

## LUOVAT ALAT VIENTIVETURINA

Joensuu amk 24.5.2010

Petra Theman, FAVEX ry (Finnish Film & Audiovisual Export), toiminnanjohtaja

### FAVEX ry

Finnish Film & Audiovisual Export on joulukuussa 2007 rekisteröity, n.s. alan oma vientijärjestö. Sen ensimmäinen toiminnanjohtaja aloitti elokuussa 2008. Favex edustaa kaikkia Suomessa toimivia ja Suomeen rekisteröityjä audiovisuaalisen alan tuotantoyhtiöitä. Sen tehtävänä on olla kansainvälistymisen alusta ja varmistaa puitteet, jotka mahdollistavat alan viennin kasvun.

On osittain täysin loogista, että audiovisuaalinen ala on viimeisimpiä luovia aloja, joka on saanut oman vientijärjestönsä (esim. muotoilun, musiikin ja pelipuolen vastaavat järjestöt ovat vanhempia). Audiovisuaalinen ala on usein koettu hyvin kansalliseksi niin kielen keskeisen roolin kuin aiheidensäkin puolesta. Tämä on kuitenkin sikäli jo historiaa, että uusi teknologia vaikuttaa jo toteutusmahdollisuuksiinkin sikäli, että voidaan esim. valmistaa erilaisia versioita, tai käyttää esim. green screen -tekniikkaa ja lisätä jälkikäteen erilaisia lokalisoituja taustaympäristöjä. Osaltaan myös n.s. uusi sukupolvi tekee lähtökohtaisesti teoksia ja tuotteita, joissa ei ajatella yleisöä enää kansallisesti vaan kohderyhmälähtöisesti ja globaalisti.

Favexilla on niin sanottuja yleishankkeita, jotka liittyvät esim. alan kansainvälistä rahoitusta ja myyntiä koskeviin tilastoihin, suomalaiseen verkkostrategiaan ja av-alan "virtuaali-ikkunan" luomiseen, kansainvälistymisen rahoituskanavien varmistamiseen, (vero)insentiivilobbaukseen ulkomaalaisille ja suomalaisille tuotannoille kilpailevien maiden tapaan, neuvonta, tietokannat, match making, ohjausryhmätyöskentelyyn osallistuminen (esim. Sillanrakentajat, Film Location Finland). Tapahtumahankkeita lähitulevaisuudessa on sekä Venäjällä, Ranskassa, Singaporessa, Kiinassa, Ruotsissa että Yhdysvalloissa, kattaen niin mainoselokuvan ja tuotantopalvelut kuin elokuvan ja televisiotuotantojen promootion.

### LUOVAT ALAT

Katsotaan alojen merkitystä muutamien suomalaisten, eurooppalaisten ja globaalien numeroiden kautta:

Suomi (Aulake, OKM): Kumpi on lupaavampi kasvuala? Kumpaan on mielekkäämpää tehdä julkisia investointeja? Toimiala A:han, jonka tuotteiden ja palveluiden kv-kauppa kaksinkertaistunut 1996-2005, jonka osuus Suomen talouden arvonlisäyksestä on suurempi kuin toimialan B:n ja se on luonut n. 10 000 uutta työpaikkaa vv. 2004-2008? Vai toimiala B:hen, jonka kv-markkinat pienenevät, jolla on merkittävää ylikapasiteettia, jonka arvonlisäysosuus on 0,6 prosenttiyksikköä pienempi kuin toimialan A:n ja jonka työpaikat ovat vähentyneet tuhansilla?

EU (TERA Consulting): Vuonna 2008 luova teollisuus tuotti EU-alueella 6.9 % BKT:sta (860 mrd €) ja 6.5 % EU-alueen työvoimasta (n. 14 miljoonaa työntekijää) sai palkkansa luovilta aloilta. Luovien alojen määritelmänä on tässä ollut n.s. keskitie, eli ei suppein määritelmä, jossa mukana on ainoastaan luova tuotanto vaan mukana on myös osa luovia palveluja välittävä ja myyvä toiminta.

Globaalisti (Price Waterhouse Coopers): Maailman suurimpia ja nopeimmin kasvavia markkinoita on viihdeteollisuus, sisällöntuotannon markkinat ja media-ala (kaikkien näiden keskiössä on audiovisuaalinen teollisuus. Näiden kooksi v. 2012 arvioidaan n. 2200 mrd USD (kun vuosikasvu on 6,6 %).

