytty vuonna 2010 ulkomaisten alihankkijoiden henkilömäärää, vain käytetyt palvelut ja työpäivien määrä. Eniten ulkomailla ostettiin kuvausteknisiä palveluja ja seuraavaksi eniten jälkituotantopalveluja.

Vuonna 2011 ulkomaisten alihankkijoiden palvelujen ostosta kertoneiden yritysten määräkin oli vain 43 % vastanneista ja raportoitujen työpäivien määräkin liki puoliintui edellisvuodesta. Keskimäärin yritykset ostivat noin 11 työpäivää ulkomaisia alihankintapalveluja vuodessa. Eniten oli valittu vaihtoehto ”jokin muu” ja seuraavaksi eniten oli käytetty catering-palveluja. Palvelut työllistivät 118 henkilöä ulkomailla.

Muut ulkomailla käytetyt palvelut

Kuljetus-, majoitus-, ravitsemus- ja siivouspalvelut oli annettu vaihtoehtoina etukäteen. Kohdassa ”jokin muu” mainittiin käännös-, koodaus-, puvustus-, tietoliikenne-, markkinointihenkilö-, terveydenhoito-, DVD-monistus-, vartiointi, järjestysmies- ja turvapalvelut sekä alihankintana ostetut valokuvaus- ja kuvituspalvelut vuonna 2010.

Vuonna 2011 vapaassa kentässä sai kertoa, mikä oli tärkein syy, miksi palvelu oli ostettu ulkomailta. Syytä olivat muun muassa *vuodenaika, hinta ja laatu* tai *ulkomaille myyvien agenttien palvelua ei ole saatavana Suomesta*. Muita ulkomailla käytettyjä palveluja olivat laboratorio- ja tapahtumajärjestäjäpalvelut.

Mitä tukimuotoja alalta puuttuu?

Vuonna 2011 kysyttiin, mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu. Kysymyksessä ei pyydetty erittelemään kotimaista tai ulkomaista tukimuotoa erikseen. Vastauksista selvisi, että alan verotuksen kannustavuutta voisi edelleen kehittää. Vastaajien mielestä audiovisuaalisella alalla pitäisi myös panostaa tuotekehitykseen ja

sisällöntuotantoon, tukea dokumenttien tuottamista, kehittää tuotannollista ja projektitukea sekä alueellisia että lainarahoitukseen perustuvia rahoitusmalleja.

Tulevaisuuden haasteet

Menestys ja kasvu huolettivat vastaajien enemmistöä kyselyvuosina 2010 ja 2011. Tilauskannassa pysyminen ja rahoituksen kehittyminen katsottiin seuraavaksi tärkeimmiksi haasteiksi vuonna 2010.

Vuoden 2011 vastauksissa koveneva kilpailu ja rahoituksen kehittyminen nähtiin seuraavaksi suurimmiksi huolenaiheiksi. Vuoden 2010 vastaajia mietityttivät yleisön muuttuva maku ja mediankäyttötapojen muutokset enemmän kuin vuoden 2011 vastaajia.

Jakeluverkoston kehittyminen ja alan keskittyminen haastavat alaa. Perinteiset jakelukanavat saavat kilpailijoita ja alalla toimii yhä suurempia keskittyneitä toimijoita.

Osa vastaajista on tulevaisuudessa kenties vailla tarvittavaa osaamista, vaikkakin vuoden 2011 vastaajissa tätä huolta oli harvemmillä kuin edellisellä vuonna.

Prefix-projekti

Prefix - ennakkosuunnittelu suomalaisen elokuvan kilpailuvalttina on Euroopan sosiaalirahaston (ESR) rahoittama ohjelma, jota hallinnoi *Metropolia Ammattikorkeakoulun* elokuvan ja television koulutusohjelma. Projektin tavoitteena on edistää suomalaisen elokuvan elinkelpoisuutta kansainvälisessä kilpailussa. Sen päämääränä on vahvistaa työllisyyttä, osaamista ja eri alojen yhteistyötä. Ohjelman tavoitteina ovat myös työorganisaatioiden, työssä olevan työvoiman ja yritysten kehittäminen.

Projektia olivat mukana toteuttamassa *Generator Post*, *Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat – SATU ry*, *Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu* sekä suomalaiset elokuvatuotantoyhtiöt *Kinotar*, *Helsinki-filmi* ja *First Floor Productions*. *Suomen elokuvasäätö* tekee hankkeessa yhteistyötä. Hankkeen kesto 1.8.2011–28.2.2014; rahoittaja Hämeen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.

Yleistä audiovisuaalisesta media-alasta

Mediaklusterit

Media-ala on kansainvälisesti suuntautunut, mutta alalla on myös vahvoja kansallisia keskittymiä. Alan sisältö ja tuotteet ovat ekologisia ja ala houkuttelee jatkuvasti uusia toimijoita. **Robert G. Picardin** mukaan myös mediaklustereiden määrä on kasvussa. Klusterit voivat olla kansainvälisesti merkittäviä yritysten ja yhteisöjen 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? **Michael E. Porterin** 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 perustuukin 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 (esimerkiksi hyvin toimivat verkko- ja mediayhteydet, toimipaikka-, liikenne- ja jakeluratkaisut, yhteiset studiotilat ja työvälineet), jotka tuovat toimintaan varmuutta. 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 muutamaankin kansalliseen tai globaaliin toimijaan toisin kuin muilla aloilla. Audiovisuaalisen alan toiminnassa on myös muita piirteitä, jotka erottavat sen monista perinteisistä talousklustereista: tuotteiden laatu on vakiintumaton, ellei peräti epävarma, tuotteet ovat 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 mainos- tai pelialan tekijöiden kanssa. Picardin mukaan klaaniutumisen välttäminen ja tehokas yhteistyö lisääisivät 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 viihdemailmaan. 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.

Mediaklustereiden 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 osana vakiintuneita mekanismeja joku erityinen alan rahoitusjärjestelmä, joka ymmärtäisi audiovisuaalisen alan lainalaisuudet, sisällöntuotannon prosessit ja immateriaalioikeuksien hallinnoimisen merkitykset. Alaa osaavien ihmisten *”tulisikin siirtyä enemmän toiselle puolelle pöytää”, koska ”yritystukia jakavat tahot ovat kovin insinöörivetoisia”*, totesi elinkeinoministeri **Jyri Häkämies** Teosto ry:n asiakaslehdessä kesällä 2012.

Audiovisuaalisen alan sääntely

Eurooppalainen sääntely

Audiovisuaalisen alan sääntely lähtee Euroopan unionin suurten lainsäädännöllisten linjojen pohjalta ja päättyy jäsenvaltioiden linjauksiin ja strategiaan toimenpiteisiin. Euroopan parlamentin kevään 2012 kulttuuripoliittinen linjaus koskee myös audiovisuaalista alaa. Euroopan parlamentti *artikla 167, kohta 2*:

Unioni pyrkii toiminnallaan rohkaisemaan jäsenvaltioiden välistä yhteistyötä sekä tarvittaessa tukemaan ja täydentämään niiden toimintaa seuraavilla aloilla:

- *Euroopan kansojen kulttuurin ja historian tuntemuksen ja sitä koskevan tiedon levityksen parantaminen,*
- *Euroopan kannalta merkittävän kulttuuriperinnön säilyttäminen ja suojaaminen,*
- *muu kuin kaupallinen kulttuurivaihto,*
- *taiteellinen ja kirjallinen luova toiminta, audiovisuaalisen alan toiminta mukaan luettuna.*

(Euroopan parlamentti. Oikeudellisten asioiden valiokunta. *Oikeusperustaan ehdotettu muutos: 167 artikla. 2012.*)

Euroopan unionin audiovisuaalisen politiikan *televisio ilman rajoja* -direktiivi astui voimaan vuonna 2007. Tällöin eurooppalaisten televisiolähetysten vapaa liikkuvuus taattiin sisämarkkinoilla ja televisiokanavien velvollisuudeksi tuli varata yli puolet ja vähintään kymmenen prosenttia ohjelma-ajasta eurooppalaisille teoksille (lähetyskiintiöt). (EUROPA-portaali (2008) *Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. Audiovisuaaliala ja viestimet.*) Eurooppalaisella tasolla on kirjattu riippumattomille tuotannoille 10 prosentin kiintiöt *Luonnokseen Euroopan komission tiedonanto elokuville ja muille audiovisuaalisille teoksille myönnettävästä valtioneudesta* vuodelta 2012.

Vuoden 2007 *audiovisuaalisia mediapalveluja* koskeva AVMS-direktiivi uudistettiin vuonna 2010 (direktiivi 2010/13/EU). Tämä direktiivi päivitti *televisio ilman rajoja- sekä AVMS-direktiivin*. Lakiuudistuksessa huomioitiin myös tilauspohjaiset audiovisuaaliset mediapalvelut. Laki turvaa kulttuurisen monimuotoisuuden, median moniarvoisuuden, suojelee lapsia ja kuluttajia sekä torjuu rotu- ja uskonvihaa. Direktiivin soveltamisessa nojaututaan niin sanottuun *alkuperämaan periaatteeseen*, jonka mukaan audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoajiin sovelletaan pelkästään alkuperämaan lainsäädäntöä. AVMS-direktiiviin on kirjattu eurooppalaisten teosten ja riippumattomien tuotantojen tukeminen: *lähetystoiminnan harjoittajien on varattava vähintään 10 prosenttia lähetyksajastaan tai 10 prosenttia ohjelmistobudjetistaan lähetystoiminnan harjoittajista riippumattomien tuottajien valmistamille eurooppalaisille teoksille.*

Euroopan parlamentti

Euroopan parlamentti tunnustaa siis audiovisuaalisen alan kulttuurisen painoarvon ja se on samalla linjannut audiovisuaalisen alan tavoitteiksi kilpailukykyiset ja kansainväliset sisämarkkinat Euroopassa.

Euroopan parlamentti - Audiovisuaalialan tavoitteet
sisämarkkinoiden vahvistaminen radio- ja televisiolähetysten sekä audiovisuaalisten palvelujen alalla

- *kilpailukykyisemmän audiovisuaalialan luominen Eurooppaan EU:n toimiin ja ohjelmiin liittyvien tukitoimenpiteiden avulla, rahoituksen helpompi saaminen erityisesti pk-yrityksille sekä audiovisuaalisen sisällön jakaminen lähentyvillä markkinoilla (johon kuuluu televiestintä, digitaalinen radio ja televisio ja seuraavan sukupolven verkot)*
- *yhteistyön edistäminen ja EU:n ja muiden kansainvälisten järjestöjen välisten audiovisuaalialaan liittyvien keskustelujen helpottaminen*

(Euroopan parlamentin verkkosivut. Audiovisuaaliala.)

Euroopan komission digitaalistrategia

Euroopan komissio valmistelee ja panee täytäntöön Euroopan unionin asettamia erilaisia säädöksiä ja päätöksiä ja valvoo niiden noudattamista jäsenvaltioissa. Euroopan komission julkaisemassa *Euroopan digitaalistrategiassa* (2011) huomioidaan, että sisämarkkinoista huolimatta voisivat audiovisuaalisen alan toimijat asettaa Euroopan sisällä lisensointimaksuja ja sopia oikeuksien kaupoista ja siirroista.

Helpommat, yhtenäisemmät ja teknologiasta riippumattomat ratkaisut rajat ylittävään ja yleiseurooppalaiseen lisensointiin audiovisuaalialalla edistävät luovuutta ja auttavat sisällöntuottajia ja -jakelijoita Euroopan kansalaisten hyödyksi. Tällaisissa ratkaisuissa olisi säilytettävä oikeuksien haltijoiden sopimusvapaus. Oikeuksien haltijoita ei veloitettaisi antamaan lisenssejä kaikille Euroopan alueille, vaan heillä olisi vapaus rajoittaa lisenssinsä tietyille alueille ja asettaa lisenssimaksujen taso sopimusteitse.

(Luku 2. Digitaalistrategian toiminta-alueet)

Euroopan komissio korostaa audiovisuaalisen alan kulttuurista monimuotoisuutta ja merkitystä eurooppalaiselle identiteetille, mutta myös käytännöllisellä tasolla alan työllistävyyden merkitystä ja kasvun mahdollisuuksia.

Audiovisuaalisilla teoksilla, erityisesti elokuvilla, on tärkeä rooli eurooppalaisen identiteetin muotoutumisessa. Ne heijastavat EU:n jäsenvaltioiden ja alueiden eri traditioiden ja taustojen kulttuurista monimuotoisuutta. Audiovisuaaliset teokset ovat samanaikaisesti tuotantohyödykkeitä, jotka tarjoavat tärkeitä vaurauden ja työllisyyden kasvumahdollisuuksia, sekä yhteiskuntaamme kuvaavia ja muokkaavia kulttuurituotteita.

(Luonnos. Euroopan komission tiedonanto elokuville ja muille audiovisuaalisille teoksille myönnettävästä valtiontuesta, 2012)

Valtioneuvoston asetus elokuvataiteen edistämisestä määrittelee elokuville annettavat tuet:

1 §

Tuen myöntämisperusteet

Elokuvataiteen edistämisestä annetun lain (28/2000) 2 §:ssä tarkoitettua tukea voidaan myöntää sellaisen elokuvan ja muun kuvaohjelman valmistamiseen ja jakeluun, jota pidetään kulttuurituotteena. Tuettavana

kulttuurituotteena pidetään elokuvaa ja muuta kuvaohjelmaa, kun:

- 1) se muodostaa taiteellisen kokonaisuuden;*
- 2) sen sisältö perustuu kulttuuriarvoihin, joiden alkuperä on kulttuuri-identiteetissä; ja*
- 3) siihen sisältyy merkittävä luovien tekijöiden ja esittävien taiteilijoiden panos ja kun heille maksettavien palkkojen ja palkkioiden osuus tuotantokustannuksista on merkittävä.*

2 §

Laatutuki

Elokuvan ja muun kuvaohjelman tuottajalle voidaan tuotantotukena myöntää laatutukea. Laatutuen jakaa valtion elokuvataidetoimikunta.

3 §

Tukiohjeisto

Suomen elokuvasäätiön tukiohjeiston tulee sisältää ainakin ohjeet eri tukimuodoista, tuen hakemisesta ja myöntämisperusteista, tukisopimuksen tekemisestä ja sen purkamisesta, tuen maksamisesta, tiliselvityksen tekemisestä, tuen takaisinperinnästä ja tuen valvonnasta. Elokuväsäätiön on pidettävä tukiohjeisto maksutta yleisön saatavilla toimipaikassaan ja tietoverkossa.

4 §

Kertomus ja selvitys

Suomen elokuvasäätiön on vuosittain annettava opetusministeriölle kertomus tuen myöntämistä koskevasta toiminnastaan sekä selvitys säätiölle osoitettujen valtion varojen käytöstä. Kertomus ja selvitys on annettava neljän kuukauden kuluessa kalenterivuoden päättymisestä.

(Valtioneuvoston asetus elokuvataiteen edistämisestä. Annettu Helsingissä 13 päivänä syyskuuta 2007. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070843>)

Suomalainen sääntely

Audiovisuaalisen alan yritysten toimintaa säädellään monilla eri laeilla, joita hallinnoidaan eri instansseissa. Suomalainen audiovisuaalisen alan sääntely ja hallinto ovat hajallaan eri ministeriöissä: esimerkiksi liikenne- ja viestintäministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö vastaavat omilta osiltaan alan hallinnoinnista.

Liikenne- ja viestintäministeriö

Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma kirjattiin **Jyrki Kataisen** hallitusohjelmaan. Lausuntokierrokselle toukokuussa 2012 lähetetty liikenne- ja viestintäministeriön sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelmaluonnos käsittelee muun muassa television tulevaisuutta ja se kantaa huolta kotimaisen sisällön tuottamisesta, kulttuurista, mutta myös alan taloudellisista toimintaedellytyksistä.

Hallitusohjelman mukaisesti edistetään joukkoviestinnällisten sähköisten sisältöpalvelujen saatavilla oloa kaikilla kansalaisten kannalta keskeisillä jakeluteillä. Lisäksi taajuuspolitiikassa huomioidaan suomalaisen kulttuurin ja viestintäpolitiikan tarpeet tavoitellen samalla taajuuksien tehokasta käyttöä aikaisempia kokemuksia hyödyntäen. Lainsäädännöllä, taajuuspolitiikalla ja verkkotoimilupien ehdoilla varmistetaan sähköisen viestinnän sisältöjen monipuolisuus ja laadun säilyminen korkeana.

(Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Luonnos 23.5.2012. Johdanto, 5.)

Laki televisio- ja radiotoiminnasta

Laki televisio- ja radiotoiminnasta vuodelta 1998 (9.10.1998/744) ja sen 17 § (pykälää täsmennetty vuonna 2002) määrittelee riippumattomien tuottajien ohjelmien määrän televisiossa 15 prosentiksi lähetyksistä tai budjetista:

Televisiotoiminnan harjoittajan on varattava riippumattomien tuottajien tuottamille ohjelmille 15 prosenttia lähetyksistään, johon ei lueta uutisille, urheilutapahtumille, kilpailunomaisille viihdeohjelmille, mainoksille, teleostoslähetyksille ja tekstitelevisiolähetyksille varattua aikaa, tai

vaihtoehtoisesti 15 prosenttia ohjelmistobudjetistaan. Mainittuun riippumattomien tuottajien osuuteen laskettavista ohjelmista puolet on oltava viimeisen viiden vuoden aikana tuotettuja.

(Laki televisio- ja radiotoiminnasta 9.10.1998/744.)

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat - SATU ry ehdotti talvella 2012 liikenne- ja viestintäministeriölle, että lakia radio- ja televisio toiminnasta ja sen 17 § muutettaisiin siten, että riippumattomien tuottajien ohjelmille varattaisiin entisen 15 prosentin sijasta 30 prosenttia lähetysajasta ja ohjelmistobudjetista:

Televisiotoiminnan harjoittajan on varattava riippumattomien tuottajien tuottamille suomen- ja ruotsinkielisille ohjelmille vähintään 30 prosenttia lähetysajastaan, johon ei lueta uutisille, urheilutapahtumille, kilpailunomaisille viihdeohjelmille, mainoksille, teleostoslähetysille ja tekstitelevisiolähetysille varattua aikaa, ja vähintään 30 prosenttia ohjelmistobudjetistaan.

Mainittuun riippumattomien tuottajien osuuteen laskettavista ohjelmista puolet on oltava viimeisen viiden vuoden aikana tuotettuja. Osuuteen ei lasketa ohjelmia, joiden tuottamisessa televisiotoiminnan harjoittaja on edellyttänyt omien tuotantopalveluittensa käyttämistä, eikä ohjelmia, joiden hyödyntämisoikeuksien on sovittu siirtyvän televisiotoiminnan harjoittajalle ilman kustakin hyödyntämisoikeudesta maksettavaa korvausta.

(Kommentteja ja ehdotuksia luonnokseen 17.2.2012 sähköisen median viestintäpoliittiseksi ohjelmaksi.)

Suomalaisille pitää siis jatkossakin tarjota yleisen edun kanavilla ylikansallisten sisältöjen lisäksi suomen ja ruotsin kielillä tuotettua ja kotimaiselle yleisölle suunniteltua laadukasta ja monipuolista ohjelmaa.

Lainsäädännöllä ja Viestintäviraston päätöksillä tai määräyksillä varmistetaan, että yleisen edun kanavilla on muun muassa päivittäin suomen- tai ruotsinkielisiä ohjelmia, johon sisältyy myös kotimainen draama, päivittäin uutis- ja ajankohtaisohjelmia, joihin sisältyy esimerkiksi kotimaiset dokumentit sekä riippumattomien tuottajien ohjelmia. Näiden ohjelmien tulee lähtökohtaisesti olla kaikkien suomalaisten vastaanotettavissa. Lisäksi yleisen edun kanavien ohjelmistoilta edellytetään ääni- ja tekstityspalveluja.

(Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Luonnos 23.5.2012, 96.)

Laki televisio- ja radiotoiminnasta säätää suomalaisen televisio-ohjelmiston eurooppalaisuudesta:

Televisiotoiminnan harjoittajan on varattava eurooppalaisille ohjelmille suurin osa vuosittaisesta lähetysajastaan, johon ei lueta uutisille, urheilutapahtumille, kilpailunomaisille viihdeohjelmille, mainoksille, tekstitelevisiolähetysille tai teleostoslähetysille varattua aikaa.

(Laki televisio- ja radiotoiminnasta. 3. luku. Ohjelmisto. 16 § (30.4.2010/306). Ohjelmiston eurooppalaisuus.)

Yleisradiolakiuudistus

Hallitus antoi 4. huhtikuuta 2012 eduskunnalle esitykset Yleisradion rahoitusuudistusta koskeviksi laeiksi, jotka astuvat voimaan vuoden 2013 alusta. Yleisradion rahoitukseksi vuonna 2013 ehdotetaan 500 miljoonaa euroa. Jokainen täysikäinen kansalainen maksaa jatkossa Yle-veroa progressiivisesti tulojensa perusteella ja yritykset liikevaihtonsa mukaan. Laki uudistetaan osana tietoyhteiskuntakaarta vuonna 2013.

Uudessa lakiehdotuksessa pyritään turvaamaan ostot ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä:

Ehdotettu rahoituksen taso turvaa omalta osaltaan Yleisradion roolin kansallisena sisältöjen tarjoajana ja suomalaisen sisältötuotannon edistäjänä. Yleisradion mahdollisuudet muun ohella ohjelmaostojen lisäämiseen ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä ja kotimaisen musiikin määrän kasvattamiseen ohjelmissa

parantuvat. Rahoitustaso auttaa turvaamaan Yleisradion nykyisen alueellisen verkon toiminnan ja parantaa mahdollisuuksia ylläpitää monipuolista urheilutarjontaa vapaasti vastaanotettavilla kanavilla. Kehittämistoimet näkyvät myös esimerkiksi uusien ohjelmien ja palveluiden muodossa.

(Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi Yleisradio Oy:stä annetun lain sekä valtion televisio- ja radiorahastosta annetun lain muuttamisesta, 27 [Alleviivaus kirjoittajan.]

Lakiehdotukseen on kirjattu myös tavoite tukea kotimaista elokuvaa ja elokuvakulttuuria:

Lisäksi määritelmän esitettiin lisättäväksi velvoite edistää suomalaista elokuvaa ja elokuvakulttuuria. Lakiin toivottiin myös kirjausta kotimaisen draama- ja elokuvatuotantoon käytettävälle osuudelle ohjelmistobudjetista.

(Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi Yleisradio Oy:stä annetun lain sekä valtion televisio- ja radiorahastosta annetun lain muuttamisesta, 35.)

Esityksen taloudellisia vaikutuksia arvioitaessa on todettu, että ehdotetulla rahoituksen tasolla turvataan Yleisradion rooli kansallisena sisältöjen tarjoajana ja suomalaisen sisältötuotannon edistäjänä ja että Yleisradion mahdollisuudet muun ohella ohjelmaostojen lisäämiseen ulkopuolisilta tuotantoyhtiöltä paranevat.

Perusteluissa todetaan edelleen, että Yleisradion osuus suomalaisessa sisältötuotannossa on merkittävä.

Viittaamme tässä yhteydessä SATU ry:n Yleisradiolta saamiin lukuihin, jotka eroavat hallituksen esityksen luvuista. SATU ry:n saamine lukujen mukaan ns. ulkopuolisiin ostoihin käytettiin vuonna 2010 22,8 milj. euroa, vuonna 2011 15 milj. euroa ja vuonna 2012 on budjetoitu käytettäväksi 7-8 milj. euroa.

(Suomen elokuvatuottajien keskusliitto ry – SEK (2012) Lausunto HE Laeiksi Yleisradio OY:stä ja televisio ja radiorahastosta annettujen lakien muuttamisesta, sivu 3.)

*

Esimerkiksi suomalaisen television sisältötuotantomarkkinat ovat noin 180 miljoonaa euroa. Tästä summasta 72 % on Yleisradion itse tuottamaa ohjelmistoa ja noin 20 % Yleisradion riippumattomilta ohjelmatuotantoyhtiöiltä ostettua. Vuonna 2012 säästötoimista johtuen riippumattomien sisällöntuottajien osuus on pudonnut tilapäisesti 15 %:iin.

(SATU ry 2012: Lausunto HE:stä laeiksi Yleisradio Oy:stä ja valtion televisio- ja radiorahastosta annettujen lakien muuttamisesta. [Alleviivaukset kirjoittajan.]

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat – SATU ry antoi lausunnon Yleisradiolaki-uudistuksesta ja suositteli riippumattoman sisältötuotantoalan vahvistamista:

SATU ry:n tavoite on, että Yleisradion kotimaiset ohjelmaostot kasvaisivat ehdotetulla rahoitustasolla vähintään 30 miljoonaan euroon ja/tai 30 %:iin ohjelmistobudjetista vuoteen 2014 mennessä. Yleisradion osuuden kasvulla on merkittävä vaikutus suomalaisen luovan sisältöliiketoiminnan kehittämisessä ja kasvattamisessa erityisesti draamassa, elokuvissa, dokumentissa ja muissa teosmaisissa lajeissa, joiden osto on kaupallisille kanaville harvoin kannattavaa liiketoimintaan, mutta joiden arvo katsojille on äärimmäisen suuri ja jotka ovat siten julkisen palvelun tehtävän – monipuolisen ohjelmiston tarjoamisen – ytimessä.

(SATU ry 2012: *Lausunto HE:stä laeiksi Yleisradio Oy:stä ja valtion televisio- ja radiorahastosta annettujen lakien muuttamisesta.* [Alleviivaukset kirjoittajan.]

Kotimaista sisältöä pidetään ainakin televisioalalla kriittisenä kilpailuetuna, joka auttaa menestymään kilpailussa. Kotimaisen tuotantomarkkinoitten arvo on silti kasvanut hitaasti. Ilmiön selitykseksi *Päivitys television kehitysnäkymistä* - raportti tarjoaa kolmea tekijää:

1. *Yle on vähentänyt ostojaan uusien toimijoiden [tarkoittanee TV-kanavia ja jakelijoita?] ostojen suuruutta vastaavalla summalla. Jää nähtäväksi, kuinka suurelta osalta ja millä aikataululla YLE palauttaa ostojensa tason.*
2. *Ylen ostojen olennainen väheneminen on muuttanut kysyntä-tarjontasuhteita siten, että muiden ostajien neuvotteluvoima on kasvanut ja tämä taas on olennaisesti alentanut hintoja.*
3. *Indie-yhtiöiden ammattitaito ja tuotannollinen osaaminen ovat kasvaneet ja parantaneet tuotannollista tehokkuutta, mikä on voitu siirtää hintoihin. Myös formaattiohjelmien osuus ostoista on kasvanut, mikä on mittakaavaetujen vuoksi mahdollistanut alemmat yksikköhinnat.*

(NAG Oy (2012) *Päivitys television kehitysnäkymistä*, 10–11.)

Viestintävirasto

Viestintävirasto hoitaa liikenne- ja viestintäministeriön hallinnonalalla viestinnän hallintotehtäviä. Sen tehtävänä on vastata muun muassa audiovisuaalisella toimialalla viestintämarkkina- ja radiotaajuuksista ja telelaitteista annetussa laista, televisio- ja radiotoiminnasta annetussa laista ja valtion televisio- ja radiorahastosta annetussa laista, jotka on kirjattu lakiin (*Laki viestintähallinnosta 29.6.2001/625.*).

Viestintävirasto myöntää toimilupia, valvoo lakien ja vaatimusten toteutumista sekä kerää suomalaisilta TV-yhtiöiltä vuosittain tiedot tuotantomääristä ja raportoi ne joka toinen vuosi Euroopan komissiolle. Viimeisin raportti on vuodelta 2010:

(Viestintävirasto. Tutkimukset ja tilastot. Tv- ja radiotoiminta. Eurooppalaisuus ja riippumattomuus. *Ohjelmiston eurooppalaisuus vuonna 2010.*)

Viestintävirasto tähtää (*Viestintäviraston strategia 2020*), että sen toimivaltuudet saatetaan vastaamaan toimialan nopean kehityksen vaatimuksia, se osallistuu tietoyhteiskuntalain valmisteluun sekä seuraa Euroopan unionin tasolla säädösvalmistelua ja vaikuttaa keskeisiin sääntelyhankkeisiin.

Opetus- ja kulttuuriministeriö

Suomen opetus- ja kulttuuriministeriön linjauksessa määritellään ylipäätään, mitä audiovisuaaliseen alaan kuuluu. Siinä huomioidaan tärkeinä näkökulmina myös audiovisuaalisen *kuluttamisen* taidot, joihin tarvitaan mediakasvatusta sekä medialukutaitoa.

Audiovisuaalinen ala muuttuu, kehittyy ja laajenee jatkuvasti. Siihen kuuluvat mm. elokuvat, animaatio- ja peliteollisuus, televisiotoiminta, mediataide, muu audiovisuaalinen kulttuuri- ja sisällöntuotanto jakelukanavista tai tallennusaloista riippumatta sekä mediakasvatus ja medialukutaito.

(Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivut. *Audiovisuaalinen kulttuuri.*)

Nykyisen hallitusohjelman mukaan kulttuuripolitiikan tulee painottaa sisältöjen luomiseen ja tehokkaaseen levittämiseen huolehtimalla viestinnän monipuolisuudesta, moniarvoisuudesta ja sananvapauden edistämisestä.

*Hallitusohjelmaan sisältyy myös muita audiovisuaalisen kulttuurin kannalta tärkeitä tavoitteita. Näitä tavoitteita ja audiovisuaalisen kulttuurin poliittisia linjauksia vuosille 2012–2015 on käsitelty opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisussa *Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä*.*

(Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Luonnos 23.5.2012, 62.)

Valtiolta on antanut arvoa omakieliselle ja suomalaiselle audiovisuaaliselle kulttuurille:

Audiovisuaalinen ala on suomalaisen kulttuurin ja yhteiskunnan kannalta tärkeä ja sen merkitys kasvaa edelleen. Ala menestyy julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyöllä niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Menestyksen lähtökohtana on kansallinen arvopohja, omat kulttuuriset ilmaisut ja omalla kielellä kerrotut tarinat ja omat identiteettimme.

*(Opetusministeriö 2005. *Audiovisuaalisen politiikan linjat*, 8.)*

Opetusministeriö linjasi audiovisuaalisen alan merkitystä kirjoittamalla auki vision ja strategiset valinnat vuonna 2005:

Visiona on kehittää suomalainen audiovisuaalinen ala, joka on vahva ja omaääninen, kansallisesti ja kansainvälisesti kilpailukykyinen ja joka tuottaa uusia sisältöjä ja merkityksiä sekä luo ja heijastaa kulttuuriamme. Tavoitteena on kehittää alasta ammatillisesti ja liiketoiminnallisesti nykyistä vahvempi luovan teollisuuden menestystekijä lähivuosikymmenien aikana.

Strategian mukaan julkisen sektorin rooliin kuuluu yhtäältä edistää alan liiketoiminnan markkinaehtoista kehittämistä ja toisaalta tukea audiovisuaalista kulttuuria aktiivisesti, koska alan yhteiskunnallinen ja kulttuurinen merkitys on suuri.

*(Opetusministeriö 2005. *Audiovisuaalisen politiikan linjat*, 7.)*

Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä – poliittiset linjaukset 2012

Suomi oli valmistelemaan uusia sähköiseen viestintään ja audiovisuaaliseen kulttuuriin liittyviä poliittisia linjauksia, johon opetus- ja kulttuuriministeriö pyysi vuonna 2012 lausuntoja useilta alan toimijoilta.

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat - SATU ry kommentoi opetus- ja kulttuuriministeriön audiovisuaalisen politiikan linjauksia *Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä - poliittiset linjaukset 2012–2015* -luonnosta. SATU ry:n lausunnossa korostetaan audiovisuaalisen alan kartoitusta, jotta taataan uusien sisältöjen syntyminen jatkossakin. Lausunnossa käsiteltiin myös radio- ja televisioalan asioita. Lausunto korosti television merkittävää roolia alan teosten jakelu- ja esittämisalustana:

Kotimainen AV-kulttuuri pitää sisällään monenmuotoisia sisältöjä, kuten pitkät elokuvat, TV-draamat ja muut fiktiiviset TV-ohjelmat, dokumentit, animaatiot, viihdeohjelmat ja muut. Ne tuotetaan pääsääntöisesti riippumattomissa tuotantoyhtiöissä, joiden liiketoiminnan ydintä on näiden teosten kehittäminen, tuottaminen ja hyödyntämisoikeuksien myynti. Tämä liiketoiminta tulee tunnistaa, kartoittaa ja sen kehittämistä tukea, koska vain siten voidaan taata uusien sisältöjen syntyminen. AV-sisältöjen pääasiallinen esityspaikka on televisio. Jotta ne voivat, ja niiltä voidaan edellyttää kasvavaa investointia kotimaiseen sisältöön, on niille turvattava toimintaolosuhteet, joissa jakelun ja toimilupien kustannukset eivät kasva. Televisio-ohjelmien ammattimainen ja laadukas kehittäminen, tuotanto ja levittäminen tulee sisällyttää julkisten tukijärjestelmien piiriin.

*(Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat SATU ry (2012) *Lausuntopyyntö: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015*.)*

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto vastasi ministeriön lausuntopyyntöön:

Ehdotamme kiinteää 20 % osuutta Yleisradion ohjelmistobudjetista (ei lähetyksajasta) suomen- ja ruotsinkielisiin ohjelmaostoihin riippumattomilta tuottajilta. Tällöin budjetin vaihtelut tai talouskriisit Yleisradiossa eivät tulisi kokonaan indie-sektorin maksettavaksi, kuten nykyään. On huomionarvoista, että indie-sektori tuottaa nykyään lähes kaikki Yleisradion merkkituotteet uutistoimintaa lukuun ottamatta.

(Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset 2012–2015. Lausuntopyyntö 30.1.2012, OKM/1/600/2012, kohta 5.)

Sanoma Media Finland antoi myös lausunnon opetus- ja kulttuuriministeriölle. Siinä painotettiin, että jatkossa audiovisuaalisen kulttuurin tukijärjestelmien olisi oltava neutraaleja jakelukanavasta riippumatta:

Tuotantotukien saamisen ja hakemisen ehtona ei tulisi olla ”elokuva”, vaan tukea on voitava tasapuolisesti hakea ja saada myös televisio-ohjelmille.

(Lausuntopyyntö: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015. Kohta 4.)

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto sen sijaan toivoi, että ensin selvitetään laajentamisen mahdollisuudet televisiodraaman ja muun korkeatasoisten riippumattomien tuotantoyhtiöiden ohjelmien tukemiseksi:

Mielestämme on ensisijaista, että elokuvan tuki saatetaan pohjoismaiselle tasolle. Vasta sen jälkeen on perusteltua harkita elokuväsäätöön tukikohteiden lisäämistä nykyistä laajemmille alueille.

(Suomen elokuvatuottajien keskusliitto (2012) Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset 2012–2015. Lausuntopyyntö 30.1.2012, OKM/1/600/2012, kohta 28.)

Sanoma Media Finland kritisoi myös ”eurooppalaisuuskiintiötä” nykyisessä televisio- ja radiolaissa, joka edellyttää, että vähintään puolet ohjelma-ajasta varataan eurooppalaista alkuperää oleville ohjelmille. Se katsoo, että opetusministeriön aikaisemmat visiot eivät toteudu nykyisessä lainsäädännöllisessä tilanteessa:

Nykyinen sääntely ohjaa ohjelmapanostuksia eurooppalaiseen ei-suomalaiseen ohjelmistoon.

(Lausuntopyyntö: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015. Kohta 5.)

Sanoma Media Finland painotti myös kotimaisen ohjelmatuotannon merkitystä ja ehdotti TV- ja radiolakiin muutosta siten, että:

[...] kiintiö koskisi joko ohjelma-aikaa tai ohjelmabudjettia.

(Lausuntopyyntö: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015. Kohta 5.)

Työ- ja elinkeinoministeriö

IPR- strategia

Valtion aineettomia oikeuksia koskevan IPR-strategian (vuodelta 2008) toteuttaminen kuuluu työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalaan. Toisaalta tekijänoikeusasiat kuuluvat Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriön alaisuuteen.

Suomi on liittynyt osaksi kansainvälisen kaupan ja aineettomien oikeuksien sopimusjärjestelmiä ja on veloitettu noudattamaan Euroopan unionin jäsenenä yhteisön sääntelyä. Valtion IPR-strategian perustana on taloudellinen ajattelu ja kansainvälinen ote:

Aineettomia oikeuksia koskevan lainsäädännön valmistelussa kiinnitetään huomiota lainsäädäntöratkaisun taloudelliseen merkitykseen sekä sen taloudellisiin ja muihin vaikutuksiin. Aineettomien oikeuksien järjestelmän ja sen eri osien tehokkuuden arviointiin on kehitetty indikaattorit.

Aineettomia oikeuksia hyödynnetään lähtökohtaisesti globaalissa toimintaympäristössä. Yksinomaan kansallisille markkinoille keskittyvä toiminta on poikkeuksellista.

(Valtioneuvoston periaatepäätös aineettomia oikeuksia koskevasta strategiasta, 3.)

Tekijänoikeuksiin liittyvä liikevaihto on huomattavaa, jos jopa 75 prosenttia suomalaisesta yritysvarallisuudesta koostuu ylipäänsä immateriaalioikeuksista:

On arvioitu, että 75 prosenttia yritysvarallisuudesta koostuisi juuri aineettomista omaisuseristä. Aineettomat oikeudet ovat yhä keskeisempi osa tällaista yritysvarallisuutta. Esimerkiksi tekijänoikeuden hyödyntämiseen liittyvän taloudellisen toiminnan arvo on noin 3,5 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta eli yli 5 miljardia euroa. Yritysten näkökulmasta aineettomiin oikeuksiin liittyvä osaaminen on entistä keskeisemmässä asemassa.

(Valtioneuvoston periaatepäätös aineettomia oikeuksia koskevasta strategiasta, 1.)

Stiina Laakso pohti artikkelissaan *TV-tuotannon näkökulma* (2011) myös audiovisuaalisista aloista TV-alan kansantaloudellista ulottuvuutta sekä immateriaalioikeuksien omistamisen ja myynnin arvoa alan yrityksille. Laakso tähdensiin, että tuotantoyhtiöiden tärkein liiketoiminta on kaupankäynti ohjelmien hyödyntämisoikeuksilla.

Ohjelmat ovat tuotantoyhtiön ainoa omaisuus ja siksi niillä on yhtiölle merkittävä arvo.

(Laakso 2011, 96.)

Arvostettu ala – tuntematon tulevaisuus

Ilman sisällöntuottajia ei olisi välitettävää ja siksi yksityisiä audiovisuaalisen alan tuotantoyhtiöitä pitää tutkia tarkemmin, jotta saadaan välineitä kulttuuripoliittiseen päätöksentekoon. Suomesta puuttuu niin tuottajakentän kuin digitaalitoiden ammattilaisten toimialakartoitukset, ja sellaista tarvitaan, jotta voidaan millään tasolla tarkastella alan työllistävää vaikutusta. Alan kasvua ei myöskään pysty todentamaan, ellei tiedetä, miten ja keitä alalla tällä hetkellä toimii.

Yksi merkittävä ongelma on luotettavan tilastollisen faktan puute niin alan työllistävyydestä kuin liiketaloudellisesta kokonaisuudesta. Tilastokeskuksen luokittelut kun eivät mitenkään erittele tätä yksityisten AV-tuotanto- ja palveluyritysten kokonaisuutta. Tällä hetkellä meillä on käytettävissä vain SATU ry:n ja Suomen elokuvatuottajien keskusliitto ry:n summittaiset luvut siitä, että jäsenyritystemme liikevaihto on 180 miljoonaa € ja työllistävyys ehkä 2 500 henkilötyövuotta.

(Stiina Laakson sähköpostiviesti otsikolla ”Tässä viesti perusteluosioineen” kyselylomakkeen saaneille yrityksille maanantaina 21.5.201.)

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto puuttui myös alan tilastointiin (2012):

Suomalaisen av-alan tilastoinnissa on selkeitä puutteita. Av-alan toimijoiden ja termien määrittelyn moninaisuus on haastava asia tilastoinnissa. Olisi tärkeää saada aikaan av-alan toimialakartoitus, joka vastaisi tämän päivän nimikkeitä ja alan tilannetta. Siihen pohjautuvat tilastot av-alasta olisivat sen jälkeen keskenään verrannollisia ja kokonaisyymmärrys alasta kasvaisi ja täsmentyisi.

(Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset 2012–2015. Lausuntopyyntö 30.1.2012, OKM/1/600/2012, kohta 56.)

Suomen näyttelijäliitto otti myös kantaa audiovisuaalisen alan tilastointiin Opetus- ja kulttuuriministeriölle menneessä *Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä – poliittiset linjaukset 2012–2015* -lausunnossaan:

Tilastoinnin kehittäminen on välttämätöntä. Tällä hetkellä tilastotietoa on saatavilla ainoastaan hyvin hajanaisesti. Elokuva- ja tv-alasta ei saa kokonaiskuvaa eikä myöskään yksityiskohtaisempaa käsitystä toimialan rakenteista ja vaikuttavuudesta esim. työllisyysvaikutuksesta, palkkojen osuudesta tuotannossa tms.

Hyvänä vertailukohteena tilastoinnin perusteellisuudesta voidaan pitää Tinfon [Teatterin tiedotuskeskuksen] vuosittain teatterialalta kokoamia kattavia tilastoja.

KooPee Hiltunen kirjoittaa artikkelissaan *Luovien alojen ekosysteemi* (2011), että kulttuurialoja arvottava analyysi on ollut Suomessa vähäistä.

Jo ajatus siitä, että luovien alojen kehittämisessä tulisi huomioida myös alojen suorat tai epäsuorat taloudelliset vaikutukset on herättänyt vastustusta.
(Hiltunen 2011, 13.)

Aku Alanen puolestaan sanoo artikkelissaan *There’s no business like...*, että elokuvien taloudellisen tuoton menestystä ei osata ennakoida ja siksi alasta ei saada täsmällistä tietoa.

[Elokuvan] Kasvun taloustieteellisiä ulottuvuuksia ei ole edes yritetty tutkia. Yhtenä syynä tutkimuksen puuttumiseen voi pitää sitä, että tuotantoa kuvaavien tilastojen tulkinta on hyvin ongelmallista.
(Alanen 2008, 38.)

Tilastokeskuksen ennakkotiedot vuoden 2011 joukkoviestintämarkkinoista kertovat, että sähköinen viestintä kasvoi ja televisioalalla ylitettiin miljardin euron raja:

Vuonna 2011 mediamarkkinat kokonaisuutena jäivät edellisvuoden tasolle. Suomen joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli yhteensä 4,3 miljardia euroa.

Sähköinen viestintä kasvoi edelleen selvästi (+ 7 %) vuonna 2011. Televisio ylitti ensimmäisen kerran miljardin euron rajan.

Painettu viestintä laski edellisvuodesta 2 prosenttia ja tallenneviestintä jopa 10 prosenttia. Videotallenteissa tapahtui suurin pudotus (- 15 %).

(Tilastokeskuksen verkkosivut (2012) *Televisio ylitti miljardin euron rajan - ennakkotiedot joukkoviestintämarkkinoista 2011*).

Toisessa artikkelissa (*Pikku rooli kansantaloudessa*) Alanen myöntää, että ”elokuvatuotannon merkitys kansantaloudelle on pieni”, mutta elokuvat ovat silti osa laajempaa elämystaloutta:

Maailmalla elokuva on kytketty samaan arvoketjuun matkailun kanssa.

(Alanen 2008, 40.)

Audiovisuaalisen klusterin osuus bruttokansantuotteesta oli puoli prosenttia ja työllisten osuus alle puoli prosenttia vuonna 2010. (Alanen 2012, taulukot *Klusterien %-osuus BKT:sta 1995–2010* ja *Klusterien %-osuus työllisistä 1995–2010*.)

Jos ajatellaan elokuvaa voidaan se käsittää joko laajasti tai suppeasti. Eli puhutaanko suppeasti elokuvalla läheisistä toiminnoista vai laajasti koko arvoketjusta, jossa elokuvan tuotanto muodostaa yhden osan. (Alanen 2008, 40.)

[Tässä artikkelissa] käytetään suppean elokuvaklusterin käsitettä, jota voisi kutsua yksinkertaisesti myös elokuva-alaksi. Toimialatasolla tämä tarkoittaa sitä, että elokuvaklusteriin katsotaan kuuluvan elokuvien ja videoiden tuotanto, levitys, vuokraus ja esitys sekä vielä pieni kuvatallenteiden levittämisen toimiala.

(Alanen 2008, 40.)

Nina Laurion mukaan (2011) elokuva-ala on muutosvaiheessa ja sen ansaintalogiikat ovat muuttuneet digitaalisuuden myötä. Muutos on vaikuttanut tuotanto-, jakelu-, esitys- ja välitysvaiheisiin.

Alalle on syntymässä myös uusia liiketoimintamalleja, mutta liiketoiminnan perusta, eli teoksen oikeuksien myynti ja hallinnointi pysyy samana.

(Laurio 2011, 99.)

Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto FiCom ry vastasi myös lausuntopyyntöön Opetus- ja kulttuuriministeriön luonnoksesta *Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015*. Se kantoi huolta siitä, että audiovisuaalisten tuotteiden kaupallisessa jakelussa huomioidaan muuttuvat tekniikat ja medioiden käyttötavat, koska se näkee niissä mahdollisuuksia myös talouskasvulle:

Useiden tutkimusten mukaan sähköinen kaupankäynti ja online-palvelut muodostavat suurimman potentiaalisen talouskasvulle. Luonnoksessa on perustellusti arvioitu että, digitaalisista jakelukanavista, esimerkiksi Internetistä ei kuitenkaan vielä ole muodostunut riittävän merkittävää kauppapaikkaa sisällöille, vaikka digitaalisuus on moninkertaistanut toimintamahdollisuuksia audiovisuaalisten sisältöjen tuotannossa, jakelussa, esittämisessä ja kuluttamisessa.

Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto erityisesti painotti lausunnossaan kattavan tekijänoikeusjärjestelmän rakentamista siten, että myös lainsäädäntö vastaisi muuttuviin mediaoloihin, eikä ainakaan estäisi alan kehitystä:

FiComin näkemyksen mukaan keskeistä olisi tällöin arvioida edellä mainittujen, itse audiovisuaalisen kulttuurin kehittämiseen vaikuttavien säännösten lisäksi, rakenteita ja säännöksiä, jotka vaikuttavat/muodostavat esteitä audiovisuaalisten digitaalisten sisältöjen kaupan/kauppapaikkojen kehitykselle. Erityisen keskeisessä asemassa on tällöin tekijänoikeusjärjestelmä ja lisensiointirakenteet. Niihin tulisi luoda nykyistä yksinkertaisemmat ja tehokkaammat digitaaliseen markkinaan soveltuvat mekanismit, joilla voidaan varmistaa, että sisältöjä saadaan jakeluun kilpailu- ja palveluneutraalilla tavoin eri jakelukanaviin. Tämän lisäksi tulisi tutkia, miten lainsäädännössä voitaisiin helpottaa digitaalisten sopimuksen tekemistä esimerkiksi edistämällä sähköistä tunnistautumista, mikromaksamista ja yhtenäistämällä ja kehittämällä näihin vaikuttavia toimintatapoja säännöksiä.

(FiComin lausunto luonnoksesta: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015.)

Vuodesta 2017 alkaen televisio siirtyy teräväpiirtotekniikkaan. IPTV eli laajakaista-TV on palvelu, jossa televisiokanavat lisäpalveluineen välitetään operaattorin suljetussa runkoverkossa laajakaistaliittymän kautta. Sitä pidetään digitaalisen television neljäntenä jakelutienä maanpäällisen-, kaapeli- ja satelliittijakelun ohella. Ohjelmia katsellaan palveluun integroidun digiboksin avulla omasta televisiosta. Tekniikka antaa mahdollisuuden vuorovaikutteisten TV-ohjelmien jakeluun. (Leino, 2008 & Wikipedia) Myös laiteriippumattomat jakelukanavat ja palvelut ovat kasvava trendi.

IPTV:n kehitystä arvioitaessa on kysyttävä, miksi katselijat haluaisivat vastaanottaa televisiosisältöä sekä IPTV:n muita internetpohjaisia palveluita ensisijaisesti juuri televisiovastaanottimen eikä jonkun muun laitteen kautta.

(Päivitys television kehitysnäkymistä. Maaliskuu 2012, 4)

*

Tekniikan kehittymisestä huolimatta kuluttajille on taattava riittävä määrä nykyisellä tekniikalla jaettavia televisiopalveluita kohtuullisen mittaisen siirtymäajan.

(Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Luonnos 23.5.2012, 83.)

Audiovisuaalisten tuotteiden rekisteröinti: ISAN ja IDA

Audiovisuaalinen ala panostaa nykyään tuotteiden rekisteröimiseen, koska siten vahvistetaan myös alan tuotteiden tekijänoikeuksien hallintaa. Suomessa Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto (FiCom) on ehdottanut audiovisuaalisten tuotteiden rekisteröintiä:

Tekijänoikeusjärjestelmässä tulisi vahvistaa tuottajien roolia tekijänoikeuksien kerääjänä yhteen kokonaisuuteen. Oikeuksien haltijat (tuottajat) ja audiovisuaaliset teokset tulisi rekisteröidä ja niiden tulisi olla saatavissa sekä alueellisesti, että Euroopan laajuisesti "yhdeksi luukulta". AV-teoksen rekisteröiminen lisäisi läpinäkyvyyttä ja toisi toimialalle normaalin teollisen/kaupallisen dynamiikan. Tällöin olisi kuitenkin tärkeää huolehtia siitä, että tuottajien välillä säilyisi toimiva kilpailu. Tekijänoikeusjärjestöille jäisi edelleen tärkeä rooli sekä oikeuksien claraamiseksi tekijöiltä tuottajille että kuluttajilta kerättävien korvausten kerääjinä ja korvausten jakajina tekijöille.

(FiComin lausunto luonnoksesta: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015.)

Audiovisuaalisella alalla on käytössä teoksen yksilöivä ISAN-tunnus *International Standard Audiovisual Number*), joka on kansainvälinen standardi audiovisuaalisten teosten tunnistamiseen. Standardin on kehittänyt ISO-standardisointijärjestö (*International Organization for Standardization*) yhteistyössä audiovisuaalisen alan kanssa.

ISAN-rekisteröinti on maksullista. Audiovisuaalisten teosten ISAN-rekisteröinti on pakollista joissakin maissa, muun muassa Ranskassa, Espanjassa ja Italiassa. Pakollisuudella halutaan edistää ISAN-tunnuksen käyttöä, sillä se lisää audiovisuaalisten teosten tekijänoikeus-korvausten kohdentamista varsinkin kansainvälisessä toiminnassa. (ISAN Finland, Uutisarkisto.)

Suomessa ISAN-rekisteröintiä on hoitanut vuodesta 2011 elokuva- ja audiovisuaalisten tuotantoyhtiöiden tekijänoikeusyhdistys Tuotos ry. (ISAN 2011). Tuotos ry ylläpitää ISAN Finland -palvelua:

ISAN hankitaan rekisteröimällä kansainväliseen ISAN-tietokantaan av-teosta kuvaavat tiedot. Tämän metadatan perusteella teokselle muodostuu ainutlaatuinen, kansainvälisesti tunnustettu pysyvä numero, jota voidaan hyödyntää alalla maailmanlaajuisesti.

ISAN estää teoksen sekoittumisen muihin teoksiin sekä mahdollisiin jaksoihin ja versioihin. Sarjojen kohdalla ISAN hankitaan jokaiselle jaksolle erikseen. Myös alkuperäisteoksesta muunnellut teosversiot saavat oman numerotunnuksensa, V-ISANin.

Av-teoksia, joille ISAN-tunnuksen voi hankkia, ovat:

- *Elokuvat*
- *Mainoselokuvat ja trailerit*
- *Musiikkivideot*
- *Tapahtumataltioinnit*
- *Tietokonepelit*
- *Tv-ohjelmat ja -sarjat*

ISAN on suunniteltu siten, että sitä voidaan käyttää sekä digitaalisessa että kirjallisessa muodossa. ISAN voidaan liittää teoksen digitaaliseen koodiin tai fyysisesti kopioon sekä käyttää referenssinä erilaisissa teksteissä ja tietokannoissa.

CISAC:in (*The International Confederation of Societies of Authors and Composers*) omistama yleishyödyllinen järjestö IDA (*International Documentation on Audiovisual works*) hallinnoi kansainvälistä verkkotietokantaa audiovisuaalisista teoksista ja tekijänoikeuksien omistajista. Suomesta IDA:n jäsenenä on Kopiosto ry. IDA-

tietokannassa luokitellaan alkuperäiset tuotannot, formaatit ja eri kieliversiot ja siinä näkyvät myös kaikki ISAN-rekisteröidyt tuotteet.

Each work registration contains a minimum set of information: original titles, foreign titles, subtitles, production companies, year and country of production, shooting languages, rights owners, ISAN (International Standard Audiovisual Number), IPI (Interested Party Information), exploitation purposes and a unique IDA code.

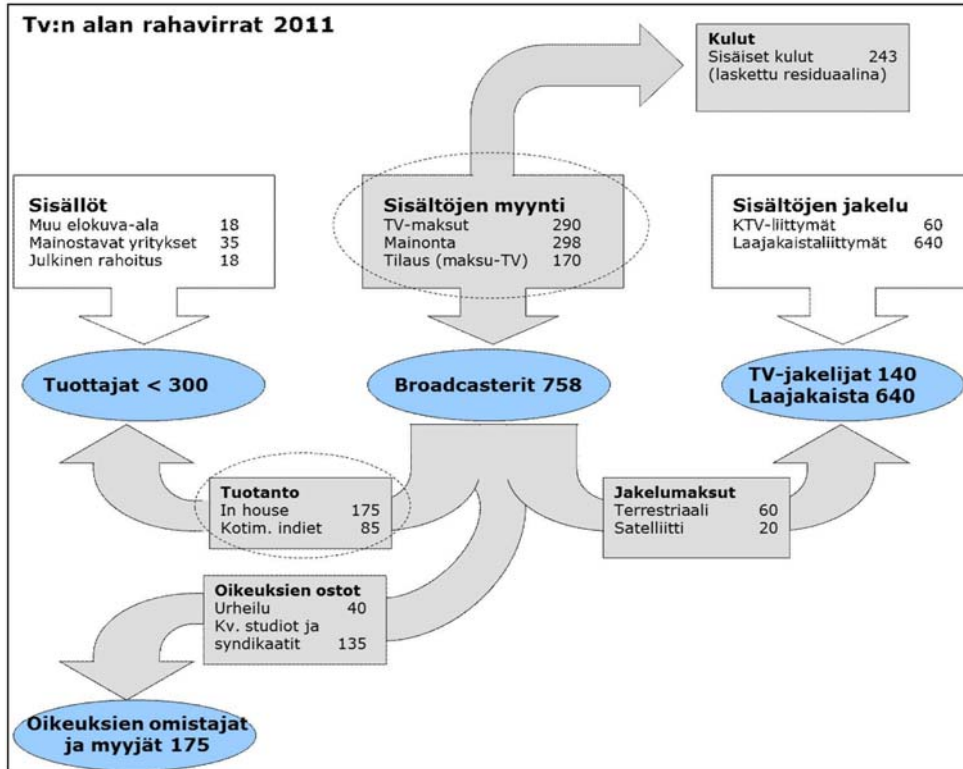
(IDA – International Documentation on Audiovisual works: *What's IDA?*)

Audiovisuaalisten tuotteiden kansainvälinen rekisteröinti tietokantoihin parantaa niiden löydettävyyttä, mutta voi myös jatkossa vauhdittaa teosten myyntiä ja jakelua muihin maihin ja merkitä lisäliikevaihtoa.