On siis aika koomista välillä kuunnella henkilöitä, joiden mielestä kyse on yhä pitsinvirkkauksesta.

Jotta luovat alat voisivat yhä enenevässä määrin olla suomalaisen viennin vetureita, on hyvä tiedostaa seuraavat peruskysymykset ja perusosaaminen:

Peruskysymykset/haasteet:

Kuinka varmistamme, että tekijänoikeudet ovat Suomessa ja mahdollisen menestystuotteen rahallinen voitto tuloutuu Suomeen? Kuinka piratismi saadaan kuriin ja monistettavilla, digitaalisuuteen taipuvaisilla luovilla aloilla on jatkossakin investointimahdollisuuksia uusiin innovaatioihin? Koska voimme luopua ajattelusta, jossa "Luovat alat" –termiä ei määritellä ja ajateltaisi kaikkea yhtenä könttänä? Olemmeko varmasti jo ottaneet askeleita siihen suuntaan, että emme kasvata ja kouluta kahta täysin erillistä janaa (teknologiset osaajat ja taiteelliset osaajat)? Koska valtionhallinto alkaa oikeasti ymmärtää luovien alojen tuotekehitysprosesseja ja osaa niiden riskikartoituksen? Koska yrityksemme hanskaavat palvelumyynnin samalla tavalla kuin minkä tahansa tavaran myynnin? Onko luovissa yrityksissä tarpeeksi selvillä idean lisäksi pitkän tähtäimen visio siitä mitä halutaan saavuttaa kansainvälisesti? Miten kävisimme sen haasteen kimppuun, että luovien alojen yritykset ovat kovin pieniä, eikä niillä riitä resursseja ja aikaa viennin strategiseen kasvattamiseen? Uskaltavatko kaikki luovien alojen yritykset ja tekijät laajentaa n.s. kommenttirinkiä, ja löytää/ottaa mukaan oikeat kumppanit ja kontaktit? Ja koska luovat alat pääsisivät numerokauhustaan ja tilastoallergiastaan? Ja muistavathan kaikki, että kansainvälinen myynti alkaa, alasta riippumatta, kauan ennen valmista tuotetta.

Perusosaaminen ja vahvuustekijät:

Meillä on jo valmiiksi kansainvälinen sukupolvi, joka ajattelee valmiiksi kansainvälisesti myös tuotekehityksessä ja tuotannossa. Osaamme monikanavaisuuden hyvin. Ansaintamallit erilaisten luovien teosten ja tuotteiden ympärillä on ihan maailmanlaajuisestikin katsottuna kilpailukykyistä tasoa. Osaamme hyvin kohderyhmä-ajattelun. Taiteellinen ja tekninen osaaminen on maailman huippua. Meillä on omalaatuisuuden ja erottuvaisuuden leima jo valmiiksi.

Esimerkkinä audiovisuaalisen viennin tila tällä hetkellä:

Eräässä kyselyssä ainoastaan 2 yritystä 45:stä ei suunnitellut kv-toimintaa vuodelle 2010. Vuonna 2009 tehtiin TV-ohjelmamyynnin historiaa (Madventures, Staraoke) ja animaatiolevittämisen (Niko, Lentäjän poika) historiaa. Vuosi 2010 on ollut erinomainen erityisesti dokumenttielokuvan puolella sekä formaattioptioiden myynnin suhteen (Matkaoppaat, Elämä pelissä, Elixir), lisäksi kuvattu ensimmäistä kertaa pitkään aikaan iso Hollywoodin studio-elokuva Suomessa. Vuoden 2011 osalta odotusarvo on korkealla erityisesti genre-elokuvien suhteen.

Lopuksi viihdytän listauksellani tekosyyt Top 5:stä (miksi Suomesta ei voisi myydä audiovisuaalisia tuotteita):

- 1) Kieli
- 2) Kummallinen huumori
- 3) Liian omat aiheet
- 4) Kaurismäki
- 5) Käsikirjoitus

Kyse ei oles edes siitä, että nyt on hyvä momentum luovaan vientiin, vaan siitä, että meillä luovien alojen toimijoilla ja Suomen valtiovallalla ei ole nykymaailmassa vaihtoehtoa.