TV-alan rahavirrat ja katsojat

NAG Oy:n loppuraporttiin Päivitys television kehitysnäkymistä. Selvitys Liikenne- ja viestintäministeriölle sisältyy kuva televisioalan rahavirroista. Itse tekstissä ei luonnehdita, mistä nämä vuotta 2011 koskevat luvut on otettu. Mitä esimerkiksi tarkoittaa tuottajia koskeva numeerinen tieto *Tuottajat < 300*?

Kuva 2. TV-alan rahavirrat 2011.



(Lähde: NAG Oy. Päivitys television kehitysnäkymistä. Selvitys Liikenne- ja viestintäministeriölle. Loppuraportti 12.3.2012. Kuva: TV:n alan rahavirrat, 6.)

Kuvasta (joka on julkaistu myös *Sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman luonnoksessa*) kerrotaan vain, että:

Kuvassa riippumaton sisältötuotanto on kuvattu kokonaisuutena sisältäen perinteisen televisiosisällön lisäksi elokuvien, mainosten sekä yritysten markkinointisisällön tuotannon. Tämän vuoksi riippumattoman tuotannon osuuden arvo on noussut tässä vuonna 2012 tehdyssä päivityksessä verrattuna vastaavaan vuodelta 2009 olevaan kuvaan. Riippumatonta tuotantoa käsitellään kokonaisuutena, sillä eri sisällöt käyttävät samoja resursseja sekä osaamista. Vastaavasti Yleisradio Oy:n ostot suomalaisilta sisällöntuottajilta ovat pienentyneet, mikä on suoraan alentanut sisällöntuotannon määrän tasoa. Kuvassa sisältöjen myynti sisältää televisiomaksut, mainonnan sekä maksutelevision.

(*Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Luonnos 23.5.2012, 16.*)

Kotimaisten riippumattomien yksityisten tuotantoyritysten ohjelmat ja katsojat

Suomalaisia TV-katsojia kiinnostaa kotimainen sisältö. Suuri osa television suosikkiohjelmista vuonna 2011 oli kotimaisten riippumattomien yksityisten tuotantoyritysten tuottamia viihdeohjelmia, draamasarjoja, elokuvia ja kilpailuja ja ne olivat useimmiten kanavien *prime time* -ohjelmistossa. Riippumattomat indietuotannot on merkitty alla olevaan taulukkoon tummemmalla värillä.

TV-kanavien (Yle TV1, Yle TV2, MTV3, Nelonen, Sub, TV5, JIM, LIV ja FOX) katsotuimmat ohjelmat on koostettu *Finnpanelin* julkaisemista erillisistä kanavakohtaisista vuositilastoista. Kohderyhmänä on kaikki kymmenen vuotta täyttäneet kansalaiset, joita oli 4 741 000 henkeä. Listasta on poistettu uutis-, urheilu- tai vaaliohjelmat, saman ohjelman tai sarjan useammat jaksot sekä yksittäiset ajankohtaistapahtumat (esimerkiksi joulurauhan julistus, euroviisufinaali tai missikisat).

TV-kanavilta on otettu mukaan myös kanavan eniten katsojia saanut ohjelma, joka on merkitty vaalealla värillä. Pienemmiltä kanavilta on otettu kaksi eniten katsojia saanutta ohjelmaa.

Taulukko 1. TV-kanavien katsotuimmat ohjelmat vuonna 2011.

sijoitus kanavalla	ohjelman nimi	kanava	aika	katselu- osuus	keskikatsoja- määrä
1.	Itsenäisyyspäivän vastaanotto	Yle TV1	6.12.2011 18:50	80 %	2 324 000
1.	Tanssii tähtien kanssa	MTV3	4.12.2011 19:13	63 %	1 399 000
2.	Putous	MTV3	26.2.2011 19:30	54 %	1 327 000
3.	Idols	MTV3	20.2.2011 19:59	49 %	1 176 000
10.	Taivaan tulet	Yle TV2	9.2.2011 21:00	43 %	1 033 000
14.	Pirunpelto	Yle TV2	27.4.2011 22:00	52 %	947 000
4.	Salatut elämät	MTV3	31.10.2011 19:29	48 %	940 000
5.	Maajussille morsian	MTV3	8.12.2011 20:04	45 %	916 000
8.	Uutisvuoto	Yle TV1	10.12.2011 21:30	41 %	824 000
1.	The Voice of Finland	Nelonen	30.12.2011 20:01	34 %	819 000
8.	Helppo elämä	MTV3	3.4.2011 21:04	37 %	810 000
11.	Tappajan näköinen mies	MTV3	6.2.2011 20:59	34 %	759 000
13.	Hercule Poirot: Idän pikajunan arvoitus	Yle TV1	2.1.2011 19:00	37 %	758 000
14.	Enon opetukset	Yle TV1	17.1.2011 21:30	37 %	744 000
13.	Uuno Turhapuro – This Is My Life	MTV3	30.1.2011 19:59	34 %	740 000
15.	Tosi tarina: Tarinoita karhunkolosta	Yle TV1	26.4.2011 20:00	40 %	739 000
16.	Kotikatsomo: Moska	Yle TV1	9.10.2011 21:10	32 %	737 000
17.	Alavilla mailla hallanvaara	Yle TV1	18.9.2011 21:11	34 %	733 000
15.	Johtaja Uuno Turhapuro – pisnismies	MTV3	23.1.2011 20:00	33 %	725 000
2.	Talent Suomi	Nelonen	26.11.2011 19:00	38 %	724 000
1.	Big Brother -finaali	Sub	11.12.2011 21:00	29 %	606 000
5.	Elokuva: Vares – Yksityisetsivä	Sub	3.1.2011 21:00	24 %	480 000

4.	MasterChef Suomi	Nelonen	5.4.2011 21:01	21 %	443 000
7.	Kuorosota	Nelonen	28.10.2011 19:58	20 %	395 000
8.	Matkaoppaat	Nelonen	14.2.2011 19:01	22 %	394 000
1.	Tuksu menee naimisiin	TV5	3.3.2011 20:01	13 %	290 000
1.	Poliisit	JIM	28.2.2011 20:30	13 %	287 000
2.	Elokuva: Taistelija	TV5	4.7.2011 21:01	12 %	193 000
1.	Kiinteistökingatar Kaisa	LIV	2.11.2011 20:59	8 %	168 000
4.	Lentokenttä	JIM	12.9.2011 20:28	6 %	127 000
6.	Tulli	JIM	4.1.2011 19:58	7 %	121 000
4.	Ruotsin miljonääriäidit	LIV	5.1.2011 20:59	5 %	109 000
6.	Kauneusklänikka Tiina Jylhä	LIV	29.3.2011 20:29	5 %	104 000
7.	Inno	LIV	13.2.2011 21:09	5 %	104 000
1.	Kymppitonni	FOX	5.1.2011 19:01	2 %	75 000
2.	Fredin vieraana	FOX	7.2.2011 21:59	1 %	69 000

(Koonti: Minna Laukkanen 2012.)

Suomessa tuotettiin 29 kotimaista ensi-iltaelokuvaa vuonna 2011. Näistä seitsemän oli vuoden katsotuimpien elokuvien listalla. Eniten kotimaisista elokuvista sai katsojia (yli kaksisataatuhatta katsojaa) **Anders Engströmin** ohjaama *Vares – Pahan suudelma* -elokuva. Harvinaista, että kirjailija **Reijo Mäen** luomaan Vares-romaanisarjaan perustuvia elokuvia tuli ensi-iltaan saman vuoden aikana peräti kolme. **Aki Kaurismäen** ohjaama draamaelokuva *Le Havre* (15. katsotuim) sai vuoden 2011 parhaan elokuvan Jussi-palkinnon.

Taulukko 2. 25 katsutuinta elokuvaa elokuvateattereissa Suomessa vuonna 2011 ja niiden katsojamäärät.

Kotimaiset tuotannot on merkitty tummemmalla värillä.

<i>Elokuva</i>	<i>katsojat</i>
1. Harry Potter ja kuoleman varjelukset osa 2 (3D)	388 798
2. Pirates of the Caribbean: Vierailta vesillä (3D)	356 824
3. Johnny English – Uudestisyntynyt	266 518
4. Autot 2 (3D)	253 911
5. Vares – Pahan suudelma	204 827
6. Kuninkaan puhe	194 728
7. Twilight – Aamunkoi osa 1	183 486
8. Black Swan	169 825
9. Kaksin karkuteillä (3D)	167 403
10. Rio (3D)	152 955
11. Kauhea kankkunen 2	146 703
12. Smurffit (3D)	144 326
13. Tintin seikkailut: Yksisarvisen salaisuus (3D)	134 982
14. Kung Fu Panda 2 (3D)	130 590
15. Le Havre	116 727
16. Transformers: Kuun pimeä puoli (3D)	92 590
17. Fast & Furious 5 (3D)	91 441
18. Vares – Sukkanauhakäärme	88 811
19. Hella W	86 050
20. Jogi-karhu (3D)	81 542
21. Bad Teacher	80 661
22. Pussikaljaelokuva	79 723
23. Vares – Huhtikuun tytöt	78 738
24. Sherlock Holmes: A Game of Shadows	76 437
25. Veijarit	74 961

(Lähde: Suomen elokuvasäätiö 2012.)

Vuonna 2011 kymmenen myydyimpien elokuvien joukkoon mahtui kolme kotimaista DVD- ja kaksi Blu-Ray-tallenteissa. **Dome Karukosken** ohjaama vuoden 2010 parhaaksi elokuvaksi valittu *Napapiirin sankarit* oli eniten myynyt kotimainen tallenne kummassakin tallenneformaattissa.

Myydyimmät kuvataallenteet Suomessa vuonna 2011.

Kotimaiset tuotannot on merkitty tummemmalla värillä.

Taulukko 3. Myydyimmät DVD-tallenteet 2011.

Elokuva	kpl
1. Autot 2	118 549
2. Harry Potter ja kuoleman varjelukset 2	92 953
3. Pirates of the Caribbean: Vierailta vesillä Rob Marshall	82 176
4. Harry Potter ja kuoleman varjelukset 1	76 813
5. Napapiirin sankarit	73 708
6. Kung Fu Panda 2	51 458
7. Smurffit	50 103
8. Rio	49 992
9. Rare Exports	44 757
10. Prinsessa	39 946

(Lähde: Suomen elokuvasäätiö 2012.)

Taulukko 4. Myydyimmät Blu-Ray-tallenteet 2011.

Elokuva	kpl
1. Leijonakuningas	38 182
2. Harry Potter ja kuoleman varjelukset 2	15 485
3. Harry Potter ja kuoleman varjelukset 1	14 993
4. Pirates of the Caribbean: Vierailta vesillä	11 335
5. Autot 2	9 953
6. Star Wars I-IV (BD-boxi)	8 929
7. Napapiirin sankarit	8 700
8. Transformers: Kuun pimeä puoli	8 438
9. Rare Exports	7 226
10. Fast Five	7 030

(Lähde: Suomen elokuvasäätiö 2012.)

Muita kulttuurin alan toimialakartoituksia

Kulttuurin alojen toimialakartoituksia on tehty hyvin erikokoisilla otannoilla. Culminatum Innovation/Digital Media Finland 2012 julkaisi visuaalisen tietojenkäsittelyn ja CGI-kentän (*Computer Generated Imaging*) toimialakartoituksen (*Tietokonegrafiikan ja -animaation osaamisesta uutta kasvua Suomelle – Esiselvitys toimialan kehityshankkeille*). Raportti on koostettu 40 yritys- ja asiantuntijahaastattelusta ja siinä on kuultu myös alan koulutusta, tutkimusta ja rahoitusta edustavia tahoja sekä toimiala- ja edunvalvontajärjestöjä. Osa CGI-selvityksessä olevista yrityksistä kuuluu myös tämän raportin mediaklusteriin kuuluviin yrityksiin.

Suomen pelialan keskus Neogames julkaisi pelialan kartoituksen ja vientistrategian vuonna 2006 (*Pelialan vientistrategia*). Raporttiin oli haastateltu 40 pelialalla toimivaa yritystä. Toimialakartoituksessa on kirjattuna pelialan tulevaisuuden visio ja toimenpiteet vision toteutumiseksi. Neogames julkaisi 2008 selvityksen myös pelialan koulutuksesta (*Suomen pelialan koulutus ja sen kehittämistarpeet*). Siinä oli 26 vastaajaa, joista 16 yritystä ja kymmenen oppilaitosta. Selvityksen lopussa on listattu toiveita ja perusteluja alan koulutuksen järjestämiseksi.

Tanskalaisessa kattavassa selvityksessä (*Danske Indholdsproducenter - Film, TV og Computerspil i tal*, 2009) mukana olivat myös mainos- ja peliala televisio- ja elokuva-alan lisäksi. Tanskalaisen raportin tehtävänä oli tuottaa *Danmark Statistikin* avuksi spesifimpää tietoa alalta muun muassa audiovisuaalisen alan yritysten määrästä, liikevaihdosta, sijoitusmääristä ja työllistävyyydestä sekä esitellä tilastointiin tuotantolähtöinen menetelmä.

Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämistätiö Cuporen julkaisema **Eeva-Liisa Jokelan** toimittama *Kulttuuripoliittisesti relevantti tutkimus Suomessa* -kartoitus antaa laajan yleiskuvan Suomessa viime vuosina tehdystä ja tekeillä olevasta kulttuurialan tutkimuksesta. Siinä esitellään myös tärkeimmät kulttuuripoliittista tutkimusta rahoittavat tahot.

Työ- ja elinkeinoministeriön luovan talouden strategisen hankkeen tilaama selvitys (*Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen*) ilmestyi 2011. Artikkelimuotoinen raportti on kaikkein laajin sivumäärältään ja siinä huomioidaan isolla kaarella useat luovat alat. Tietoa raporttiin on kerätty workshopeissa, pyydetty eri organisaatioiden asiantuntijoita kirjoittamaan omasta alastaan sekä haastateltu yrityksiä. Haastateltujen yritysten lukumäärää ei mainita, vaan todetaan vastausten määrän olleen pieni, mutta ”suuntaa antava” (s. 11). Raportin esipuheessa silloinen työministeri **Anni Sinnemäki** korosti aineettomien oikeuksien merkitystä koko audiovisuaaliselle alalle:

Luovien alojen yritysten arvo muodostuu pääosin aineettomista oikeuksista. Siksi aineettomien oikeuksien säilyminen suomalaisilla yrityksillä on niiden kasvun kannalta tärkeää. IPR:n hyvä hoito ja säilyminen suomalaisyrittäjillä on yhtäläillä tärkeää esittävien taiteiden toiminnassa kuin luovissa teollisuusaloissa kuten vaikka peliteollisuudessa ja koko av-alalla.

(Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen, 6)

Aineiston rajaaminen: miten yritykset valittiin kyselyyn

Tilastokeskuksen tietokanta pohjana

Tilastokeskuksen tietokannasta poimittiin audiovisuaalisen alan toimialat TOL2008=59110 (elokuvien, videoiden ja TV-ohjelmien *tuotanto*) ja TOL2008=59120 (elokuvien, videoiden ja TV-ohjelmien *jälkituotanto*).

Tilastokeskuksesta tilatusta tilastodatasta (505 Y-tunnusta tietoineen) valittiin audiovisuaalisen alan yritykset, joiden vuoden 2009 henkilöstö oli vähintään yksi, ja joiden vuosittainen liikevaihto oli yli *satatuhatta* 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. Näistä yli 100 000 euroa/vuosi (2009) yrityksiä oli 227 kappaletta. Raja oli 100 000 euroa, koska pienin luokituskaala on 0–99 000 euroa Tilastokeskuksen luokituksessa.

Aineiston rajaamisessa lähdettiin alun perin liikkeelle **Aku Alasen** hahmottelemasta audiovisuaalisen alan klusterikonaisuudesta (Alanen 2011: *Taulukko 2. Av-klusteri 2009*, 35). Alasen esittelemistä kohdejoukoista otettiin mukaan elokuvatuotanto ja jälkituotanto, mutta jätettiin pois esimerkiksi elokuvien levitys, musiikkituotanto tai peliyhtiöt. Vuonna 2012 Alaselta saatiin päivitettyä tietoa vuodesta 2010 (Alanen 2012: *Av-alan taloudesta*). Uudet tiedot on listattu taulukoissa 5 ja 6. Audiovisuaalisten yritysten kokonaismäärä oli vuonna 2010 Tilastokeskuksen tietojen mukaan 1 614. Siitä valikoitui tämän tutkimuksen kohdejoukoksi 843 yritystä, joiden päätoimialoina olivat elokuvatuotanto tai jälkituotanto.

Taulukko 5. Audiovisuaalisen klusterin kokonaislaskelma vuonna 2010

(Lähde: Alanen 2012: *Av-alan taloudesta*.)

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

Taulukko 6. Tutkimukseen valittujen elokuvatuotanto- ja jälkituotantoyritysten määrä, yhteisliikevaihto sekä henkilöstö vuonna 2010

(Lähde: Alanen 2012: *Av-alan taloudesta*.)

	yritysten lukumäärä	liikevaihto milj. €	kokoaikainen henkilöstö
kaikki AV-alan yritykset 2010	1 614	1 797	9 280
elokuvatuotanto + jälkituotantoyritykset	843	218	2 143

Toimialakartoituksesta pois jätetyt pienet elokuvatuotanto- ja jälkituotantoyritykset

Kartoituksesta pois jätettyjä yrityksiä oli 607 kappaletta (yritysten kokonaismäärä 843 - 227 valittua yritystä = 607). Ne olivat yrityksiä, jotka olivat mukana tilastoissa eli niiden liikevaihto oli alle 100 000 €. Poisjätettyjen joukossa oli myös Tilastokeskuksen tilastojen ulkopuolelle jääneitä yrityksiä (tilastoon tulemattomia), joiden liikevaihtoraja oli noin 10 000 € vuodessa. Pois jätettyjen yritysten kappalemäärä oli huomattava, sillä ne kattoivat 72 % alan yrityksistä. Sen sijaan niiden liikevaihto oli vain alle yhdeksän prosenttia alan tuotosta ja alan kokoaikaisesta työvoimasta vain 4,4 prosenttia. Nämä pienet yritykset voivat olla sivutoimisia henkilöyhtiöitä tai yhden henkilön toiminimiä, jotka myyvät osaamistaan esimerkiksi isommille toimijoille. (Alanen 2012: *Laskelmat elokuva- ja jälkituotannon pikkuyrityksistä 2010.*)

Kyselyt

Vuoden 2010 tilannetta koskeva kysely

Kysymyslomake koodattiin verkkoon Metropoliasa ja lähetettiin yrityksille joulukuussa 2011 Tilastokeskuksen TOL2008 59110–59120-rekisterin pohjalta. Ensimmäisellä kyselykierroksella kysyttiin yrityksen toimialaa, liikevaihtoa, asiakkaita, rahoitusta, tulevaisuuden haasteita ja työllistävyyttä vuonna 2010. 5.12.2011 mennessä verkossa tehdyllä [kysymyslomakkeella](#) (liite 3) saatiin 65 yrityksen vastaukset. Kuvioissa vastaajajoukko on nimetty "N=65", jos vastaajamäärä on ollut 65. Vastauksista 35 oli nimettömiä ja 29 yrityksen nimellä. Vastaajamäärä edustaa 7,7 % kaikista audiovisuaalisen alan yrityksistä ja 27 % kyselyyn valituista yrityksistä. Vastaajien liikevaihto oli noin 29 % valittujen yritysten liikevaihdosta ja 16 % kokoaikaisesta henkilöstöstä.

Toimialakartoituksen toinen kyselykierros 2011

Kysymyslomakkeesta toimitettiin uusi versio maaliskuussa 2012. Uusi kysely (liite 4) kattoi yritysten vuoden 2011 tilanteen. Lomake koodattiin verkkoon Metropoliasa ja lähetettiin yrityksille. Tällöin päivitettiin myös uudet osoiterekisterit Tilastokeskuksen TOL2008 59110–59120-rekisterin, Suomen elokuvatuottajien keskusliiton (SEK) ja Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat SATU ry:n asiakasrekisterien pohjalta.

Toukokuussa 2012 tehtiin vuotta 2011 koskeva kysely. Kutsun vastaamaan verkkolomakkeelle sai 231 yritystä. Vastanneita yrityksiä oli 64. Kyselyssä pyrittiin selvittämään yritysten omistussuhteet, toimiala ja liikevaihto, asiakkaat, toiminnan tukijat ja rahoitus, miten yritys näkee liikevaihdon ja kannattavuuden vuonna 2012, tulevaisuuden haasteet, vakituiset työntekijät ja määräaikaisessa työsuhteessa olevat, freelancerit ja alihankintayritykset (kotimaiset ja ulkomaiset alihankkijat) sekä käytettyjen freelanceiden työnimikkeet.

Kuten kyselyn saateviestissäkin tähdennettiin, oli se täysin luottamuksellinen, eikä loppuraportissa pysty erottamaan yksittäistä vastaajaa.

Taulukko 7. Kyselyihin vastanneiden yritysten määrä ja prosenttiosuus elokuvatuotanto- ja jälkituotantoyrityksistä vuosina 2010 ja 2011

yrityksiä yhteensä 843 kpl	kyselyyn valitut yritykset kpl	valittujen yritysten liikevaihto milj. €	vastanneet yritykset kpl	vastanneiden liikevaihto milj. €	vastanneiden kokoaikainen henkilöstö
elokuvatuotanto + jälkituotanto	yli 100 000 €, yli 1 henkilöä				
2010 vastaajat	227 kpl	218	65 kpl	63	346
	27 % alan yrityksistä		29 % valituista yrityksistä	29 % valittujen yritysten liikevaihdosta 2010	16 % valittujen yritysten henkilöstöstä 2010
2011 vastaajat	231 kpl	218 ->	63 kpl	76,25	475
	27 % alan yrityksistä		27 % valituista yrityksistä	noin 35 % valittujen yritysten liikevaihdosta 2011	noin 22 % valittujen yritysten henkilöstöstä 2011

Vastaajien liikevaihtojakaumat

Vuosina 2010 ja 2011 vastanneiden yritysten enemmistö sijoittui liikevaihtoluokkaan 400 000–miljoona euroa. Seuraavaksi eniten vastauksia vuonna 2010 kertyi liikevaihtoluokasta 2–5 miljoonaa euroa. Vuonna 2011 toiseksi eniten vastasivat liikevaihtoluokkaan sata–kaksisataatuhatta euroa kuuluneet yritykset.

Taulukko 8. Vastaajien kokonaisliikevaihto ja sen jakautuminen prosentuaalisesti vuosina 2010 ja 2011 (sisältäen kaikki tuotot, myös SES-tuet)

vastaajien liikevaihtoluokka	2010 %	2011 %
tuntematon	9,2	1,5
1–99 999	10,7	11
100 000–199 999	10,7	17,5
200 000–399 999	7,7	14,3
400 000–999 999	35,4	25,4
1 000 000–1 999 999	10,76	8
2 000 000–4 999 999	13,8	16
5 000 000–9 999 999	1,5	4,75
10 000 000–19 999 999	0	1,5

Vastaajien henkilöstöjakaumat liikevaihtoluokittain

Enemmistöllä vastaajista oli vuonna 2010 henkilöstöä keskimäärin 7 vakituisesti palkattua henkilöä liikevaihtoluokassa 400 000–999 999 euroa. Seuraavana vuonna (2011) samassa liikevaihtoluokassa oli vähemmän vakituisesti palkattua henkilöstöä, 5,6 henkilöä.

Taulukko 9. Vuosien 2010 ja 2011 vastaajien vakituisen henkilöstön keskiarvojakautuminen liikevaihtoluokittain ja vastaajamäärittäin

liikevaihdon suuruusluokka	2010 hlöä/yritys keskiarvo	2010 vastaajamäärä	2011 hlöä/yritys keskiarvo	2011 vastaajamäärä
tuntematon liikevaihto	3	6	0	1
1–99 999	1	7	1,5	7
100 000–199 999	3	7	1,7	11
200 000–399 999	3	5	3,4	9
400 000–999 999	7	23	5,6	16
1 000 000–1 999 999	10	7	9,2	5
2 000 000–4 999 999	15	9	11,6	10
5 000 000–9 999 999	10	1	38	3
10 000 000–19 999 999		0	51	1

Miksi yritykset eivät vastanneet?

Pääosin yritykset eivät kertoneet, miksi ne vastasivat tai eivät vastanneet kyselyihin. Joiltakin vastaamaan kutsutuilta yrityksiltä tuli kuitenkin sähköpostia, joissa ne selittivät, mikseivät vastanneet vuoden 2011 kyselyyn.

Eräs yritys kertoi olleensa mukana vuoden 2010 kyselyssä, joten heillä ei ollut halua vastata enää vuoden 2011 lomakkeeseen:

*Olemme vastanneet jo aiempaan kyselyyn.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 8.5.2012.)*

Vastaamattomuuden syynä saattoi olla toiminnan vähäisyys:

*Omistan yrityksen, joka toimii silloin kun minä haluan sen toimivan - vuonna 2011 yritykseni ei osallistunut oikein mihinkään, joten en osallistu kyselyyn.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 8.5.2012.)*

Yksi ei-vastaaja paljasti, että se oli mukana valitussa Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa, vaikkei sillä oikeasti edes ollut audiovisuaalista toimintaa:

*Kaupparekisterissä toimialanamme voi olla jotain AV-tuotantoon liittyvää, mutta yrityksemme perustamisvaiheessa ei parempaakaan vaihtoehtoa ollut tarjolla. Oikeasti toimialamme on kuitenkin Internetissä tapahtuva opetus.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 21.5.2012.)*

Joidenkin vastaamatta jättäneiden mielestä erityisesti ulkomaisia alihankintapalveluja oli mahdotonta luokitella niin tarkasti kuin kyselyssä toivottiin:

*Näihin kysymyksiin emme pysty tarkasti tai edes jollain kuvitteellisella riittäväällä tarkkuudella vastaamaan ilman ihan julmetunmoista työmäärää. Ostamme vuosittain palveluja ulkopuolisilta palveluntarjoajilta sadoilla tuhansilla euroilla, mutta emme mitenkään pysty erottelemaan esim. jälkituotantoyhtiön laskusta kuinka monta henkilöä ja henkilötyöpäivää näihin sisältyy.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 14.5.2012.)*

Joissakin tapauksissa suurten ulkomaisten konsernien tytäryhtiöt Suomessa eivät saaneet kyselyssä tarvittavia tietoja käyttöönsä tai kansainvälinen toiminta hoidettiin ihan toisen yhtiön kautta:

*Valitettavasti minulla (tai kellään muullakaan täällä meillä) ei löydy tilastoimianne tietoja. Olemme osa suurta konsernia, jonka pääpaikka on ulkomailla.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 21.5.2012.)*

*

*Tarviitko [vastauksia] meiltäkin? Meidän kv. hillot kulkee kaikki toisen [yrityksen] kautta, suoranaista kv-toimintaa ei siis näy meidän taloustiedoissa.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 16.5.2012.)*

Jotkut kieltäytyivät vastaamasta, koska kokivat sen loukkaavan integriteettiään, vaikkakin ymmärsivät kyselyn tarkoituksen:

*Arvostan tavoitteitanne ja mielelläni vastaisin tutkimuksen kysymyksiin. [...] Osa kysytyistä tiedoista on niin luottamuksellisia, että emme voi tällaiseen kyselyyn ikävä kyllä vastata, vaikka haluaisimmekin, ja tarkoituksenne on toki mitä parhain.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 21.5.2012.)*

Joskus vastaamattomuus saattoi johtua henkilökunnan vähyydestä, joskus syy ei selvinnyt:

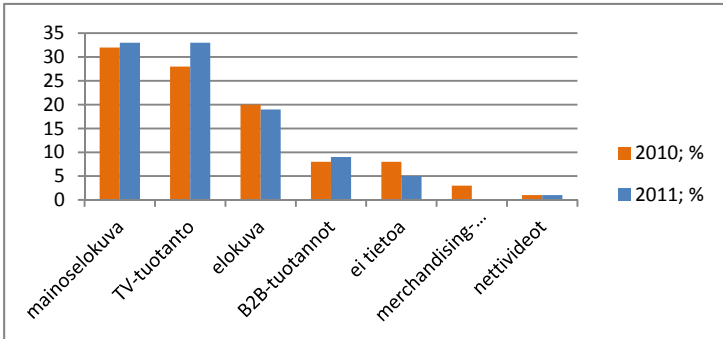
Ainoa, joka meiltä kysymyksiin osaisi vastata on toimitusjohtaja. Viesti on forwardoitu hänelle, mutta hän on ilmeisesti aikeissa jättää vastaamatta. Pahoittelut firmamme puolesta.
(Sähköpostiviesti Minna Laukkaselle 21.5.2012.)

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:

Bad destination host. Address not found.
(Minna Laukkasen sähköpostiin tullut automaattivastaus 21.5.2012.)

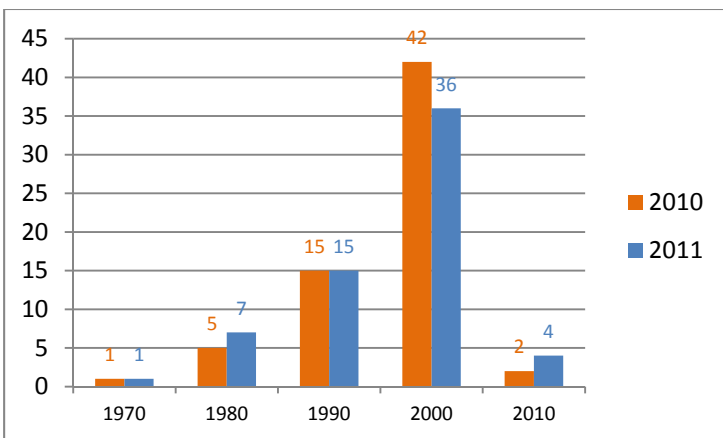
Tilastotietoa vastauksista koskien vuosia 2010 ja 2011

Kuvio 1. Toimialakartoitukseen vastanneiden yritysten toimialat (% vastanneista) vuosina 2010–2011.



Yritysten perustamisaika ja sijainti

Kuvio 2. Yritysten perustamisvuosikymmenet 2010 (N=66), 2011 (N=63)



Selkeä enemmistö kyselyyn vastanneista audiovisuaalisen alan yrityksistä on perustettu 2000-luvulla. Yritysten perustamisvuodet vaihtelivat vuodesta 1976 vuoteen 2010. Vuonna 1993 päätoimialanaan elokuva- ja videotuotantoa tarjoavia yrityksiä oli Suomessa 369 kappaletta. (Lähde: Tilastokeskus 2010.) Vuonna 2008 Tilastokeskuksen yritysrekisterissä päätoimialanaan elokuva- ja videotuotantoa tarjoavia yrityksiä oli 792 (739 tuotanto- ja 53 jälkituotantoyritystä) ja seuraavana vuonna 2009 niitä oli 833 (776 tuotanto- ja 57 jälkituotantoyritystä) (Lähde: Aku Alanen (2011) *Lama liippasi elokuva-alaakin*. Taulukko 1. *Elokuvatuotannon kehitys 2007–2009*. *Tieto&trendit* 6/2011, 34.)

2000-luvun suuri yritysten määrän suuri nousu linkittyy siihen, että Sanoma perusti TV-kanava Nelosen, joka päätti alusta lähtien hankkia suuren osan ohjelmistostaan itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. Tuolloin myös MTV3 myi viihde-, draama- ja teknisen tuotantonsa itsenäisille tuotantoyhtiöille ja Euroopan unionin audiovisuaalisen politiikan peruslaki *televisio ilman rajoja* -direktiivi televisiotoimintaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta astui voimaan vuonna 1989 (lakiin tehtiin muutoksia vuosina 1997 ja 2007). Tällöin eurooppalaisten televisiolähetysten sisämarkkinoilla vapaa liikkuvuus taattiin ja kanavien velvollisuudeksi tuli varata yli puolet ohjelma-ajasta eurooppalaisille teoksille (lähetyskiintiöt). Myös alaikäisten suojelu kirjattiin lakiin:

Ohjelmat, jotka sisältävät pornografiaa tai liiallista väkivaltaa, ovat kiellettyjä. Kielto koskee myös kaikkia muita ohjelmia, jotka voivat vahingoittaa alaikäisiä, ellei tätä ole estetty lähetyksajan valinnalla tai teknisin suojakeinoin.

Euroopan komissio antaa joka toinen vuosi kertomuksen *televisio ilman rajoja* -direktiivin (jota Kuluttajavirasto ehdotti kutsuttavaksi *audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoamista koskevaksi direktiiviksi vuonna 2006*). Se on pohtinut kertomuksissaan muun muassa uusien mainontamenetelmien vaikutuksia, direktiivissä säädettyjen televisio-ohjelmien jakelua ja tuotantoa edistävien toimenpiteiden vaikutuksia, yhteissääntelyn keinoja media-alalla sekä vuorovaikutteisen television käsittelyä sääntelyssä.

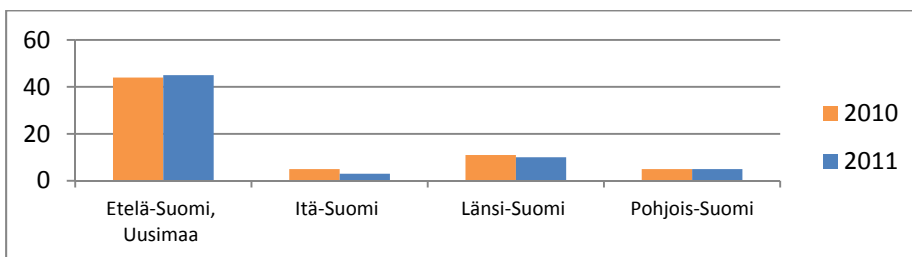
Alaikäisten suojelu ja yleinen järjestys (2 a, 22 ja 22 a artikla)

Komissio ehdotti 2004 toisen arviointikertomuksen pohjalta uutta suositusta. Kyseessä on Euroopan parlamentin ja neuvoston suositus alaikäisten ja ihmisarvon suojelusta ja vastineoikeudesta Euroopan audiovisuaalisia ja tietopalveluja tuottavien yritysten kilpailukyky huomioon ottaen. Lisäsuosituksen avulla pyritään pysymään tekniikan kehityksen tasalla. Ehdotus rakentuu vuoden 1998 suositukselle ja kattaa medialukutaidon, mediakasvatuksen, oikeuden vastineeseen kaikissa tiedotusvälineissä, audiovisuaalisillön luokittelua harjoittavien (itse)sääntelyelinten välisen yhteistyön ja kokemusten ja hyvien toimintatapojen vaihdon sekä syrjinnän vastaiset toimet kaikissa tiedotusvälineissä.

(Euroopan yhteisön komission viides kertomus neuvostolle, Euroopan parlamentille, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle sekä alueiden komitealle. Direktiivin 89/552/ETY "televisio ilman rajoja" soveltamisesta.)

Audiovisuaalisen alan yrityksiä on sijoittunut ympäri maan. 95 prosenttia vastanneista (2010/2011) yrityksistä on suomalaisessa omistuksessa. Yrityksiä on Etelä-Suomessa kaksi kertaa sen verran kuin muualla maassa yhteensä. Maassamme ei silti ole välttämättä selvärajaista audiovisuaalista mediaklusteria, joka olisi paikallistunut eteläiseen Suomeen. Meillä on yritysten kesken hyvät yhteistyösuhteet ja alan toimijat pyrkivät kilpailemaan niillä erikoistumisaloilla, joissa kilpailu on mahdollista ja tervettä, mutta samalla ne pyrkivät liittoutumaan niillä osaamisaloilla, joissa liittoutumisesta on kaikille osapuolille hyötyä.

Kuvio 3. Yrityksen sijainti Suomessa 2010 (N=65), 2011 (N=63)



Toiminta Suomessa ja tärkeimmät yhteistyömaat

Yrityksen toiminta Suomessa ja ulkomailla sekä tärkeimmät yhteistyömaat. (N=65)

Vuonna 2010 92 % vastanneista yrityksestä toimi ainoastaan Suomessa. Kahdeksalla prosentilla vastaajista oli toimintaa myös ulkomailla. Usein ulkomaista toimintaa oli kahdessa-kolmessa maassa Suomen lisäksi. Tärkeimmät vastauksissa mainitut yhteistyömaat olivat **Ruotsi, Norja, Viro, Tšekki, Hollanti ja Espanja**.

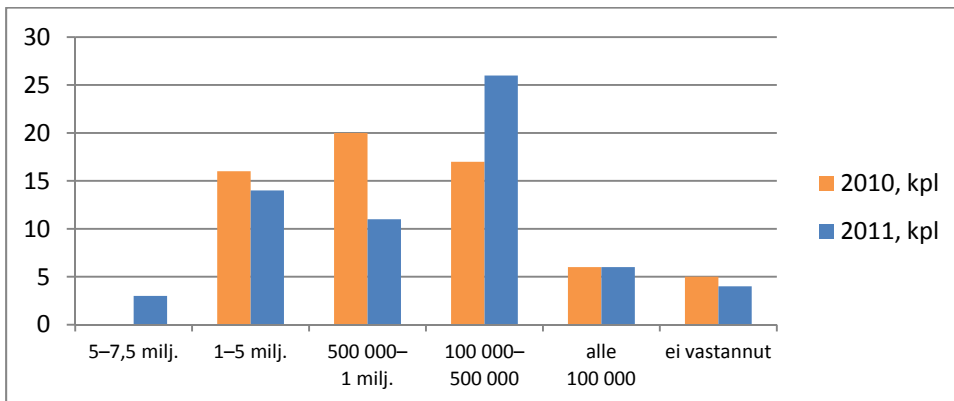
Vuonna 2011 noin 48 % vastanneista yrityksistä oli yhteistoimintaa ulkomailla. Yhdellä vastaajalla oli myös oma tytäryhtiö ja toimisto ulkomailla.

Painopiste kansainvälisessä yhteistyössä suomalaisilla audiovisuaalisen alan yrityksillä on viimeisen neljän vuoden aikana ollut ylivoimaisesti Ruotsissa. Muita suomalaisia yrityksiä kiinnostavia maita Euroopassa ovat Ranska, Saksa, Iso-Britannia ja Viro.

(FAVEX ry., Suomen elokuvasäätiö & Suomen elokuvatuottajien keskusliitto SEK ry. (2010), 5.)

Liikevaihto

Kuvio 4. Yritysten liikevaihto yhteensä sekä keskiarvo €/vuosi. 2010 (N=60), 2011 (N=63)



2010 kyselyyn vastanneiden (N=60) audiovisuaalisen alan yritysten vuotuinen liikevaihto oli yhteensä noin 63 miljoonaa. Vastanneiden yritysten keskimääräinen liikevaihto oli noin 963 705 euroa/yritys.

Vastaajien liikevaihto vaihteli vuonna 2010 30 000 euron ja 5,1 miljoonan euron välillä. 28 prosenttia vastaajista oli miljoonaluokassa, eli liikevaihto oli 1–5 miljoonaa. 33 prosentilla vastaajista liikevaihto oli 500 000–1 miljoonaa, 28 prosentilla 100 000–500 000 euroon. Kymmenen prosenttia vastaajista ansaitsi alle 100 000 euroa vuodessa. Yksi prosentti vastaajista ei eritellyt lainkaan tulojaan.

Vuoden 2011 kyselyn yritysten vastaukset (N=63)

Vuoden 2011 yhteenlaskettu vastaajien kokonaisliikevaihto oli 61 miljoonaa euroa. Keskiarvoliikevaihto oli 968 250 euroa/yritys.

Toimialat

Tärkeimmät toimialat

Vuonna 2010 kolmasosa vastaajista (N=65) mainitsi yrityksensä tärkeimmäksi toimialaksi mainoselokuvatuotannon. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat TV-tuotanto ja elokuva. Muina kuin kuvioissa mainittuja tärkeimpinä toimialoina mainittiin *luovien alojen kehitystyö, DVD:n teko ja konsultointi*.

Vuoden 2011 vastauksissa (N=63) useimmin mainituksi tärkeimmäksi toimialaksi nousi TV-tuotanto. Seuraavaksi eniten mainintoja saivat mainoselokuva, elokuva, B-to-B-tuotannot ja animaatio. Muiksi toimialoiksi mainittiin: *koulutus/konsultointi, jälkityöt, opetuselokuva ja TV-fasiliteetti*.

Toiseksi tärkeimmät toimialat

Muita kuin kuvioissa mainittuja toimialoja toiseksi tärkeimpinä toimialoina mainittiin vuoden 2010 kyselyssä *koulutus, opetus, koulutuselokuvat, soveltava elokuvataide, elokuvien restaurointi, webinaarit, streaming ja asiakaslehdet*.

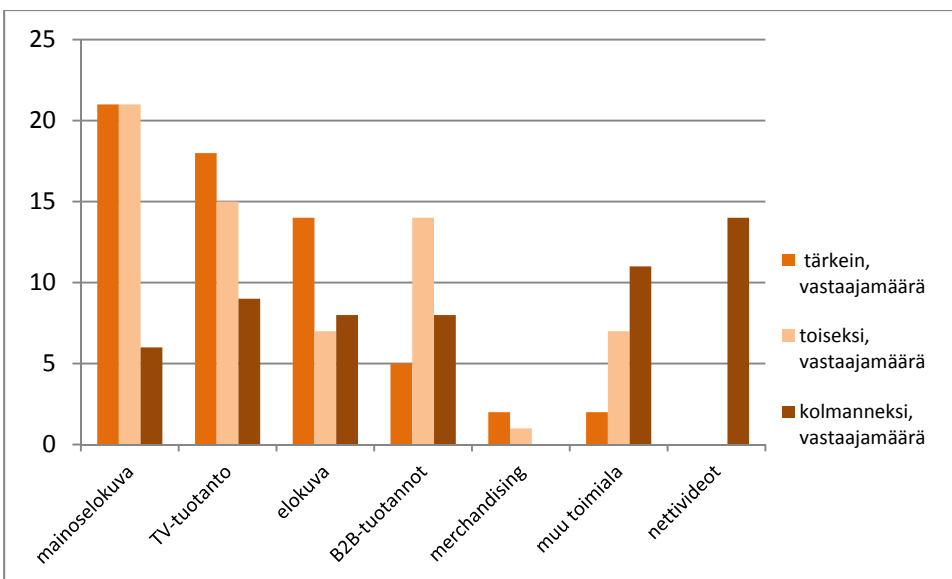
Vuonna 2011 toiseksi tärkein toimiala oli B-to-B-tuotannot. Seuraavaksi tulivat nettivideot ja TV-tuotanto.

Kolmanneksi tärkeimmät toimialat

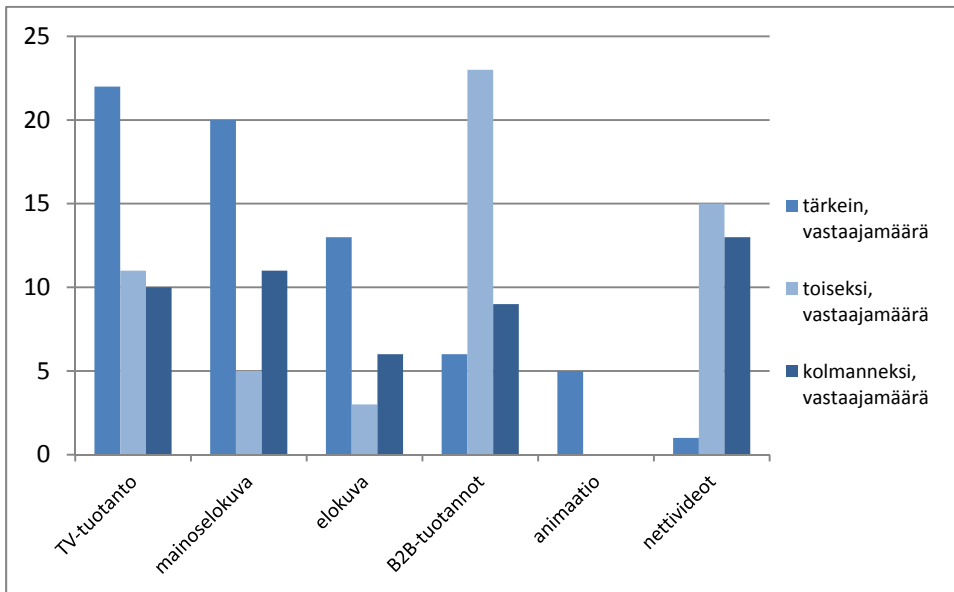
Muina kuin kuvioissa mainittuja kolmanneksi tärkeimpinä toimialoina mainittiin *opetus/tilausvideo, yritysvideot, animaatiot, peliteollisuus, nettisivustojen tuottaminen, kuunnelmatuotanto, elokuvamatkailu, kuvitus, kuvauspalvelu, muut äänipalvelut, konsultointi, digipalvelut, yritysvalmennus ja esiintymiset*. Merchandising- tai lisensointituloista oli muutamia mainintoja, muttei yksilöityinä, paljonko ja mikä osuus liikevaihdosta.

2011 kolmanneksi tärkein toimiala oli nettivideoiden tuotanto. Seuraavaksi eniten mainintoja saivat mainoselokuva ja TV-tuotanto.

Kuvio 5a. Yritysten tärkeimmät, toiseksi ja kolmanneksi tärkeimmät toimialat vastaajamäärittäin 2010 (N=65)



Kuvio 5b. Yritysten tärkeimmät, toiseksi ja kolmanneksi tärkeimmät toimialat vastaajamäärittäin 2011 (N=63)



Kuvio 6. Liikevaihdon prosentuaalinen jakautuminen kolmen tärkeimmän toimialan kesken. 2010 (N=65), 2011 (N=63)

2010	%	euroa	2011	%	euroa
tärkein	68	655 320	tärkein	71	687 500
toiseksi	20,50	134 300	toiseksi	18	124 000
kolmanneksi	11,50	75 350	kolmanneksi	11	75 625

Vuonna 2010 yritysten tärkein toimiala tuotti 68 % liikevaihdosta. Vastaajayrityksissä se oli keskimääräisesti 655 320 euroa vuodessa. Toiseksi tärkeimmän toimialan prosenttiosuus oli 20,5 ja sen keskimääräinen tuotto oli noin 134 300 euroa/vuosi. Kolmanneksi tärkein toimiala toi 11,5 % liikevaihdosta, noin 75 350 euroa.

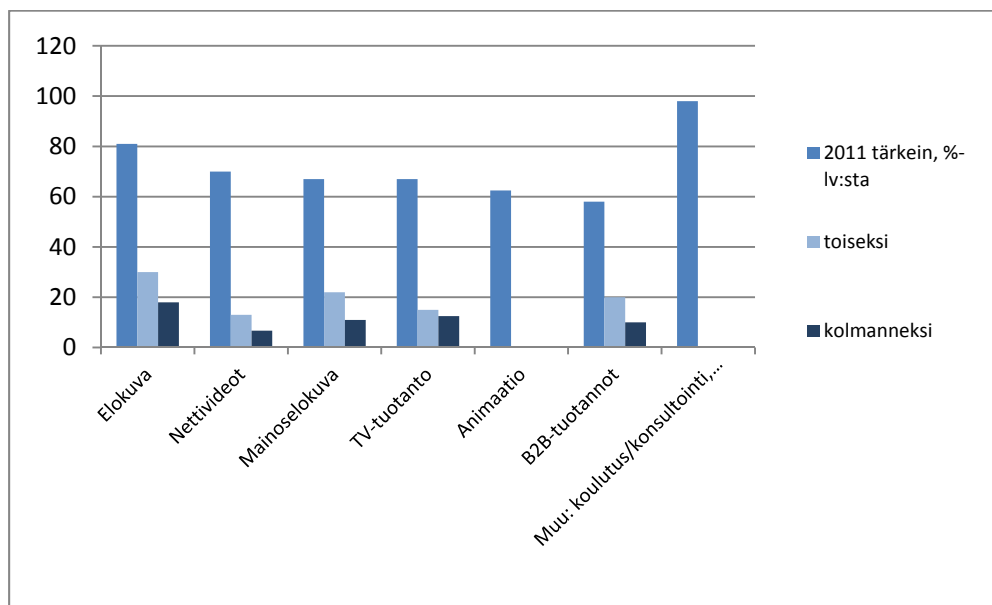
Vuonna 2011 tärkein toimiala tuotti 71 % liikevaihdosta eli tärkeimmän osaamisalan osuus oli prosentuaalisesti kasvanut verrattuna edelliseen vuoteen ja euromääräisesti tuotot olivat noin 30 000 euroa enemmän, keskimäärin 687 500 euroa/vastaajayritys. Toiseksi tärkeimmän toimialan prosenttiosuus oli pudonnut hiukan ja sen keskimääräinen tuotto oli noin 124 000 euroa. Kolmanneksi tärkein toimiala toi 11 % liikevaihdosta, noin 75 625 euroa. Merchandising- tai lisensointituloista (esimerkiksi TV-oikeustuloja ulkomaan myynnistä) oli vähemmän mainintoja kuin edellisenä vuonna, eikä niistä kysytty myöskään yksilöityjä tuottoja tai osuuksia liikevaihdosta.

Joku muu toimiala -vastauksia 2011 (N=20)

Vuonna 2011 muita mainittuja toimialoja olivat *koulutus ja konsultointi, jälkityö, opetus-elokuvat, TV-fasiliteetti, markkinointiviestintä, streaming-ratkaisut, kustantaminen ja kirjat, sisältötuotanto, musiikkituotanto, tapahtumatuotanto, radio-ohjelmat, pelit ja lehtijournalismi.*

Vaikka yrityksissä on valtavat määrät osaamispotentiaalia ja erityisosaamista, ovat ne silti eniten keskittyneitä päätoimialaansa. Voisiko yrityksillä olla päätoimialan lisäksi kasvupotentiaalia? Ainakin ”muu toimiala” -kohtaan vastattiin siten, että audiovisuaalisesta alasta saa sangen monipuolisen ja luovan kuvan.

Kuvio 7. Yritysten tärkeimmät, toiseksi ja kolmanneksi tärkeimmät toimialat 2011, prosenttiosuus liikevaihdosta. (N=63)

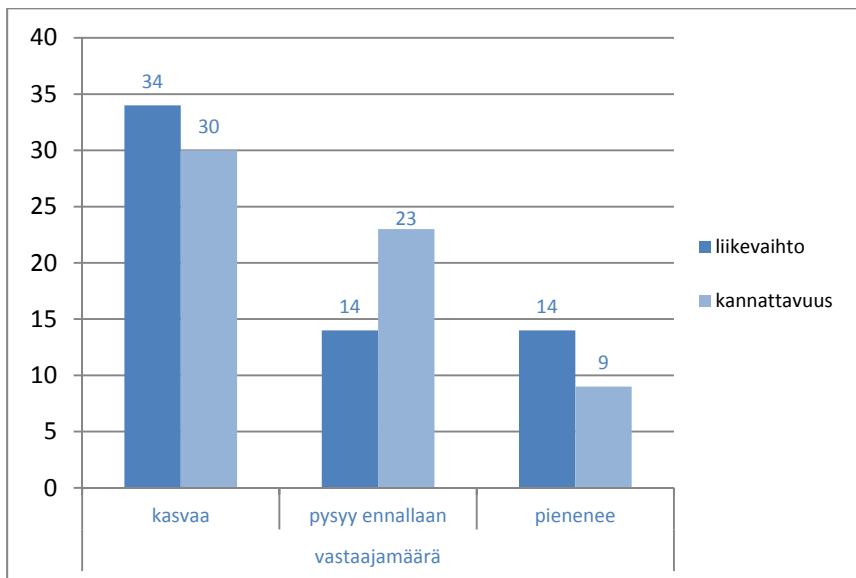


Liikevaihto ja kannattavuus ensi vuonna

Kuvio 8. Miten yritykset uskovat liikevaihtonsa ja kannattavuutensa olevan seuraavana vuonna (N=62)

Vuonna 2011 yrityksiltä kysyttiin ennustetta seuraavan vuoden (2012) liikevaihdon ja kannattavuuden kehittymisestä.

Liki 55 % vastanneista odotti vuodelle 2012 liikevaihdon *kasvua*. Kannattavuuden paranemista odotti 48 %. Liikevaihdon *ennallaan* pysymistä odotti 22,5 % vastaajista ja kannattavuuden muuttumattomuutta ennakoivat 37 % vastaajista. Liikevaihdon *pienenemistä* ennakoivat sama määrä vastaajia kuin sen ennallaan pysymistä, 22,5 %. Kannattavuuden heikkenemistä ennusti 14,5 % vastaajista.



Erityisosaaminen

Vuoden 2010 kyselyssä yritykset (N=38) saivat ilmoittaa omia erityisosaamisen alueitaan. Listasta ja osaamisesta tuli monipuolinen. Yhdessä ja samassa yrityksessä saattoi erityisosaaminen vaihdella vaikkapa eräkuvauksesta animointiin, 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.*
- *Venäjäntuntemus.*
- *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*
- *Elokvien kehittäminen ja tuotanto.*
- *Suunnittelua ja markkinointiosaamista.*
- *TV-tuotanto, editointi*

Neljä toimijaa mainitsi erityisosaamiseksi 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 elonjäämisosaamiseen:

- *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.*

Muutammat yritykset määrittivät erityisosaamistaan myös ohjelmatyyppien kautta:

- *Lastenohjelmat, viihde, asiaohjelmat, konseptiosaaminen, asiakasosaaminen.*
- *Lastenelokuva ja -media, soveltava elokuvataide*
- *TV:n urheiluohjelmat, tv- uutisten tuotanto*
- *Uutisjournalismia, urheilusisältöjen tuntemusta. Viestinnän kokonaiskentän vahvaa tuntemista.*

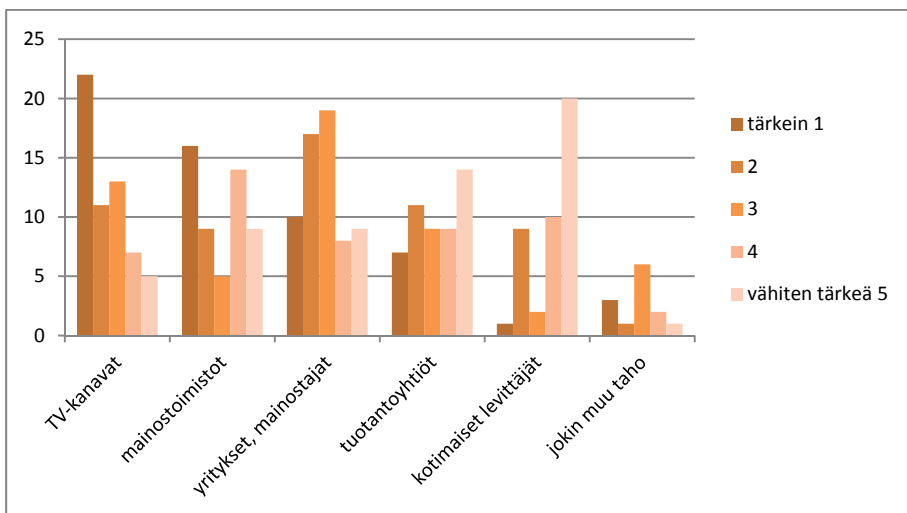
Toiset luottivat monipuolisuuteensa:

- *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 koukuttaneet kohderyhmän ja kasvatamme tasaisesti tuotevalikoimaa.*
- *Käsikirjoitus, webcast-tuottaminen, DVD:n tekeminen, videografiikka, toimituksellinen työ.*

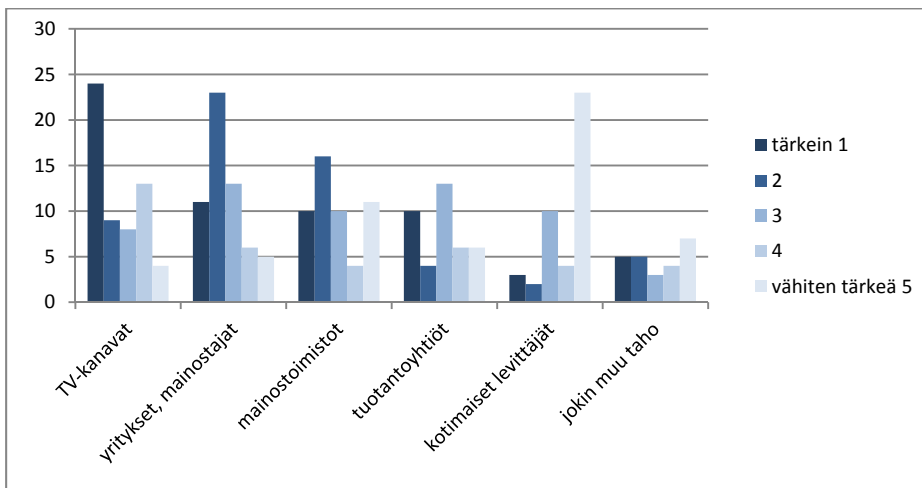
Kotimaiset asiakkaat

Vastaajat saattoivat valita vaihtoehdoista asiakkuuksia ja luokitella heidät asteikolla 1–5 (1=tärkein, 5= vähiten tärkeä). Vuonna 2010 tuotantoyhtiöille tuottoisimmat asiakkuudet liittyivät TV-kanaviin ja mainostoimistoihin, koska ne mainittiin useimmin tärkeimmiksi asiakkaiksi. Vuonna 2011 toiset yritykset ja mainostajat olivat televisiokanavien jälkeen tärkeimpiä asiakkaita. Kotimaiset levittäjät olivat asiakkuuksista vähiten tärkeitä kumpanakin kyselyvuonna.

Kuvio 9a. Kotimaiset asiakkaat tärkeysjärjestyksessä 2010 (N=65)



Kuvio 9b. Kotimaiset asiakkaat tärkeysjärjestyksessä 2011 (N=58)



Muita kotimaisia asiakkaita

Audiovisuaalisten yritysten muiden kotimaisten asiakkaiden kirjo oli suuri. Se vaihteli ”itsestä organisaatioihin”.

2010 muita kotimaisia asiakkaita saattoi luetella vapaassa kentässä. Näitä olivat:

- *yhdistykset, hankkeet*
- *soveltavan elokuvan asiakkaat*
- *julkishallinto, valtio, kaupunki, aikuiskoulutusyritykset, oppilaitokset ja kuntayhtymät*
- *mediatoimistot*
- *matkanjärjestäjät*
- *tänne tuloaan tekevät yhtiöt*
- *itse*
- *yksityishenkilöt*
- *striimaus/palvelintoimijat*
- *kustantamot*

2011 muita kotimaisia asiakkaita olivat:

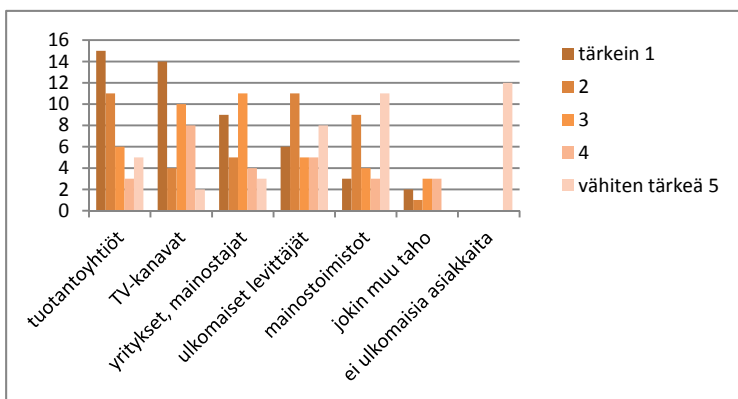
- *ministeriöt, valtionhallinto, julkisyhteisöt, järjestöt*
- *laitokset*
- *jälkituotantoyhtiöt, post production companies*
- *kirjankustantajat*
- *kunnat= oppilaitokset ja kirjastot*
- *levy-yhtiöt*
- *luovien alojen yritykset ja agentit*
- *museot, organisaatiot,*
- *tapahtumat, urheilujärjestöt, urheilun lajiliitot ja seurat*
- *äänistudiot*

Ulkomaiset asiakkaat

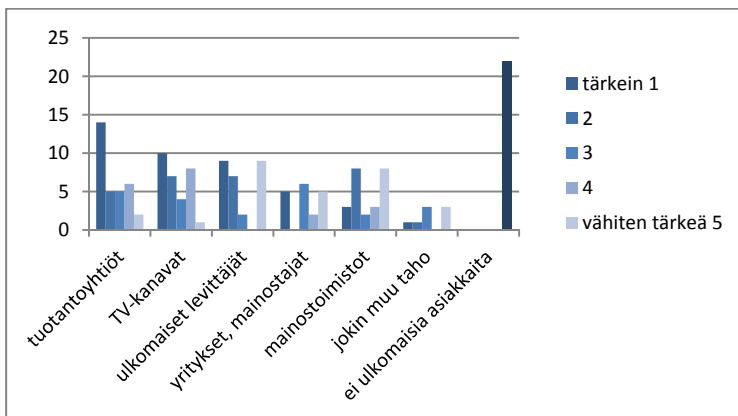
Vuonna 2010 tähän kysymykseen vastasi 41 yritystä, joista 29 yrityksellä eli liki 71 %:lla vastaajista oli ulkomaisia asiakkaita. (12 yritystä vastasi, ettei ole ulkomaisia asiakkuuksia.) On mahdollista, että ulkomaisia asiakkuuksia koskevan kysymyksen vastauksissa yritykset kuvaavat nykytilansa ohella myös *tulevaisuuden asiakkuustavoitteitaan*, koska tähän kysymykseen vastasi useampi yritys kuin aiempaan kohtaan ”toiminta ulkomailla”. Yrityksillä on aika vähän oman mediaklusterin ulkopuolisia asiakkaita ulkomailla.

Vuonna 2011 tärkeimmät ulkomaiset asiakkaat -kysymykseen vastasi 62 yritystä, joista 40:llä eli 64,5 %:lla vastaajista oli ulkomaisia asiakkaita, mutta 22 vastasi suoraan ”ei ulkomaisia asiakkaita”. Tuotantoyhtiöt ja TV-kanavat olivat ulkomaisista asiakkaista useimmin mainitut, aivan samoin kuin vuonna 2010. Muista ulkomaisista asiakkaista mainittiin *uutistoimistot, urheilujärjestöt, still-kuvaajat, sound designers, postproduction companies, museot ja elokuvastudiot*.

Kuvio 10a. Ulkomaiset asiakkaat tärkeysjärjestyksessä 2010 (N=41)



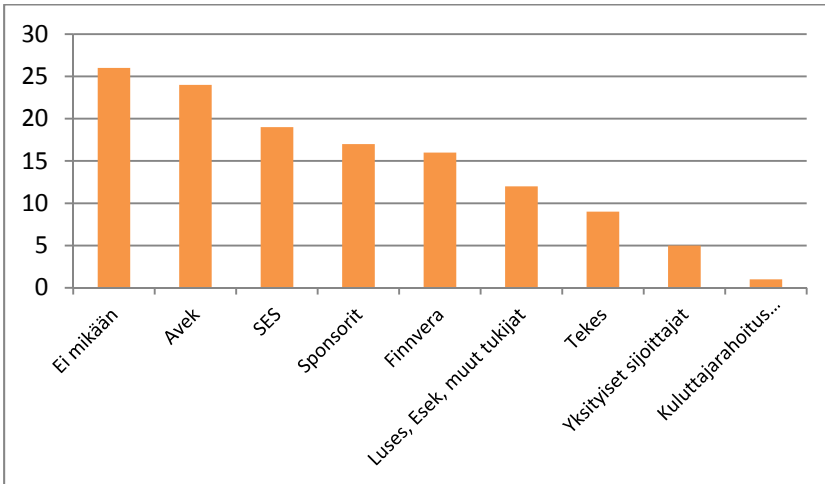
Kuvio 10b. Ulkomaiset asiakkaat tärkeysjärjestyksessä 2011 (N=62)



Toimintaa tukeneet kotimaiset tahot

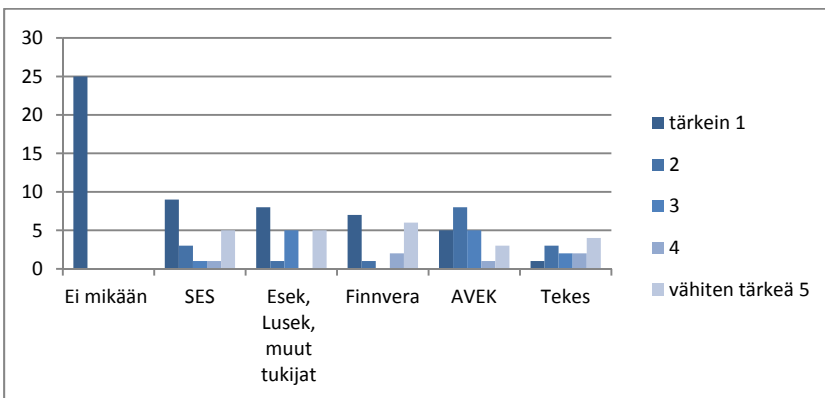
Annetuista vaihtoehdoista Avekin ja Suomen elokuväsäätiön (SES) tuet, sponsorirahoitus sekä Finnveran tuki olivat neljä yleisintä kotimaista tuki- tai rahoitusmuotoa. 60 % vastaajista oli saanut joitakin tukia toiminnalleen vuonna 2010.

Kuvio 11a. Yrityksen toimintaa tukeneet kotimaiset tahot 2010 (N=65)



Kuvio 11b. Yrityksen toimintaa tukeneet kotimaiset tahot 2011 (N=63)

Vuonna 2011 vastaajat saivat luokitella kotimaiset rahoitustahot tärkeimmistä vähiten tärkeään. SES:n, Esekin/Lusekin ja Finnveran antamat tuet olivat eniten mainittuja tärkeimpinä kotimaisina rahoittajina. Lähes 60 % vastaajista oli saanut joitakin tukia toiminnalleen vuonna 2010. Sponsorirahoitusta ei raportoinut saaneensa yksikään yritys.



Kotimaisten rahoittajien lyhyet esittelyt

AVEK

Tekijänoikeusjärjestö Kopioston yhteydessä toimiva Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus (AVEK) tukee tekijänoikeusvaroilla audiovisuaalista kulttuuria.

<http://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.

http://www.esek.fi/fi/esek/esekin_etusivu

FINNVERA

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

<http://finnvera.fi/>

LUSES

Luovan Säveltaiteen Edistämissätiön (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 elokuvasätiön (SES) tehtävänä on tukea ja kehittää kotimaista elokuvatuotantoa ja elokuvien levittämistä ja esittämistä.

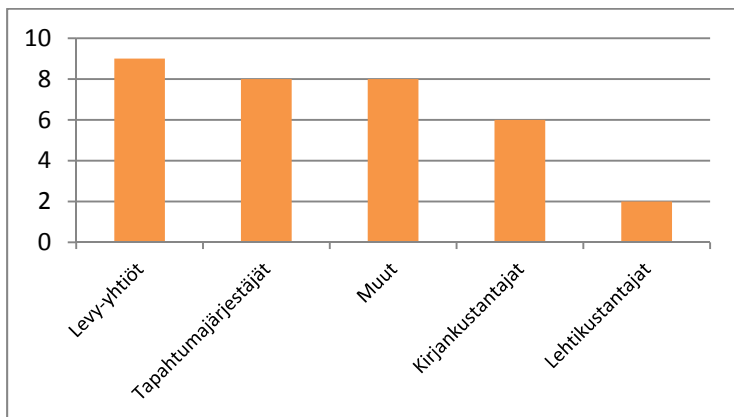
<http://www.ses.fi/>

TEKES

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

www.tekes.fi

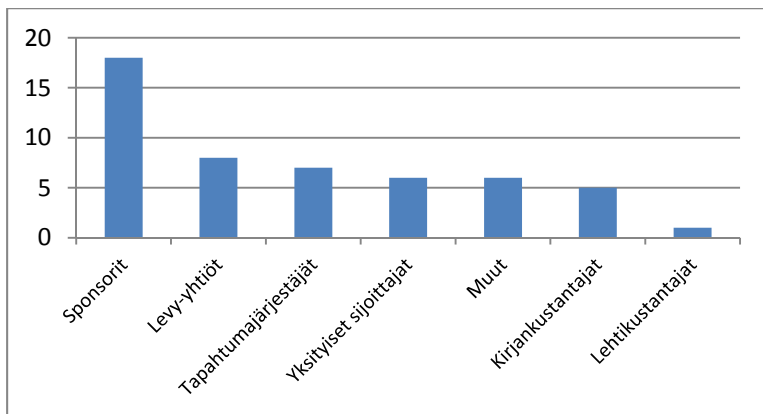
Kuvio 12a. Muita luovan alan vaikuttajia tai rahoittajia kotimaassa 2010 (N=23)



Vuoden 2010 kyselyssä annetuista luovan alan vaikuttajista tai rahoittajista yritykset saavat eniten rahoitusta levy-yhtiöiltä, tapahtumajärjestäjiltä ja ”muilta” tahoilta. Yrityksen toimintaa tukeneet kotimaiset tahot vaihtoehtoon ”muut” vastattiin: *toiset yritykset, yksityishenkilöt, kylpylähotelli, ohjelmatoimistot, seurakunnat, OKM* sekä kahdesti *”ei mikään muu rahoitus”*.

Vuonna 2011 30 % oli saanut jonkinlaista sponsoritukea toiminnalleen. Seuraavaksi eniten mainintoja saivat levy-yhtiöt ja tapahtumajärjestäjät. Vaihtoehtoon ”muut” vastattiin *yhdistykset ja järjestöt, tutkimuslaitokset, tutkijat, museot, asiantuntijat, säätiöt, valtionhallinto, EU-muut kuin MEDIA-ohjelma, museot, säätiöt, ministeriöt* sekä alueelliset tukiorganisaatiot kuten *POEM-Säätiö (Oulu), Naturpolis (Kuusamon seutu) ja Business Oulu*.

Kuvio 12b. Muita luovan alan vaikuttajia tai rahoittajia kotimaassa 2011 (N=60)



Mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu?

Vuonna 2011 kysyttiin, mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu. Kysymyksessä ei pyydetty erittelemään kotimaista tai ulkomaista tukimuotoa erikseen.

Vapaakentän vastauksista (N=22) selviää, että ainakin alan verotuksen kannustavuutta (veroinsentiivejä) voisi edelleen kehittää *AV-alan Kuusamo-manifesti insentiivien luomiseksi* -tekstin ilmaisemassa hengessä (Favex News, 2010). Vastaajien mielestä audiovisuaalisella alalla pitäisi myös panostaa tuotekehitykseen ja sisällöntuotantoon, tukea dokumenttien tuottamista, kehittää tuotannollista ja projektitukea sekä alueellisia että lainarahoitukseen perustuvia rahoitusmalleja. Esimerkkinä toimivasta alueellisesta tuenantajasta oli maininta Oulun seudulta toimivasta POEM-Säätiöstä. Vastaukset luokiteltuina eri aihealueisiin:

Verotuksen kehittäminen:

- *Veroinsentiivit Suomesta.*
- *Verohelpotukset.*
- *Liiketoiminnan kehitys, veroinsentiivit.*
- *ALV-tuki.*

Tuotekehitys- ja sisällöntuotantotuet:

- *Tuotekehitystukea yhä 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. Se tarkoittaa ensisijaisesti työaika, siis palkkaa.*
- *Kehittely, käsikirjoitus, casting.*
- *Työllistävää/alalle kouluttavaa tukea.*

Dokumenttien tukeminen:

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

Tuotannollinen tuki, projektirahoitus:

- *Kotimaassa tahoja, jotka skannaavat käsiksiä yhdistääkseen tuotteita ja tuotantoja.*
- *Jälkityön rahoitus joka on kilpailukykyinen suhteessa ulkomaiseen tarjontaan (elokuvat).*
- *Projektirahoitusta.*

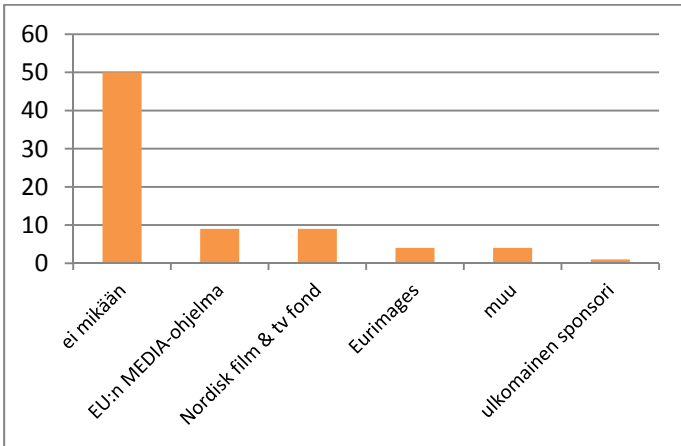
Lainarahoitus, rahoitusporkkanat, kunnallinen tuki:

- *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

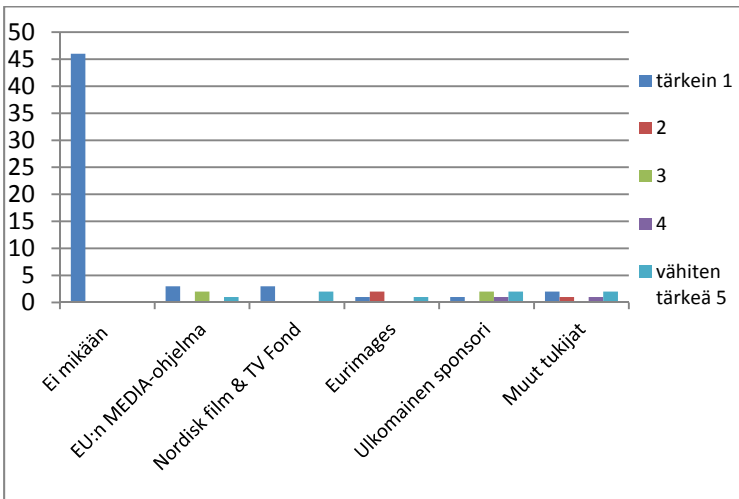
Vuonna 2010 annetuista vaihtoehtoista ulkomaista tuki- tai rahoitusmuotoa oli saanut toimintaansa 23 % vastaajista. Enemmistö eli 77 % vastasi ”ei mitään ulkomaisia tukia”. Vuonna 2010 vaihtoehtoon ”muu ulkomainen rahoitus” vastattiin: *EU:n maaseudun kehittämisohjelma, EU:n muu ohjelma, tuotantoyhtiöt, myyntiagentit sekä TV-kanavat ja säätöt.*

Kuvio 13a. Yrityksen toimintaa tukeneet ulkomaiset tahot 2010 (N=65)



Vuoden 2011 kyselyn vastaajista 73 % ei ollut saanut mitään ulkomaisia tukia. 27 % vastaajista 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, joita ei sen tarkemmin eritelty.

Kuvio 13b. Yrityksen toimintaa tukeneet ulkomaiset tahot 2011 (N=46)



Ulkomaisten rahoittajien lyhyet esittelyt

EU:N MEDIA-OHJELMA, EUROOPAN UNIONIN MEDIA-OHJELMA 2007–2013

Media-ohjelman kautta rahoitetaan eurooppalaisia laatuelokuvia ja -televisio-ohjelmia. Tavoitteena on tehostaa elokuvien tuotantoa ja levitystä Euroopassa sekä edistää eurooppalaista elokuvaa, muita audiovisuaaliteoksia sekä uutta digitaalitekniikkaa. MEDIA 2007-ohjelman talousarvio on 755 miljoonaa euroa. MEDIA 2007 on tarkoitettu "audiovisuaalialan taloudelliseksi vahvistamiseksi, jotta sen kulttuurinen rooli voisi olla tehokkaampi. Ohjelman maailmanlaajuiset tavoitteet ovat Euroopan kulttuurisen ja kielellisen monimuotoisuuden sekä Euroopan elokuvaperinnön ja audiovisuaalisen kulttuuriperinnön säilyttäminen ja vahvistaminen ja näiden julkisen saavutettavuuden takaaminen, eurooppalaisten audiovisuaalisten teosten katselun ja levityksen lisääminen Euroopan unionin alueella ja sen ulkopuolella, Euroopan audiovisuaalialan kilpailukykyyn vahvistaminen avoimessa ja kilpailukykyisessä ympäristössä ja audiovisuaalialan ammattilaisten välisten yhteyksien edistäminen. Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi ohjelmalla tuetaan audiovisuaalialan taitojen hankkimista ja parantamista sekä eurooppalaisten audiovisuaalisten teosten ja myös pilottihankkeiden kehittämistä, levitystä ja edistämistä, jotta ohjelma pystyy mukautumaan markkinoiden kehitykseen".

http://circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/industrial/article_7280_fi.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

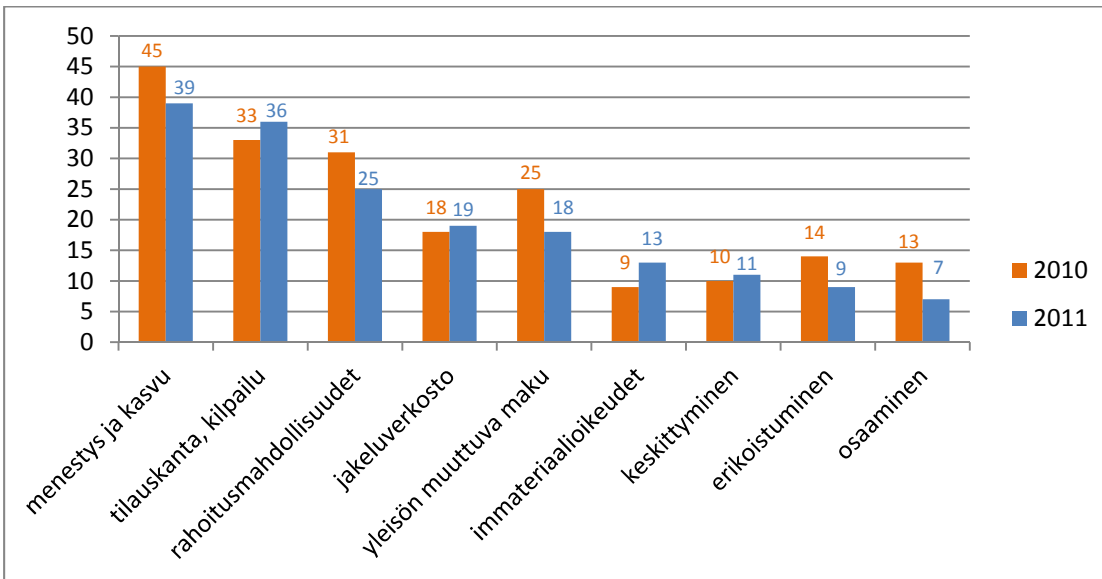
Pohjoismaiden ylläpitämä audiovisuaalisten tuotantojen rahoitusmalli (elokuva, TV-draama, dokumentit, interaktiiviset pelit).

www.filmfondet.no/iCM.aspx

Tulevaisuuden haasteet

Kysymyslomakkeessa annettuja vaihtoehtoja olivat: menestys ja kasvu sekä hallittu kasvu; tilauskannassa pysyminen ja kilpailu uusia yrittäjiä/ulkomaista tuotantoa/kanavien omaa tuotantoa vastaan; rahoitusmahdollisuuksien kehittyminen; jakeluverkoston kehittyminen; yleisön muuttuva maku ja medioiden käyttötapojen muutokset; immateriaalioikeuksien säilyminen tuotantoyhtiöissä; alan keskittyminen; alan erikoistuminen ja tarvittavan osaamisen puuttuminen. Oli myös avoin vastausvaihtoehto: muu.

Kuvio 14. Tulevaisuuden tärkeimmät haasteet vastaajamäärittäin 2010 (N=65), 2011 (N=64)



Menestys ja kasvu huolettivat vastaajien enemmistöä kyselyvuosina 2010 ja 2011. Tilauskannassa pysyminen ja *rahoituksen kehittyminen* katsottiin seuraavaksi tärkeimmiksi haasteiksi vuonna 2010.

Vuoden 2011 vastauksissa koveneva kilpailu ja rahoituksen kehittyminen nähtiin seuraavaksi suurimmiksi huolenaiheiksi. Vuonna 2011 avointen vastausten *muina haasteina* mainittiin *oppilaitostuotannot, oma kunto ja jaksaminen pienyrittäjänä* sekä *haasteelliset budjetit*.

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto luonnehtii suomalaista rahoitusta jälkeenjääneeksi ja toivoo sen nousevan edes muiden pohjoismaiden tasolle:

[...] Elokuvasäätiön tuotantotuen maksimi nostettava pohjoismaiselle tasolle. Nykyinen suhteessa pieni maksimitukimäärä on aiheuttanut sen, etteivät suomalaiset tuotantoyhtiöt pääse kunnolla mukaan kansainvälisiin hankkeisiin, joiden budjetit ovat reilusti kotimaisia suurempia.

(Suomen elokuvatuottajien keskusliitto (2012) Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset 2012–2015, kohta 27.

Vuoden 2010 vastaajia mietityttivät *yleisön muuttuva maku ja mediankäyttötapojen muutokset* enemmän kuin vuoden 2011 vastaajia. *Jakeluverkoston kehittyminen ja alan keskittyminen* haastavat alaa. Perinteiset jakelukanavat saavat kilpailijoita ja alalla toimii yhä suurempia keskittyneitä toimijoita. Osa vastaajista on tulevaisuudessa kenties vailla tarvittavaa osaamista, vaikkakin vuoden 2011 vastaajissa tätä huolta oli harvemmilla kuin edellisellä vuonna.

Euroopan parlamentti ennakoii vuonna 2008, että median käyttö ja jakelu tulevat muuttumaan:

[Samalla] digitaalitekniikan ansiosta perinteisesti erilliset viestimet, kuten televiestintä ja internet, yhdistyvät yhdeksi multimediatuotteeksi, jossa teksti, ääni, kuva ja puhe yhdistyvät. Mobiilitelevisio ja televisiolähetysten katseminen internetissä on nykyään todellisuutta, ja lähentymisprosessin odotetaan nopeutuvan tulevan vuosikymmenen aikana.

(Euroopan parlamentin verkkosivut (2008). *Audiovisuaaliala. Ingressi. 8/2008.*)

Mediankäyttötapojen muutokset vaikuttavat myös lainsäätämiseen, jonka on syytä seurata ajan ja alan trendejä:

Viimeaikaisissa päätöslauselmissa on järjestelmällisesti painotettu tarvetta tarkistaa direktiiviä ja ottaa huomioon teknologinen kehitys ja audiovisuaalialan rakenteen muutokset sekä erityisesti viestinten lähentyminen.

(Euroopan parlamentin verkkosivut (2008). *Audiovisuaaliala. Euroopan parlamentin rooli. 8/2008.*)

*

Valtiovallan tehtävänä on tekijänoikeuslainsäädäntöä ja -järjestelmää kehittämällä vastata yhteiskunnan kehityksessä esiin tulleisiin vaatimuksiin. Erityisesti digitaalisen maailman haasteisiin on kiinnitettävä suurta huomiota. Lainsäädännön ja tekijänoikeusjärjestelmän toimivuuden kehittämisessä otetaan huomioon tekijöiden, teollisuuden ja käyttäjien sekä kuluttajien edut.

(Viestinnän keskusliitto (2012) *Lausunto audiovisuaalista kulttuuria koskevista poliittisista linjauksista, 3.*)

Alan keskittyminen ja aineettomien oikeuksien (*immateriaalioikeuksien, IPR, Intellectual Property Rights*) säilyminen tuotantoyhtiöissä koettiin 2010 vähiten haastavina, mikä on sinänsä ihme, kun ottaa huomioon, että omistusoikeuksien kaltaisten yksinoikeuksien omistaminen ja hallinnointi voi olla yrityksille taloudellisesti erittäin merkittävää liiketoimintaa.

Vuoden 2011 vastauksissa immateriaalioikeuksia piti tulevaisuuden tärkeimpänä haasteena 20 % vastaajista, mikä oli enemmän kuin edellisellä vuonna (2010: 13,8 %).

IPR-oikeuksien säilyttäminen sellaisissa käsissä, joka haluaa ja osaa tehdä niillä kauppaa, on myös kansantaloudellisesti tärkeää.

(Laakso 2011, 96.)

*

Audiovisuaalista kulttuuria olisi mahdollista edistää keskittämällä tuotantosopimuksissa elokuvateosten tekijänoikeudet tuottajalle. Tämä mahdollistaisi oikeuksien laajamittaisen käytön ja edistäisi laittoman käytön tehokasta valvontaa. Sopimuskäytännön kehittämistä voitaisiin tukea selkeyttämällä elokuvaamissopimuksia koskevan tekijänoikeuslain 39 §:n olettasäännöksen soveltamisalaa siten, että se kattaisi esittämisen ohella teoksen muunkinlaisen saattamisen yleisön saataviin.

(Viestinnän keskusliitto (2012) *Lausunto audiovisuaalista kulttuuria koskevista poliittisista linjauksista, 4.*)

Strategia

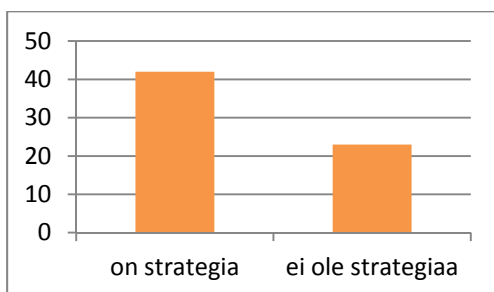
Yhtiön kasvu- tai muu strategia 2010 (N=65)

Vuonna 2010 kysyttiin yrityksen strategiasta. Liki 65 %:lla vastaajista oli jonkunlainen kasvu- tai muu strategia, 35 %:lla sen sijaan ei ollut. Strategia tarkistetaan yrityksissä keskiarvolla 1,7 eli vähintään tai useammin kuin kerran vuodessa.

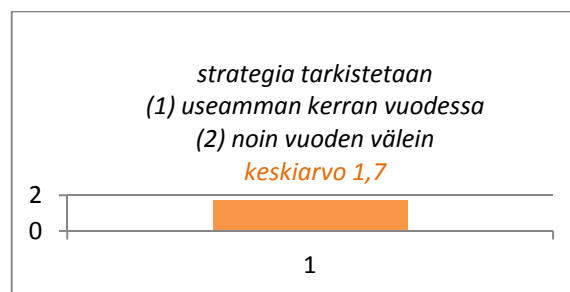
Kysymyslomakkeessa annettiin numerointivaihtoehdot yhdestä viiteen. 23 % yrityksistä vastasi, että strategia päivitetään useamman kerran vuodessa (vaihtoehto 1), liki 34 % tarkistaa strategiansa noin vuoden välein (vaihtoehto 2), noin 5 % vastaajista päivittää strategiansa parin vuoden välein (vaihtoehto 3), yksi yritys miettii strategiansa viiden vuoden välein (vaihtoehto 4), yksikään vastaajista ei valinnut vaihtoehtoa 5, joka olisi ollut harvemmin kuin viiden vuoden välein.

Media-alalla hyvin menestyneitä yrityksiä yhdistää se, että niissä on strategisesti panostettu kehittämisen prosesseihin ja ne panostavat toimintansa jatkuvuuteen. Ne ovat myös verkostoituneet tehokkaasti toisten alan toimijoiden kanssa.

Kuvio 15. Strategia



Kuvio 16. Strategian tarkistus



Vakinaiset työntekijät ja työnimekkeet

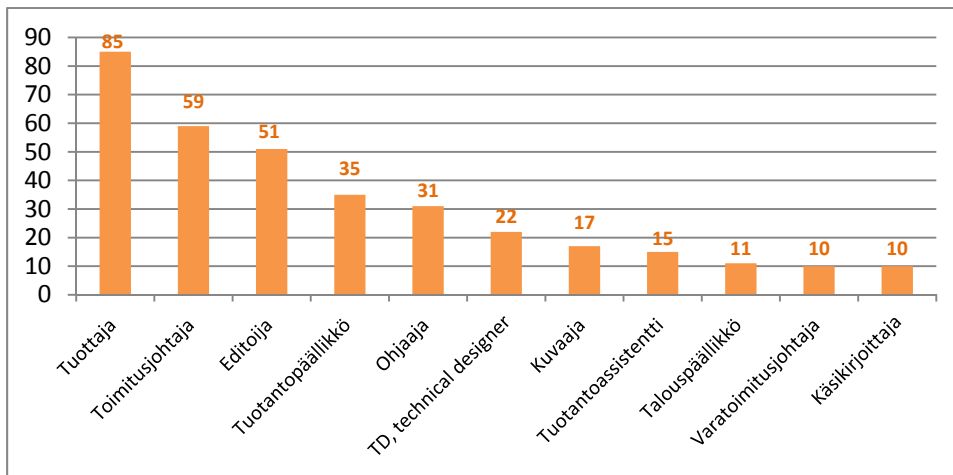
Vuonna 2010 yritykset vastasivat, millaisilla työnimekkeillä ja kuinka paljon heillä on kokoaikaisia vakinaisia työntekijöitä. 65 vastaajayrityksellä oli yhteensä 346 vakinaista työntekijää. Vastanneissa yrityksissä vakituisesti työskentelevien keskiarvo oli 5,3 henkilöä/yritys. Yli 90 % toimitusjohtajista on vakituisesti palkattuja. Toisaalta vastanneissa oli myös isompia yrityksiä, joihin oli palkattu vakituisesti useampia saman alan ammattilaisia, esimerkiksi kymmenen tuottajaa.

Ylivoimaisesti eniten audiovisuaalisen alan yrityksissä on vakituisia tuottajia ja seuraavaksi eniten toimitusjohtajia ja editoijia. Alalla on muihin alan ammatteihin nähden vähiten vakituisesti palkattuja talouspääliköitä, käsikirjoittajia tai varatoimitusjohtajia.

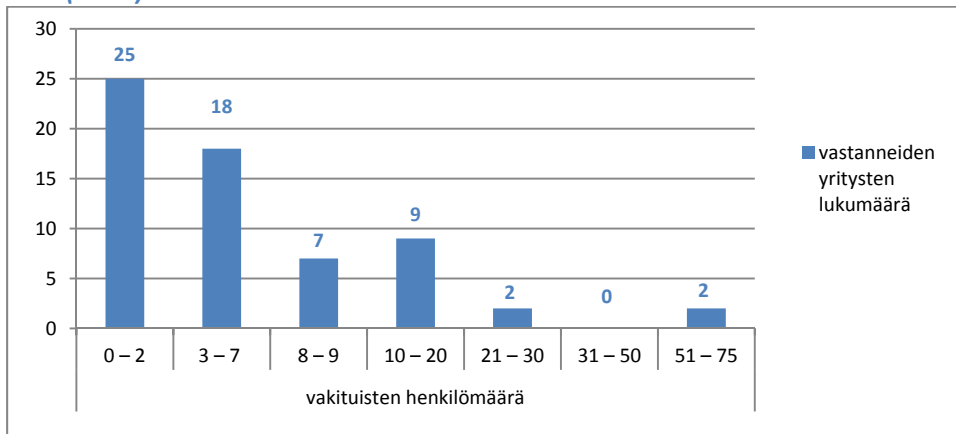
Miksi juuri nämä työntekijät ovat vakituisia? Toimitusjohtaja ja tuottaja hoitavat yleensä suhteita asiakkaisiin päin. Mainospuolella voidaan myydä tuotantoja myös ohjaajan nimellä. Jos ohjaaja on freelancer, voi hän kuljettaa asiakkaita yrityksestä toiseen. Editoijalle löytyy töitä monialaisesti. Talouspäälikön tehtäviä voi hoitaa osin ulkopuolinen kirjanpito toimisto.

Kuinka monta vakituudessa työsuhteessa olevaa henkilöä yritys työllisti kokoaikaisesti vuonna 2011? Tähän kysymykseen vastasi 63 yritystä, joilla oli yhteensä palveluksessaan 475 vakituista henkilöä. Laskennallinen keskiarvohenkilöstömäärä oli 7,5 henkilöä/yritys. Tosin 68 % vastaajista (43 yritystä) henkilömäärä jäi alle tuon keskiarvon. Kahdella yrityksellä ei ollut yhtään vakituista työntekijää. 32 %:lla oli keskiarvoa enemmän vakituista henkilöstöä.

Kuvio 17. Yrityksen kokoaikaiset vakinaiset työntekijät ja käytetyt nimikkeet vuonna 2010 (N=65)



Kuvio 18. Vastanneiden yritysten lukumäärä ja niiden vakituisen henkilöstön määrä vuonna 2011 (N=63)



Moniosaaja muissakin töissä

Oman työnsä ohella moni ammattilainen työskentelee yrityksissä muissakin tehtävissä 2010 (N=65)

Vuoden 2010 kyselyn perusteella näyttää, että ammattien kirjo on moninainen ja osaaminen yrityksissä on monipuolista. 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 muutakin 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 pelkästään omaa työtään, ja vain yksi käsikirjoittaja teki muuta kuin omaa työtään.

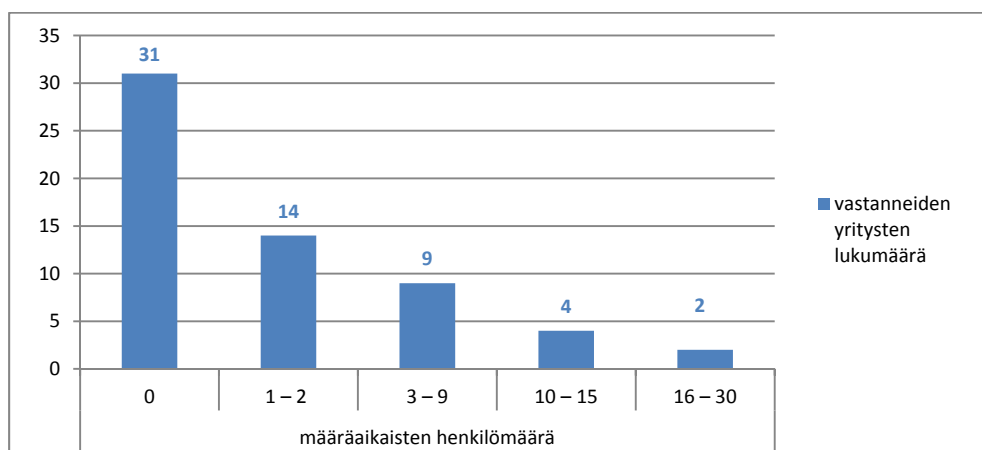
Esimerkiksi tekninen suunnittelija (*technical designer*) tai kuvaaja työskentelevät myös ohjaajina. Editoiija voi olla ohjaajana, kuvaajana tai graafisena suunnittelijana. Ohjaaja voi toimia myös AD:nä, tuottajana, leikkaajana tai käsikirjoittajana. Suuri osa varatoimitusjohtajista työskenteli myös ohjaajina. Varatoimitusjohtajat tekevät 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 tekevät myös talouspäällikön, linjatuottajan, tuotantokoordinaattorin, äänittäjän ja ohjaajan töitä.

Joku muu muissa tehtävissä sai kyselyssä monia eri ammattimainintoja: värimäärittelijä, artisti, kehityspäällikkö, toimittaja, streaming-insinööri, suunnittelija, toimistosihiteeri, yrittäjä, markkinoija, säveltäjä/äänisuunnittelija, miksaaja, free, designer, animaattori, toimittaja, graafinen suunnittelija, IT-ryhmä, 3D-artisti, tuotantoassistentti tai ohjelmoija.

Määräaikainen henkilöstö

Kuinka monta määräaikaisessa työsuhteessa olevaa henkilöä (ei freelancerit) yritys työllisti vuonna 2011? 44 % vastaajista työllisti määräaikaisia, joten yli puolet vastaajista ei työllistänyt yhtään määräaikaista. Laskennallinen keskiarvo oli 5,5 henkilöä/yritys. Vastausten vaihteluväli oli yhdestä henkilöstä 28 henkilöön/vuosi. Työajaksi muutettuna määräaikaisia työllistyi vuonna 2011 yhteensä 10 henkilötyövuotta ja 3 kuukautta.

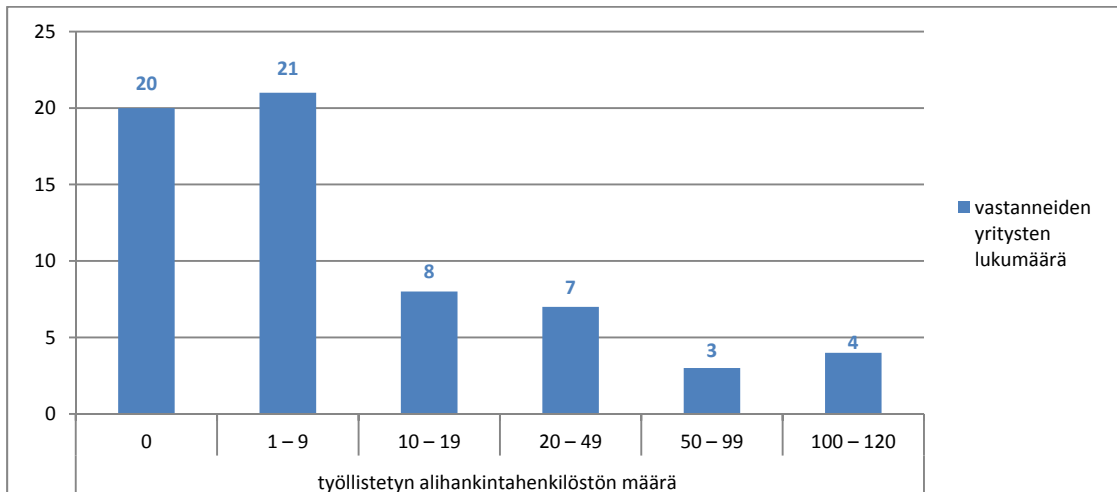
Kuvio 19. Vastanneiden yritysten lukumäärä ja niiden määräaikaisen henkilöstön määrä vuonna 2011 (N=63)



Alihankintahenkilöstö

Vuonna 2011 33 % ei ostanut lainkaan alihankintahenkilöstön palveluja. Noin 67 % vastaajayrityksistä työllisti yhteensä alihankinnan kautta 949 henkilöä, keskimäärin 22,6 henkilöä/yritys. Alihankintatyöntekijöiden yhteenlaskettu työaika oli 528 kk, yhteensä 48 henkilötyövuotta. Keskimäärin kyselyyn vastanneet yritykset ostivat 1,1 henkilötyövuoden verran alihankintapalveluja vuodessa.

Kuvio 20. Vastanneiden yritysten lukumäärä ja niiden alihankintahenkilöstön lukumäärä vuonna 2011 (N=63)



Freelancerit

Pienestä markkina-alueesta ja vähäisistä tukirahoista johtuen toimiala on Suomessa pieni ja tuotannot vähäisiä, minkä vuoksi tuotantoyhtiöillä ei ole mahdollisuuksia eikä varaa palkata vakituista henkilökuntaa. Elokuvatuotannot työllistävät kuitenkin melkoisen määrän eri tekijöitä ja osaajia joko määräaikaisten työ- tai alihankintasuhteiden kautta. Freelancereiden määrä alalla on suuri sen johdosta, ettei vakituksia työpaikkoja ole.

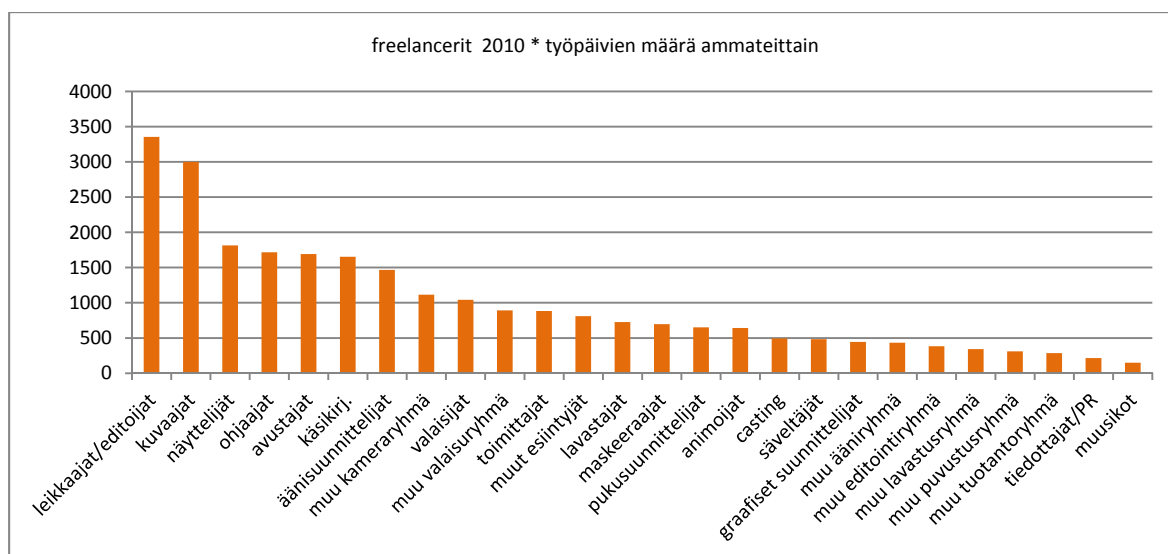
(Opetusministeriö (2005) *Audiovisuaalisen politiikan linjat*, 39.)

Vuonna 2010 kyselyyn vastanneet (N=65) audiovisuaalisen alan yritykset ostivat freelancereiden palveluja yhteensä 26 591 työpäivää, 110 henkilötyövuotta (*laskennallisesti työvuodessa on 242 työpäivää eli noin 11 kk; kuukaudessa on 21 työpäivää*). Keskimäärin yritykset ostivat freelancereiden työaikaa yhteensä noin 1,7 henkilötyövuotta/yritys.

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) ja liki saman verran ohjaajia ja avustajia.

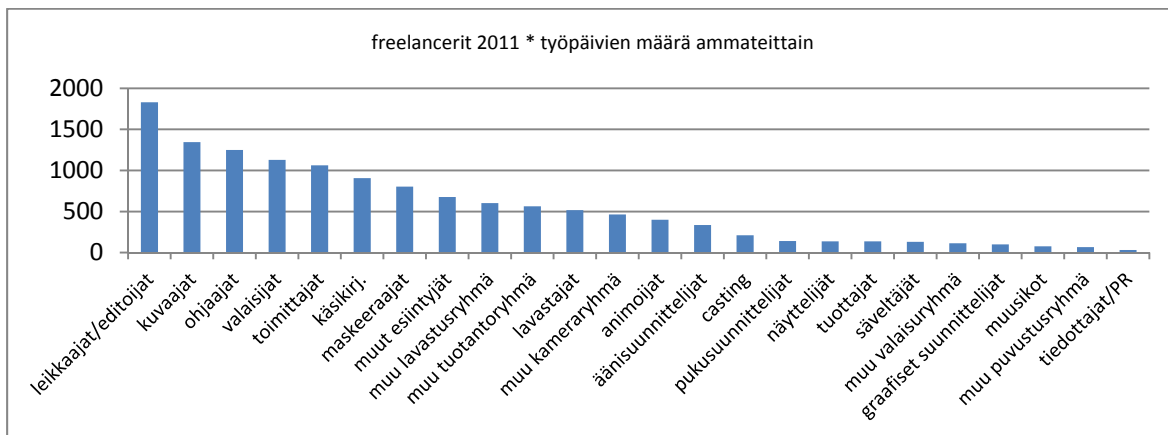
Muiden (kuin listassa mainittujen freelancer-nimikkeiden) työpanosta oli ostettu seuraavasti (suluissa *käytetty terminologia*): tuottaja 180 päivää, säveltäjä (*kompositoija*) 100 päivää, puhuja/juontaja (*speakers*) 30 päivää, 3D-artisti 30 päivää, yleisassistentti (*yleisassari*) 15 päivää, kamerakontrolloija 10 päivää ja kääntäjä 10 päivää.

Kuvio 21a. Vakituisesti käytettyjen freelancereiden ammattinimikkeet ja arvio työpäivien määrästä vuonna 2010. (N=65)

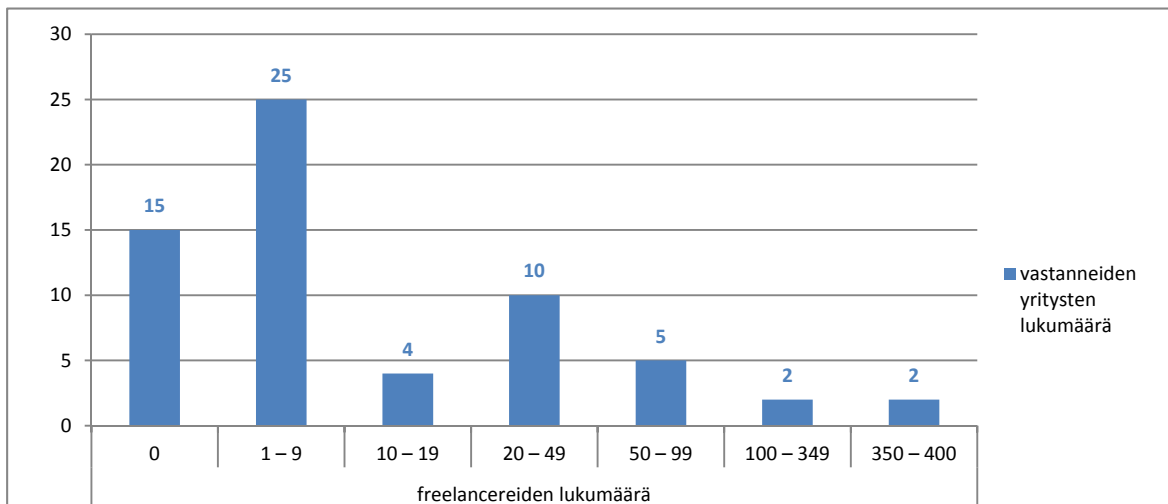


Vuoden 2011 vastaajayrityksistä liki 76 % työllisti freelancereita. Liki 24 % yrityksistä ei käyttänyt lainkaan freelancereiden palveluja. Freelancereita käyttäneiden yritysten laskennallinen keskiarvo oli 36 freelanceria/yritys. Vastaajayritykset ostivat freelancereiden palveluja vuonna 2011 yhteensä 13 021 työpäivää. Keskimäärin yritykset ostivat freelancereiden työaikaa yhteensä 1,3 henkilötyövuotta/yritys.

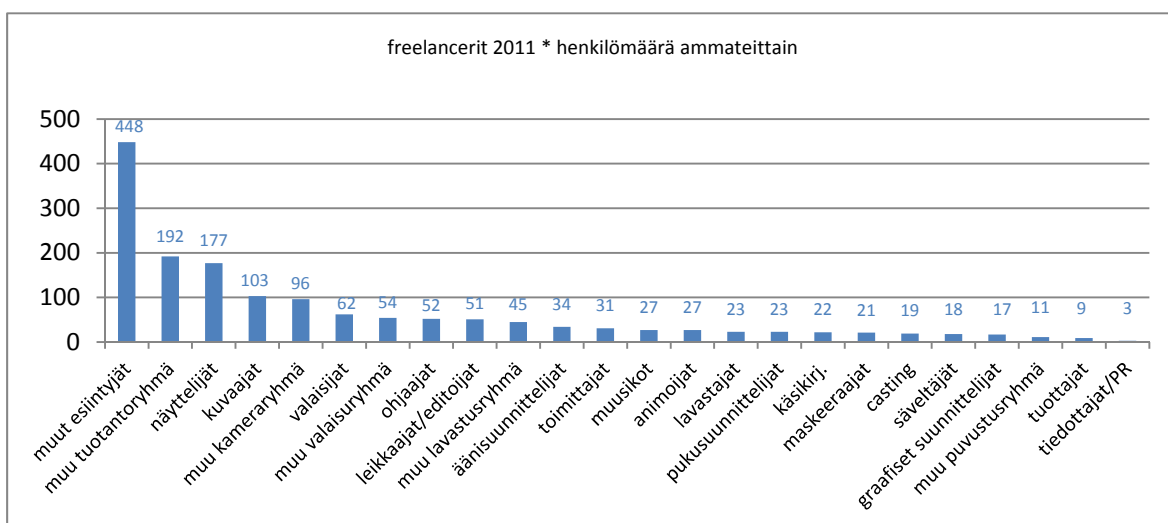
Kuvio 21b. Vakituisesti käytettyjen freelancereiden ammattinimikkeet ja arvio työpäivien määrästä vuonna 2011. (N=63)



Kuvio 22. Vastanneiden yritysten lukumäärä ja niiden freelancer-henkilöstön lukumäärä vuonna 2011 (N=63)



Kuvio 23. Freelancer-henkilöstön lukumäärä ammateittain vuonna 2011 (N=63)

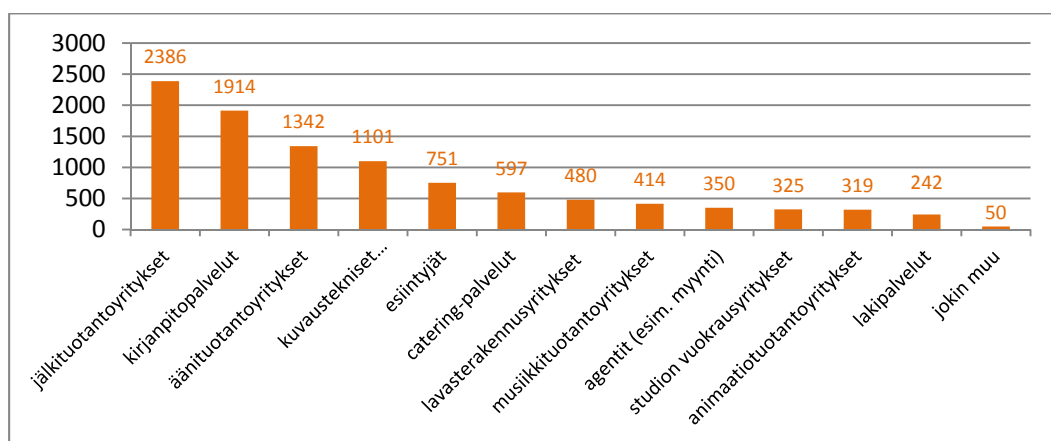


Kotimaiset alihankkijayritykset

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

Eniten ostettiin jälkituotantoyritysten palveluja (23 % kaikista alihankkijayritysten töistä) ja seuraavaksi eniten kirjanpito-, äänituotanto- ja kuvausteknisiä palveluja. Kohtaan *jokin muu* vastattiin 2010: *spiikkerit, käännöspalvelut, kouluttajat ja eri alojen asiantuntijat*. Eräs vastaaja tosin moitti koko ”alihankkija”-termin käyttöä ja lisäsi vapaaseen vastaukseensa: *Alihankkijaa kutsutaan yhteistyökumppaniksi*.

Kuvio 24a. Kotimaassa käytetyt alihankkijayritykset ja niiltä ostettujen työpäivien määrä aloittain vuonna 2010 (N=65)



Vuonna 2011 liki 21 % yrityksistä jätti vastaamatta kotimaiseen alihankkijayrityskysymykseen, jossa haluttiin tietää, kuinka monta henkilöä ja kuinka monta kuukautta vuodesta yritys työllistää alihankintayritysten (=toiminimien, kommandiittiyhtiöiden tai osakeyhtiöiden) kautta. Vastanneet yritykset (N=50) ostivat kotimaisilta alihankkijayrityksiltä palveluja yhteensä 3210 työpäivää, liki 15 henkilötyövuoden verran 472 henkilöltä. Keskimäärin vastanneet yritykset ostivat 60,2 työpäivää, 2,9 työkuukautta ja 9,4 henkilöä/yritys vuodessa.

Muutosta on huomattavissa edelliseen vuoteen, jos vertaa keskimääräisiä työpäiväarvoja. Mistä muutos johtuu? Ovatko vastaajat olleet toisena kyselyvuonna haluttomampia vastaamaan yksilöidysti?

Vai onko vuonna 2011 ollut yleensä ottaen vähemmän audiovisuaalisen alan tuotantoja, jotka ovat vaikuttaneet myös alihankintayritysten tilauskantoihin?

Alihankintayrityksiltä oli eniten hankittu kuvausteknisiä palveluja (30 % kaikista alihankkijayritysten töistä) ja kuvan jälkituotantopalveluja. Seuraavaksi eniten oli ostettu ulkoa kirjanpito- ja äänen jälkituotantopalveluja.

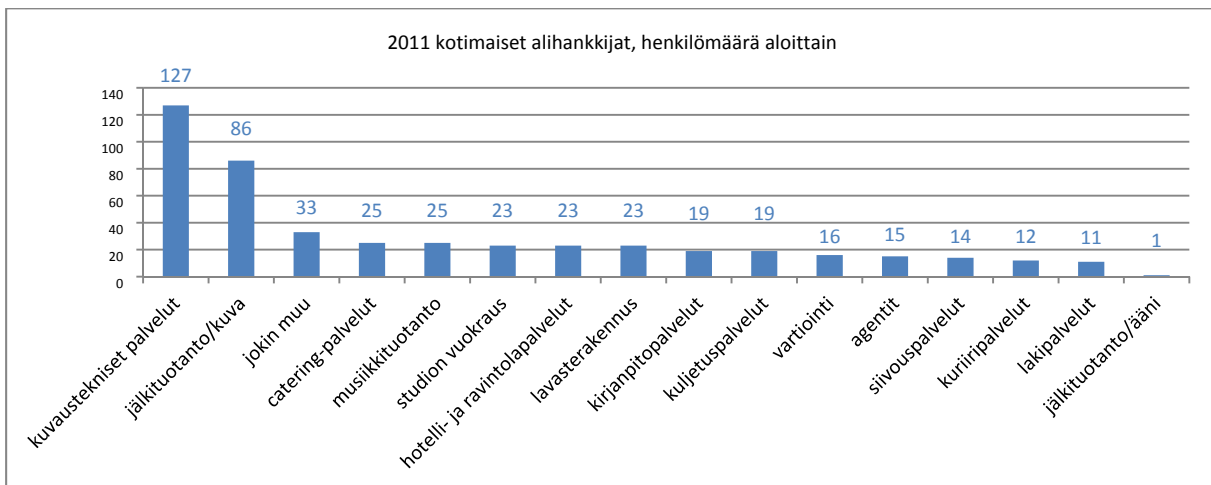
Kohtaan *jokin muu* vastattiin 2011: *ohjaaja, meikkaaja, järjestäjä, tuottaja, casting, tapahtumajärjestäjät, speaker-agentuuri ja speakerit, nettituotanto ja foley editor* (äänen jälkikäsittely).

Kuvio 24b. Kotimaassa käytetyt alihankkijayritykset ja niiltä ostettujen työpäivien määrä aloittain vuonna 2011 (N=50)

Epälooginen tulos vartiointipalvelujen ostosta on mielenkiintoinen: vastausten mukaan vartiointi oli työllistänyt, mutta silti heille ei ollut merkitty yhtään työaikaa.



Kuvio 25. Kotimaisten alihankkijayritysten henkilömäärä aloittain vuonna 2011 (N=50)



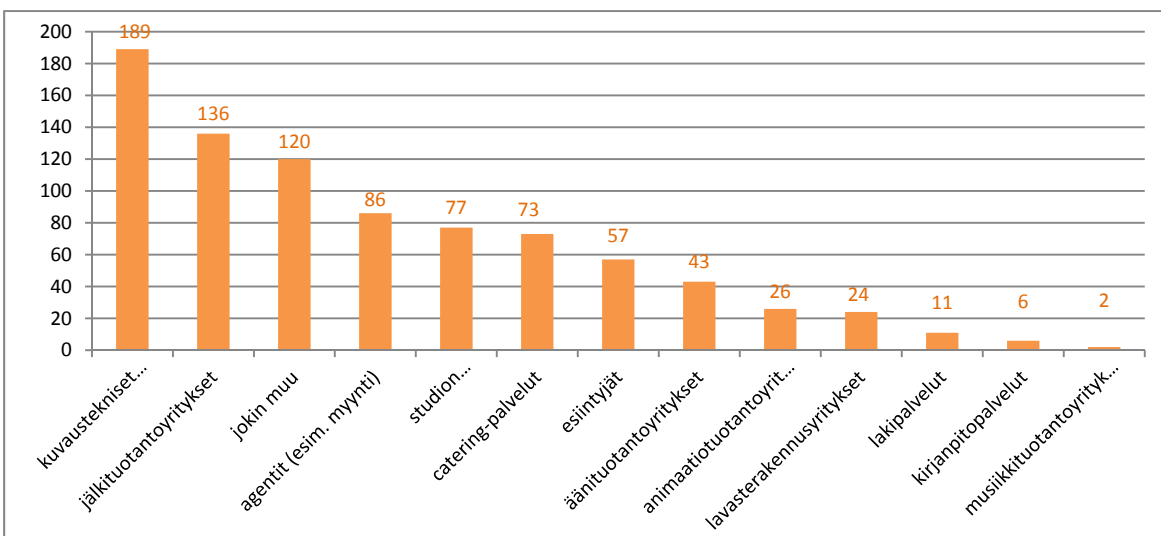
Ulkomaiset alihankkijat

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

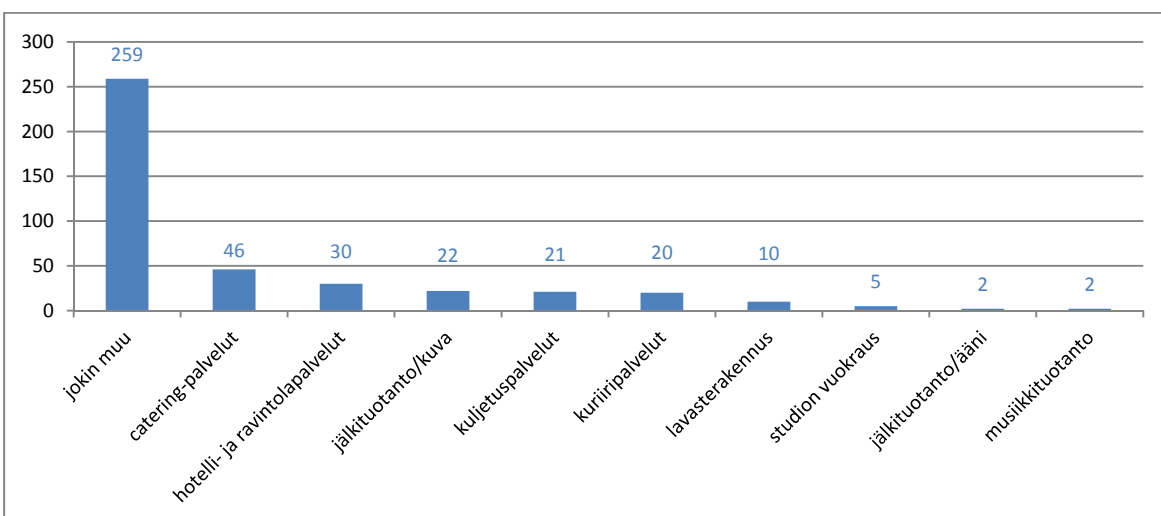
Kohdassa *jokin muu* mainittiin *konsultointipalvelut, tuotantoyhtiöpalvelut ja line producer*. Myös studion vuokraus, agenttipalvelut ja catering olivat usein käytettyjä palveluja ulkomailla.

Vuonna 2011 ulkomaisten alihankkijoiden palvelujen ostosta kertoneiden yritysten määrä oli vain 43 % (N=41) vastanneista ja raportoitujen työpäivien määrään liki puoliintui edellisvuodesta. Keskimäärin yritykset ostivat noin 11 työpäivää ulkomaisia alihankintapalveluja. Eniten oli valittu vaihtoehto ”jokin muu” ja seuraavaksi eniten oli käytetty catering-palveluja. Palvelut työllistivät 118 henkilöä ulkomailla.

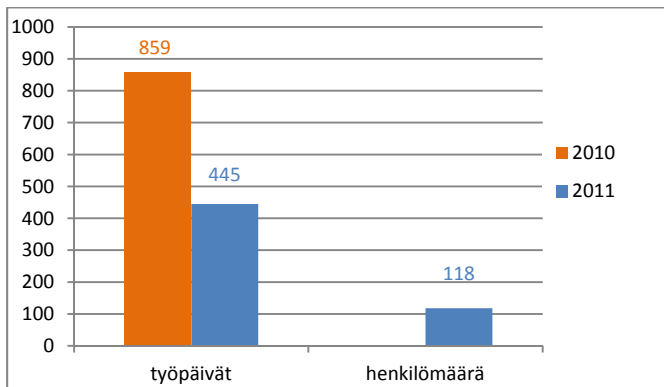
Kuvio 26a. Ulkomailla käytetyt alihankkijat ja arvio työpäivien määrästä vuonna 2010. (N=65)



Kuvio 26b. Ulkomailla käytetyt alihankkijat ja arvio työpäivien määrästä vuonna 2011. (N=41)

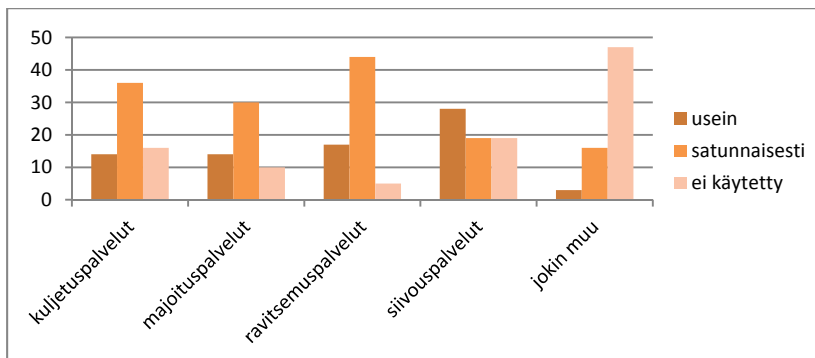


Kuvio 27. Ulkomaisten alihankkijoiden työpäivien määrä vuosina 2010 (N=65) ja 2011 (N=41). Vuodesta 2011 myös henkilömäärä.



Kuvio 28. Muut ulkomailla käytetyt palvelut vuonna 2010. (N=65)

Kuljetus-, majoitus-, ravitsemus- ja siivouspalvelut oli annettu vaihtoehtoina etukäteen. Kohdassa ”jokin muu” mainittiin käännös-, koodaus-, puvustus-, tietoliikenne-, markkinointihenkilö-, terveydenhoito-, DVD-monistus-, vartiointi, järjestysmies- ja turvapalvelut sekä alihankintana ostetut valokuvaus- ja kuvituspalvelut.



Vuonna 2011 vapaassa kentässä sai kertoa, mikä oli tärkein syy miksi palvelu oli ostettu ulkomailta. Syitä oli monia: *vuodenaika - kesä; kuvaukset ulkomailla; hinta/laatu; Suomessa ei ole agentteja, jotka saisivat jotain myytyä ulkomaille; kyseistä palvelua ei saatavana Suomesta; edullinen ja monipuolinen katalogimusiikki ja urheilujärjestön vaatimus.*

Jokin muu ulkomailla käytetty palvelu -vaihtoehtoon vastattiin: laboratoriopalveluja, tapahtumajärjestäjä sekä näiden laskeminen vie liikaa aikaa, joten jää.

Lähteet

Alanen, Aku (2008) Pikku rooli kansantaloudessa. *Tieto&trendit* 3/2008. Tilastokeskus, 40–43. [Http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2008/art_2008-05-30_005.html](http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2008/art_2008-05-30_005.html). [Katsottu 26.4.2012.]

Alanen, Aku (2008) There´s no business like... *Tieto&trendit* 3/2008. Tilastokeskus, 38–40. [Http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art_2008-05-30_004.html](http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art_2008-05-30_004.html). [Katsottu 26.4.2012.]

Alanen, Aku (2011) Lama liippasi elokuva-alaakin. *Tieto&trendit* 6/2011. Tilastokeskus, 34–39. [Http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-09-06_003.html](http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-09-06_003.html). [Katsottu 26.4.2012.]

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

Danske Indholdsproducenter - Film, TV og Computerspil i tal (2009) Entertainment Copenhagen. [Http://copenhagencentertainment.dk/fileadmin/user_upload/Pdf/Fuld_Rapport_web.pdf](http://copenhagencentertainment.dk/fileadmin/user_upload/Pdf/Fuld_Rapport_web.pdf). [Katsottu 21.4.2012.]

Euroopan komissio (2012) *Luonnos Euroopan komission tiedonanto elokuville ja muille audiovisuaalisille teoksille myönnettävästä valtiontuesta*. Cinema Communication consultation 2 – HT 2950. [“Draft communication” -kohdasta valittu suomenkielinen DOCX-tiedosto.] [Http://ec.europa.eu/competition/consultations/2012_state_aid_films/index_en.html](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2012_state_aid_films/index_en.html). [European Commission. Competition. Public consultations.] [Katsottu 2.5.2012.]

Euroopan komissio (2011) *Euroopan digitaalistrategia*. [Http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:REV1:FI:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:REV1:FI:HTML). [Katsottu 17.5.2012.]

Euroopan parlamentti (2012). Oikeudellisten asioiden valiokunta. Oikeusperustaan ehdotettu muutos: 167 artikla. 28.3.2012. [Http://www.europarl.europa.eu/RegData/commissions/juri/avis/2012/486126/JURI_AL\(2012\)486126_FI.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/commissions/juri/avis/2012/486126/JURI_AL(2012)486126_FI.pdf). [Katsottu 24.5.2012.]

Euroopan parlamentin verkkosivut (2008). *Audiovisuaaliala. Tavoitteet*. 8/2008. [Http://circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/industrial/article_7280_fi.htm](http://circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/industrial/article_7280_fi.htm). [Katsottu 24.5.2012.]

Euroopan parlamentin verkkosivut (2008). *Audiovisuaaliala. Euroopan parlamentin rooli*. 8/2008. [Http://circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/industrial/article_7280_fi.htm](http://circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/industrial/article_7280_fi.htm). [Katsottu 24.5.2012.]

Euroopan unionin verkkosivut (2010). *Audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi*. EUROPA. Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. Audiovisuaaliala ja viestimet. [Http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0005_fi.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0005_fi.htm). [Katsottu 20.9.2012.]

Euroopan unionin verkkosivut (2008) *Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. Audiovisuaaliala ja viestimet*. Europa. [Http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_fi.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_fi.htm). [Katsottu 24.5.2012.]

Euroopan unionin virallinen lehti (2010) Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2010/13/EU, annettu 10 päivänä maaliskuuta 2010, audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoamista koskevien jäsenvaltioiden tiettyjen lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta (audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi) (kodifioitu toisinto) (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti). L 95/1. 15.4.2010. [Http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:fi:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:fi:PDF). [Katsottu 20.9.2012.]

Euroopan yhteisön komissio (2006) *Komission viides kertomus neuvostolle, Euroopan parlamentille, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle sekä alueiden komitealle. Direktiivin 89/552/ETY ”televisio*

ilman rajoja” soveltamisesta {SEK(2006) 160}. http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=fi&type_doc=COMfinal&an_doc=2006&nu_doc=49.

Fact Sheets. Luovat alat. Hermia Oy:n julkaisu 10/2010.
http://www.tem.fi/files/28595/FactSheets_Luovat_alat_2010-3.pdf. [Katsottu 14.5.2012.]

Favex News (08.040.2010) *AV-alan Kuusamo-manifesti insenttiivien luomiseksi.*
http://www.favex.fi/index.php?id=9&news_action=view&news_id=49. [Katsottu 22.8.2012.]

FAVEX ry., Suomen elokuvasäätiö & Suomen elokuvatuottajien keskusliitto SEK ry. (2010) *Suomen audiovisuaalisen alan yritysten kansainvälistyminen. Kahden kyselyn valossa: I. Tuotantoyhtiöiden toimien maantieteellinen kartoitus 2006–2009. II. Ulkomaiset rahavirrat av-teollisuuteen, tilastointipilotti v. 2009.* <http://www.favex.fi/filemanager/File/taustaa.pdf>. [Katsottu 4.5.2012.]

Finnpanel. *TV-mittaritutkimuksen tuloksia. Vuosittaiset tulokset. Katsotuimmat ohjelmat kanavittain.* <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/top/2011/yle1.html> [Katsottu 15.6.2012.]

Hiltunen, KooPee (2006) *Pelialan vientistrategia.* Suomen pelialan keskus Neogames. <http://hermia-fi-bin.directo.fi/@Bin/c9fc71ff3c99393377c200317800e164/1333364226/application/pdf/46849/Pelialan%20vientistrategia.pdf>. [Katsottu 4.4.2012.]

Hiltunen, KooPee (2011) *Luovien alojen ekosysteemi.* Teoksessa: Ulla Lukkari *Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen.* Hermia Oy:n julkaisu 4/2011, 13–18. [Katsottu 4.4.2012.]

IDA – International Documentation on Audiovisual works. What’s IDA?
http://www.idanet.org/idadoc_v2/what_ida.php

ISAN Finland (2011) <http://isan-finland.fi/index.php?id=435>. [Katsottu 13.9.2012.]

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). [Katsottu 13.9.2012.]

ISAN (2011) *News from the ISAN International Agency.* Geneva, September 2011. ISAN Finland is the new appointed ISAN Registration Agency for serving the Finnish territory.
http://www.isan.org/portal/page?_pageid=165,41294&_dad=portal&_schema=PORTAL. [Katsottu 13.9.2012.]

Jokela, Eeva-Liisa (2012) *Kulttuuripoliittisesti relevantti tutkimus Suomessa.* Cuporen verkkojulkaisu 10.
<http://www.cupore.fi/documents/KartoitusFinal.pdf>.

Kalli, Seppo & Muikku, Jari & Tuovinen, Timoteus (2012) *Tietokonegrafiikan ja -animaation osaamisesta uutta kasvua Suomelle – Esiselvitys toimialan kehityshankkeille.* Oske osaamiskeskusohjelma. Digital Media Finland.
http://www.digitalmedia.fi/uploads/raportit/CGI_raportti_web.pdf. [Katsottu 13.4.2012.]

Kuluttajavirasto (2006) *Lausunto liikenne- ja viestintäministeriölle.* Dnro 2006/70/0402. 17.2.2006.
Televisio ilman rajoja -direktiivin muuttaminen (COM(2005) 646 FINAL).
<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/739d219f-0dae-4f97-9001-30b1e10b8fe2/060217lausunto.pdf>. [Katsottu 14.8.2012.]

Laakso, Stiina (2011) *TV-tuotannon näkökulma.* Teoksessa: Ulla Lukkari *Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen.* Hermia Oy:n julkaisu 4/2011, 93–98. [Katsottu 24.4.2012.]

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

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 radorahastosta 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>.

Laurio, Nina (2011) Kotimaisella elokuvalla menee hyvin – vai meneekö? Teoksessa: Ulla Lukkari *Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen*. Hermia Oy:n julkaisuja 4/2011, 99–102. [Katsottu 4.4.2012.]

Leino, Raili (2008) *Iptv lunastaa digi-tv:n lupaukset*. Tekniikka & Talous 24.4.2008. <http://www.tekniikkatalous.fi/viihde/iptv+lunastaa+digitvn+lupaukset/a78137>. [Katsottu 30.5.2012.]

Liikenne- ja viestintäministeriö (2008). *Televisiokehitysnäkymät Suomessa*. Julkaisuja 5/2008. http://www.lvm.fi/filesserver/LVM_0508.pdf. [Katsottu 24.5.2012.]

Liikenne- ja viestintäministeriö (2012) *Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma*. Luonnos 23.5.2012. <http://www.lvm.fi/sahkoisen-median-viestintapoliittinen-ohjelma>. [Katsottu 25.5.2012.]

Lukkari, Ulla (2011) *Luova raha. Näkökulmia luovien alojen rahoitukseen*. Hermia Oy:n julkaisuja 4/2011. http://www.tem.fi/files/29724/Luova_Raha_Nakokulmia_Julkaisu_2011.pdf. [Katsottu 18.5.2012.]

NAG Oy (2012) *Päivitys television kehitysnäkymistä*. Selvitys Liikenne- ja viestintäministeriölle. Helsinki. Loppuraportti 12.3.2012. [Katsottu 24.5.2012.]

Neogames (2008) *Suomen pelialan koulutus ja sen kehittämistarpeet* 2008. Uudenmaan TE-keskus/SILE-projekti. <http://hermia-fi-bin.directo.fi/@Bin/3758c63bfd842053f961acd1e3df01ea/1333364003/application/pdf/70434/Suomen%20pelialan%20koulutustarpeet.pdf>. [Katsottu 13.4.2012.]

Opetusministeriö (2005) *Audiovisuaalisen politiikan linjat*. Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto. Opetusministeriön julkaisuja 2005:8. [Katsottu 23.4.2012.]

Opetus- ja kulttuuriministeriön verkkosivut. *Audiovisuaalinen kulttuuri*. http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/taiteen_ ja_kulttuurin_alat/audiovisuaalinen_kulttuuri/?lang=fi. [Katsottu 23.4.2012.]

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. [Katsottu 13.09.2012.]

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. [Sähköpostitse 26.5.2012 Picardilta saatu erillinen PDF-tiedosto esitelmästä.]

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

Sanoma Media Finland (2012) *Lausuntopyyntö: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015*. (OKM/1/600/2012; 7.2.2012).

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat – SATU ry (2012) *Lausuntopyyntö: Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015*. [Toiminnanjohtaja Stiina Laaksolta saatu dokumentti.]

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat – SATU ry (2012) *Lausunto HE:stä laeiksi Yleisradio Oy:stä ja valtion televisio- ja radorahastosta annettujen lakien muuttamisesta*, LVM 017:00/2012. [Toiminnanjohtaja Stiina Laaksoilta saatu dokumentti.]

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto (2012) *Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä. Poliittiset linjaukset 2012–2015*. Lausuntopyyntö 30.1.2012, OKM/1/600/2012.

Suomen elokuvatuottajien keskusliitto ry – SEK (2012) *Lausunto HE Laeiksi Yleisradio OY:stä ja televisio ja radorahastosta annettujen lakien muuttamisesta*.

<http://www.lvm.fi/web/fi/tiedostot-yle->

[vero?p_p_id=lvmmahtiportlet_WAR_lvmmahtiportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&lvmmahtiportlet_WAR_lvmmahtiportlet_action=getdoc&lvmmahtiportlet_WAR_lvmmahtiportlet_id=64073](http://www.lvm.fi/web/fi/tiedostot-yle-vero?p_p_id=lvmmahtiportlet_WAR_lvmmahtiportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&lvmmahtiportlet_WAR_lvmmahtiportlet_action=getdoc&lvmmahtiportlet_WAR_lvmmahtiportlet_id=64073).

Suomen elokuväsäätiö (2012) *Elokuvavuosi 2011 Facts & Figures*.

[Http://www.ses.fi/dokumentit/Elokuvavuosi%202011%20Facts%20&%20Figures.pdf](http://www.ses.fi/dokumentit/Elokuvavuosi%202011%20Facts%20&%20Figures.pdf).

Suomen näyttelijäliitto (2012) *Lausunto Opetus- ja kulttuuriministeriölle. Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä – poliittiset linjaukset 2012–2015*.

[Http://www.nayttelijaliitto.fi/?x18074=275044](http://www.nayttelijaliitto.fi/?x18074=275044).

Teostory 2:2012. Säveltäjän Tekijänoikeustoimisto Teosto ry.

Tilastokeskuksen verkkosivut (2012) *Televisio ylitti miljardin euron rajan - ennakkotiedot*

joukkoviestintämarkkinoista 2011. [Http://www.tilastokeskus.fi/til/jvie/2011/jvie_2011_2012-05-24_tie_001_fi.html](http://www.tilastokeskus.fi/til/jvie/2011/jvie_2011_2012-05-24_tie_001_fi.html). [Katsottu 24.5.2012.]

Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto FiCom ry (2012) *FiComin lausunto luonnoksesta:*

Audiovisuaalinen kulttuuri digitaalisessa ympäristössä, poliittiset linjaukset 2012–2015. 24.02.2012.

[Http://www.ficom.fi/lausunnot/index_1.html?Id=1330332826.html](http://www.ficom.fi/lausunnot/index_1.html?Id=1330332826.html). [Katsottu 14.6.2012.]

Valtioneuvosto (2007) *Valtioneuvoston asetus elokuvataiteen edistämisestä*.

[Http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070843](http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070843). [katsottu 6.9.2012.]

Valtioneuvosto (2008) *Valtioneuvoston periaatepäätös aineettomia oikeuksia koskevasta strategiasta*. Liite 2.

[Http://valtioneuvosto.fi/tiedostot/julkinen/periaatepaatokset/2009/IPR-strategia/145451.pdf](http://valtioneuvosto.fi/tiedostot/julkinen/periaatepaatokset/2009/IPR-strategia/145451.pdf).

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). [Katsottu 24.5.2012.]

Viestintävirasto (2011) *Viestintäviraston strategia 2020*.

[Http://www.epaper.fi/reader/?issue=27037;5d9e7b728e67dd7f7916e0cd1d0d3d8f](http://www.epaper.fi/reader/?issue=27037;5d9e7b728e67dd7f7916e0cd1d0d3d8f). [Katsottu 20.6.2012.]

Viestintävirasto (2011) *Ohjelmiston eurooppalaisuus vuonna 2010*.

[Http://www.ficora.fi/index/tutkimukset/tvjaradiotoiminta/eurooppalaisuusjariippumattomuus.html](http://www.ficora.fi/index/tutkimukset/tvjaradiotoiminta/eurooppalaisuusjariippumattomuus.html). [Katsottu 20.6.2012.]

Wikipedia. *IPTV*. [Http://fi.wikipedia.org/wiki/IPTV#cite_note-viihde-1](http://fi.wikipedia.org/wiki/IPTV#cite_note-viihde-1). [Katsottu 30.5.2012.]

Wikipedia. *Toimiala*. [Http://fi.wikipedia.org/wiki/Toimiala](http://fi.wikipedia.org/wiki/Toimiala). [Katsottu 30.5.2012.]

Muut lähteet

Alanen, Aku (2012) *Laskelmat elokuva- ja jälkituotannon pikkuyrityksistä 2010*.

[Sähköpostiviesti 27.6.2012.]

Laakso, Stiina (2012) *Tässä viesti perusteluasioineen*. [Sähköpostiviesti 21.5.2012.]

Liitteet

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

3D ARTS´N MAGIC OY	FRONT DESK OY	MOSKITO GROUP OY
3-D TRIX FINLAND OY	FUNNY FILMS OY	MOSKITO SPORT OY
3DOLLI OY	FW FILMWORKS OY	MOSKITO TELEVISION OY
3MOTION OY	GENERATOR POST OY	MOTION & TIME COMPANY OY
AB ANDERS ENGSTRÖM PRODUCTIONS OY	GENRE TUOTANTO OY	MOUKA FILMI OY
AB SVENGCOR PRODUCTION LTD	GIMAGE OY	NATURPRO FILMS OY
AITO MEDIA OY	GIMMEYAWALLET PRODUCTIONS OY	NEOVO SOLUTIONS OY
ALSO STARRING OY	GOODMOOD PRODUCTIONS OY	NICE ENTERTAINMENT GROUP OY
ANIMA BOUTIQUE OY	GRILLIFILMS OY	NNP NORTHERN NEWS PRODUCTIONS OY
APOGEE OY	GROUNDHOG MEDIA OY	NOBRAINER FILMS OY
ART FILMS PRODUCTION AFP OY	HACKLIN ANTTI HEIKKI MIKAEL	NOUHAU PRODUCTIONS OY
ARTISTA FILMI OY	HAKALAX PRODUCTIONS OY	NYKÄNEN PRODUCTIONS OY
AURUAUDIO	HALLAVA FILMI OY	OKTOBER OY
AVSET OSAKEYHTIÖ	HD-POST LTD OY	OPTIPARI OY
BLIND SPOT PICTURES OY	HELSINGIN PRODUCTUM OY	OSMO WALDEN FILMS OY * OSMOS FILMS
BLINK ENTERTAINMENT OY	HELSINKI PUMP PRODUCTION OY	OTTO TUOTANTO OY
BLUE MEDIA OY	HELSINKI-FILMI OY	OUTO MEDIA OY
CAN DO TUOTANTO OY	HOCKEY-CAMERA FINLAND	OY ANIMA VITAE LTD
CENTURY FILMS OY	IKISTOORI OY	OY CON PLEXI AB
CHANCE KUVA- JA ÄÄNIPALVELU	IKONI JA INDEKSI OY	OY FILMITEOLLISUUS FINE AB
CHEESEBURGER OY	ILLUME OY	OY FILMKOMANIET ALPHA AB
CINEMAKER OY	INMIND PRODUCTION OY	OY FLMS BROS. & CO. AB
CINEPRO FINLAND OY	INSANO PRODUCTIONS OY	OY MAKE MY MOMENT NORDIC AB
Close-Up Filmituotanto Oy	IT'S ALIVE PRODUCTIONS OY	OY NY MAN COMMUNICATION, CONSULTATION &
C-MEDIA OY	ITUPIIKKI OY	CONTEMPLATION AB
COPPERSKY OY	JA MEDIA PRODUCTION AB	OY RABBIT FILMS LTD
CRAFT FINLAND OY	JACKPOT FILMS OY	OY SUN PICTURES LTD
DIGITAL FACTORY OY	JANIN PAJA OY	OY VIDEO FLASH LTD
DOCART KY	JUONIFILMI OY	OY VISUAL POWER LTD
DOGHILL PRODUCTIONS OY	JUSTIN CASE PRODUCTIONS AVOIN YHTIÖ	P. Mutasen Elokuvakonepaja
DOUGLAS PRODUCTIONS OY	JÖRN DONNER PRODUCTIONS OY	PABLO FILMS OY
DREAM CATCHER OY	KENNEL HELSINKI OY	PALLOSALAMA KARPO OY
DREAMMILL OY	KEY LIGHT OY	PAPA NOËL FILMS
DUBBERMAN FINLAND OY	KFX FINLAND OY	PETRI MERTA KY
EDITH FILM OY AB	KINOCOMPANY FINLAND OY	POHJANTÄHTI-ELOKUVA OY
ELIXIR CMS OY	KINOMO	PORKKANA RYHMÄ OY
ELOKUVAAOSUUSKUNTA CAMERA CAGLIOSTRO	KINOTAR OY	PORSKI OY
ELOKUVATUOTANTO PIETU TAKALA OY	KLAFFI TUOTANNOT OY	PROCAM TUOTANTO OY
ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ COCKTAIL FILM FINLAND	LOMIA HELSINKI OY	PRODUCTION HOUSE OY FINLAND
ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MJÖLK OY	KRISTALLISILMÄ OY	PRO-TUOTANTO OY
ELOKUVATUOTANTOYHTIÖ MOTEL ROYAL FINLAND	KRUUVA OY	PROVISUAL OY
ELOKUVAYHTIÖ COMMON SENSE FINLAND OY	KUITU MEDIA OY	PULITZER OY
ELOKUVAAÄNIYHTIÖ HUMINA OY	KUVAKIELI KY	RADICAL PICTURES OY
ELOKUVIA JA VANHOJA PITSEJÄ	KÄRKIJOUKKUE PRODUCTIONS OY	REEL ONE OY
EPIC FILM FINLAND OY	LAPLAND MEMORIES OY	RIIKOS FILMI OY
ESA SILTALOPPI PRODUCTIONS OY	LAPLAND STUDIO	ROCKWAY OY
FAMILY CHANNEL OY	LASERTEKSTITÄMÖ EURO LAB FINLAND OY	SAHA TUOTANTO OY
FANTOMATIC OY	LEINO PRODUCTION OY	SDI MEDIA A/S, SUOMEN SIVULIIKE
FILM & CARTOON FINLAND OY	LINSSILUDE OY	SEPIE OY
FILM ELEMENT OY	LUXIAN PRODUCTIONS OY	SEPPÄ CALLAHANIN FILMIMAAILMA OY
FILMAATTISET OY	LÄNGFILM PRODUCTIONS FINLAND OY	SHAKAALI TUOTANTO OY
FILMITEOLLISUUS FINE - MEDIASTATION OY	M JA H HANHELA OY	SISÄ-SUOMEN KUVAPÄÄT OY
FILMIYHTIÖ HEHKU OY	MAGNEETTO MEDIA OY	SKARVI OY
FILMONA OY	MAINOSELOKUVAYHTIÖ AXN! OY	SNAPPER FILMS OY
FINAL CUT PRODUCTIONS OY	MAINOSELOKUVAYHTIÖ OSCAR OY	SOLAR FILMS INC OY
FINNISH CONSTRUCTION COMMUNICATIONS HANNO	MARKING MOVIES - NORDBERG & AHO OY	SOLAR TELEVISION OY
SALMI & TUOMINEN OY	MARIANNA FILMS OY	SPECIAL FX OY
FINN-LAB OY	MATILA RÖHR NORDISK OY	SPUTNIK OY
FIRST FLOOR PRODUCTIONS OY	MEDIALOUHOS-TUOTANTO OSK	STEREOSCAPE OY
FITNESS MEDIA OY	MEDIATALLI PRODUCTIONS OY	STORYOF OY
FRAME GRAPHICS OY	MEDIATUOTANTO AMIGOS OY	STREAMTEAM KY
FRANCK MEDIA OY	MEDIFILM OY	STUDIO MONTAASI OY
FREMANTLEMEDIA FINLAND OY	MEGURU FILM SOUND OY	SUOMEN FILMITEOLLISUUS (SF) OY

SUS PRODUCTIONS AB OY
SUSAMURU OY
TALVI INTERNATIONAL OY
TARINATALO OY
TEN YEARS PRODUCTION OY
TOAST POST PRODUCTION OY LTD
TOPFRAME KY
TRE FILM AB
TRIPLE TV PRODUCTIONS OY
TUNNE PRODUCTIONS OY
TUOTANTO OY SÄHKY
TUOTANTO RINKI OY
TUOTANTOTALO WERNE OY
TUOTANTOYHTIÖ ARANU OY
TUOTANTOYHTIÖ ENERGIA OY
TUOTANTOYHTIÖ KASSETTE OY
TUOTANTOYHTIÖ LEGENDA OY
TUOTANTOYHTIÖ ONNELLINEN OSKARI OY
TUOTANTOYHTIÖ TA-DAA! OY
TUOTANTOYHTIÖ TV10 OY
TWISTED FILMS OY
UFACIK & PARTNERS OY
UNDO OY
UNIFILM OY
VALO AURINKO
VASARA FILMS OSAKEYHTIÖ
VERTIGO PRODUCTION OY
VIDECAM OY
VIDEOFLAME
VIDEOTUOTANTO HASSELMAN OY
VIDEOZOOM OY
VIDEPE OY
VILLE LIPIÄINEN
VISIGOTH OY
VISUAL SPORTS OY
VJ-TUOTANTO OY
YELLOW FILM & TV OY
ZETADISPLAY FINLAND OY
ZODIAK FINLAND OY

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

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

LEINO PRODUCTION OY	PORKKANA RYHMÄ OY	TOPFRAME KY
LIBERTY PRODUCTION LTD	PORSKI OY	TRANSMIX Oy Ltd
LINSSILUDE OY	POST CONTROL HELSINKI	TRE FILM AB
LUXIAN PRODUCTIONS OY	PROCAM TUOTANTO OY	TRIPLE TV PRODUCTIONS OY
LÅNGFILM PRODUCTIONS FINLAND OY	PRODUCTION HOUSE OY FINLAND	TUNNE PRODUCTIONS OY
MAGNEETTO MEDIA OY	Produx	TWISTED FILMS OY
MAGNUSBORG	PRO-TUOTANTO OY	UFACIK & PARTNERS OY
MAINOSELOKUVAYHTIÖ AXN! OY	PROVISUAL OY	ULKOKUVA
MAINOSELOKUVAYHTIÖ OSCAR OY	PULITZER OY	UNDO OY
MAKE MY MOMENT NORDIC AB	PYSTYMETSÄ Oy	UNIFILM OY
MAKING MOVIES - NORDBERG & AHO OY	R & B PRODUCTIONS	VALO AURINKO
MARIANNA FILMS OY	RABBIT FILMS LTD	VASARA FILMS OSAKEYHTIÖ
MATILA RÖHR NORDISK OY	RADICAL PICTURES OY	WERNE OY
MEDIA LOUHOS-TUOTANTO OSK	REEL ONE OY	VERTIGO PRODUCTION
MEDIATALLI PRODUCTIONS OY	RGB Oy	WESTER PRODUCTION
MEDIFILM OY	RIIKOS FILMI OY	VIDECAM OY
MEGURU FILM SOUND OY	RINKI OY	VIDEO FLASH LTD
METRONOME Film & Television Oy - A Shine Group Company	ROCKWAY OY	VIDEOFLAME
MJÖLK OY	SAHA TUOTANTO OY	VIDEOKESKUS
MOGULMEDIA	SCREENING AGENCY	VIDEO-MATCH
MOSKITO GROUP OY	SDI MEDIA A/S, SUOMEN SIVULIIKE	VIDEOTUOTANTO HASSELMAN OY
MOSKITO SPORT OY	SEPI TE OY	VIDEOZOOM OY
MOSKITO TELEVISION OY	SEPPÄ CALLAHANIN FILMIMAAILMA OY	VIDEPE OY
MOTEL ROYAL FINLAND OY	SHAKAALI TUOTANTO OY	WILDFIN
MOTION & TIME COMPANY OY	SILVA MYSTERIUM Oy	VILLE LIPIÄINEN
MOUKA FILMI OY	SISÄ-SUOMEN KUVAPÄÄT OY	VISIOREX
NATURPRO FILMS OY	SKARVI OY	VISOCOM TURUN TIETOKUVA Oy
NEDEA	SNAPPER FILMS OY	VISUAL POWER LTD
NITRO FILM	SOLAR FILMS INC OY	VISUAL SPORTS OY
NOBRAINER FILMS OY	SOLAR TELEVISION OY	VJ-TUOTANTO OY
NOUHAU PRODUCTIONS OY	SOUND ENGINE	WOODPECKER FILM
NY MAN COMMUNICATION	SPECIAL FX OY	WRITERS BLOCK
NYKÄNEN PRODUCTIONS OY	SPUTNIK OY	YELLOW FILM & TV OY
OKTOBER OY	STEREOSCAPE OY	ZETADISPLAY FINLAND OY
ONNELLINEN OSKARI OY	STORYOF OY	ZODIAK FINLAND OY
OPTIPARI OY	STREAMTEAM KY	
OSMO WALDEN FILMS OY	STUDIO MONTAASI OY	
OTTO TUOTANTO OY	SUN PICTURES LTD	
OUTO MEDIA OY	SUOMEN FILMITEOLLISUUS (SF)	
P. MUTASEN ELOKUVAKONEPAJA	SUS PRODUCTIONS AB OY	
PABLO FILMS OY	SUSAMURU OY	
PALLOSALAMA KARPO OY	SÄIHKY	
PEKKA HARA	TA-DAA! OY	
PERFECT PET	TALVI INTERNATIONAL OY	
PERIFERIA PRODUCTIONS	TARINATALO OY	
PETFILMS	TEN YEARS PRODUCTION OY	
POHJANTÄHTI-ELOKUVA OY	TOAST POST PRODUCTION OY LTD	

Liite 3. Vuoden 2010 tietoja koskeva kysymyslomake

(Liisa Vähäkylä, Stiina Laakso & Saija Heinonen, marraskuu 2011)

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) ulkomailta? 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

tukijoihin Luses ja Esek??

yksityiset sijoittajat

kuluttajarahojutus (esim. suoramyynä mobiilissa, netissä, fanittaminen yms.)

sponsorit

Tulevaisuuden haasteet:

Rastita seuraavista kolme tärkeintä tulevaisuuden haastetta

• Menestys ja kasvu

• Tilauskannassa 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 yhteistyökumppania?

• Mitä seuraavista alihankkijoista käytätte (päivittäin, viikoittain, kerran kuukaudessa, 2-5 x vuodessa)

jälkituotantoyritykset

äänituotantoyritykset

musiikkituotantoyritykset

studiopalvelut

animaatiotuotanto

agentit (määritä tarkemmin)

lavastus

valaistus

puvustus

Paljonko edellä mainituista on ulkomaisia palveluntarjoajia?

Henkilöstö (vuoden 2010 aikana)

1) Henkilömäärä

– vakinaiset _____ osa-aikaiset _____ freat _____ harjoittelijat _____

Rastita yrityksestä löytyvien työntekijöiden **nimikkeet**

toimitusjohtaja x työkentelee myös _____ (tehtävä, osaaminen)

varatoimitusjohtaja työkentelee 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 _____ ?

Muu, mikä _____ ?

Muu, mikä _____ ?

Kohdista 1) ja 2) muodostuvat henkilötyövuodet yhteensä (mahd.tarkka luku) _____

– arvioi kuinka monta henkilötyövuotta yritys on työllistänyt alihankintayritysten tai suomalaisten yhteistuotantoyritysten kautta (esim. tekninen henkilöstö)

- kuinka monta henkilötyövuotta yritys on työllistänyt ulkomailta:

Liite 4. Vuoden 2011 tietoja koskeva kysymyslomake.

(Minna Laukkanen, Stiina Laakso, Liisa Vähäkylä & Saija Heinonen, toukokuu 2012)

Elokuva- ja audiovisuaalisen alan toimialakartoitus

Tervetuloa vastaamaan SATU ry:n toimialakartoitukseen

Kysymykset koskevat yrityksen toimialaa, liikevaihtoa, asiakkaita, rahoitusta, tulevaisuuden haasteita ja työllistävyyttä vuonna 2011!

1) Yrityksen taustatiedot

1.1 yrityksen nimi:

1.2 missä yritys sijaitsee Etelä-Suomi Länsi-Suomi Itä-Suomi Pohjois-Suomi

1.3 perustamisvuosi:

1.4 päätoimipaikka:

1.5 toimintaa ulkomailla on, oma tytäryhtiö/oma toimisto on, yhteistoimintaa ei ole

2) Yrityksen toimiala ja liikevaihto

Mikä on yrityksen kokonaisliikevaihto vuodelta 2011 sisältäen muut tuotot, kuten esim. SES-tuet?

2.1 Laita kolme yrityksesi toimialaa tärkeysjärjestykseen ja kirjoita kenttään mikä on näiden toimialojen %-osuus liikevaihdosta?

	elokuva	tv-tuotanto	mainoselokuva	B2B-tuotannot	nettivideot	osuus liikevaihdosta %
tärkein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
toiseksi tärkein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
kolmanneksi tärkein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

2.2 Toimiiko yritys jollain muulla toimialalla (esim. animaatio) ja mikä on sen prosenttiosuus liikevaihdosta?

2.3 Onko yrityksellä merchandising- tai lisensointituloja?

3) Yrityksen omistussuhteet

- vain kotimaisessa omistuksessa
- vain ulkomaisessa omistuksessa
- sekä kotimaisessa että ulkomaisessa omistuksessa

4) Asiakkaat

4.1 Kotimaiset asiakasryhmät – laita tärkeysjärjestykseen numeroilla 1–5

1 = tärkein, 5 = vähiten tärkeä

tv-kanavat	<input type="text"/>
levittäjät	<input type="text"/>
mainostoimistot	<input type="text"/>
yritykset (mainostajat, muut toimeksiantajat)	<input type="text"/>
tuotantoyhtiöt	<input type="text"/>
muu taho, mikä?	<input type="text"/>

4.2 Ulkomaiset asiakasryhmät – laita ulkomaiset asiakkaat tärkeysjärjestykseen numeroilla 1–5

1 = tärkein, 5 = vähiten tärkeä

levittäjät	<input type="text"/>
tv-kanavat	<input type="text"/>
mainostoimistot	<input type="text"/>
yritykset (mainostajat, muut toimeksiantajat)	<input type="text"/>
tuotantoyhtiöt	<input type="text"/>
muu taho, mikä?	<input type="text"/>

- ei ulkomaisia asiakkaita

5) Toiminnan tukijat ja rahoitus

5.1 Onko yrityksen toimintaa tuettu seuraavilta kotimaisilta tahoilta?

Laita tärkeysjärjestykseen numeroilla 1–5

1 = tärkein, 5 = vähiten tärkeä

SES	<input type="text"/>
Avek	<input type="text"/>
Tekes	<input type="text"/>
Finnvera	<input type="text"/>
muut tukijat (Luses, Esek tms.)	<input type="text"/>
ei mikään kotimainen taho	<input type="checkbox"/>

5.2 Mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu?

5.3 Onko yrityksen toimintaa tuettu seuraavilta ulkomaisilta tahoilta?

Laita tärkeysjärjestykseen numeroilla 1–5

1 = tärkein, 5 = vähiten tärkeä

EU:n MEDIA-ohjelma	<input type="text"/>
Eurimages	<input type="text"/>
Nordisk film & TV Fond	<input type="text"/>
Ulkomainen sponsori	<input type="text"/>
muut tukijat	<input type="text"/>
ei mikään ulkomainen taho	<input type="checkbox"/>

5.4 Mitä tukimuotoja tai rahoitusta alalta puuttuu?

5.5 Mitä muita tahoja tuotannoissa on keskeisinä vaikuttajina tai rahoittajina mukana?

- lehtikustantajat
- kirjankustantajat
- levy-yhtiöt
- tapahtumajärjestäjät
- yksityiset sijoittajat
- sponsorit
- muut

6.6 Mitä muita tahoja kuin yllämainitut?

6) Tulevaisuuden haasteet

6.1 Rastita seuraavista kolme tärkeintä tulevaisuuden haastetta

- menestys ja kasvu; hallittu kasvu
- tilauskannassa pysyminen ja kilpailu uusia yrittäjiä/ulkomaista tuotantoa/kanavien omaa tuotantoa vastaan
- alan keskittyminen
- alan erikoistuminen
- tarvittavan osaamisen puuttuminen
- immateriaalioikeuksien säilyminen tuotantoyhtiössä
- rahoitusmahdollisuuksien kehittyminen
- jakeluverkoston kehittyminen
- yleisön muuttuva maku ja medioiden käyttötapojen muutokset

6.2. Muita haasteita, mitä?

7) Miten näet yrityksenne liikevaihdon ja kannattavuuden vuonna 2012?

7.1 liikevaihto

- kasvaa
- pienenee
- pysyy ennallaan

7.2 kannattavuus

- kasvaa
- pienenee
- pysyy ennallaan

8) Työllistävyys

Yrityksen työntekijät kotimaassa vuonna 2011

(laskemme henkilötyövuodet antamistanne kuukausista)

8.1 Vakituiset työntekijät

Kuinka monta vakituisesa työsuhhteessa olevaa henkilöä yritys työllistää kokoaikaisesti?

henkilöä vuodessa

8.2 Kuinka monta määräaikaaisessa työsuhhteessa olevaa henkilöä yritys työllistää koko- tai osa-aikaisesti?

- 12 kk henkilöä
- 9 kk henkilöä
- 6 kk henkilöä
- 3 kk henkilöä
- Alle 2 kk henkilöä

8.3 Freelancerit

Kuinka monta freelanceria (= verokortilla työskenteleviä) ja kuinka monta kuukautta vuodesta yritys työllistää?

- 12 kk henkilöä
- 9 kk henkilöä
- 6 kk henkilöä
- 3 kk henkilöä
- Alle 2 kk henkilöä

8.4 Alihankintayritykset

Kuinka monta henkilöä ja kuinka monta kuukautta vuodesta yritys työllistää alihankintayritysten (= toiminimien, kommandiittiyhtiöiden tai osakeyhtiöiden) kautta?

- 12 kk henkilöä
- 9 kk henkilöä
- 6 kk henkilöä
- 3 kk henkilöä
- Alle 2 kk henkilöä

Erittele käytetyt freelancerit (työnimikkeet) sekä kotimaiset ja ulkomaiset alihankkijat.

8.5 freelancerit	henkilö- määrä	työpäiviä 2011 arvio	8.6 kotimaiset alihankkijat	arviolta työpäiviä 2011	8.7 ulkomaiset alihankkijat	työpäiviä 2011 arvio
tuottajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	kuvaustekniset palvelut	<input type="text"/>	kuvaustekniset palvelut	<input type="text"/>
ohjaajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	jälkituotanto/kuva	<input type="text"/>	jälkituotanto/kuva	<input type="text"/>
käsikirjoittajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	jälkituotanto/ääni	<input type="text"/>	jälkituotanto/ääni	<input type="text"/>
toimittajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	musiikkituotanto	<input type="text"/>	musiikkituotanto	<input type="text"/>
kuvaajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	studion vuokraus	<input type="text"/>	studion vuokraus	<input type="text"/>
muu kameraryhmä	<input type="text"/>	<input type="text"/>	lavasterakennus	<input type="text"/>	lavasterakennus	<input type="text"/>
valaisijat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	agentit	<input type="text"/>	agentit	<input type="text"/>
muu valaisuryhmä	<input type="text"/>	<input type="text"/>	catering-palvelut	<input type="text"/>	catering-palvelut	<input type="text"/>
lavastajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	lakipalvelut	<input type="text"/>	lakipalvelut	<input type="text"/>
muu lavastusryhmä	<input type="text"/>	<input type="text"/>	kirjanpitoalvelut	<input type="text"/>	kirjanpitoalvelut	<input type="text"/>
pukusuunnittelijat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	vartiointi	<input type="text"/>	vartiointi	<input type="text"/>
muu puvustusryhmä	<input type="text"/>	<input type="text"/>	kuljetuspalvelut	<input type="text"/>	kuljetuspalvelut	<input type="text"/>
maskeeraajat	<input type="text"/>	<input type="text"/>	kuriiripalvelut	<input type="text"/>	kuriiripalvelut	<input type="text"/>
muusikot	<input type="text"/>	<input type="text"/>	hotelli- ja ravintolapalvelut	<input type="text"/>	hotelli- ja ravintolapalvelut	<input type="text"/>
säveltäjät	<input type="text"/>	<input type="text"/>	siivouspalvelut	<input type="text"/>	siivouspalvelut	<input type="text"/>
leikkaajat/ editoijat	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
äänisuunnittelijat	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
casting	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
näyttelijät	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
muut esiintyjät	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
graafiset suunnittelijat	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
animoijat	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
tiedottajat /PR	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
muu tuotantoryhmä	<input type="text"/>	<input type="text"/>				

8.8 Muut kotimaassa käytetyt palvelut, mitkä?

8.9 Tärkeimmät syyt, miksi palvelu on ostettu ulkomailta?

Kiitos vastauksestanne! Tietojen lähetys tästä.

Lisätietoja: minna.laukkanen@satu.fi, Minna Laukkanen, SATU ry.

Kartoitus on osa *Prefix*-tutkimushanketta. Projektista lisätietoja: <http://prefix.metropolia.fi>.

Liite 5. 20 suurinta tuotantoyhtiötä vuosina 2011 ja 2010

2011 – 20 suurinta tuotantoyhtiötä

sijoitus	yrittäjän nimi	2 011 (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 Mjölkö 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: Filmitoiminta Fine Ltd, StoryOf..., Storyof..Sports, Funny Films Ltd., Helsinki Filmi Ltd., Ten Years Production Ltd., Helsinki Kirjat

vuoden 2010 tiedot

2010 – 20 suurinta tuotantoyhtiötä

sijoitus	yrittäjän nimi	2 010 (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 Mjölkö Oy	3 115
15	Generator Post Oy	2 999
16	Oy Filmitoiminta 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

