

***TAITEILIJAN OPAS FESTIVAALIJAKELUUN***

**AV-ARKKI**  
SUOMALAISEN  
MEDIATAITEEN KESKUS

# TAITEILIJAN OPAS FESTIVAALIJAKELUUN

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Festivaalijakelun perusteet</b>                      | <b>3</b>  |
| <b>Kun teoksesi valmistuu</b>                           | <b>4</b>  |
| <b>Näin teet hyvät promootiomateriaalit</b>             | <b>6</b>  |
| <b>Still-kuvat</b>                                      | <b>6</b>  |
| <b>Juliste</b>  | <b>6</b>  |
| <b>Synopsis ja logline</b>                              | <b>7</b>  |
| <b>Muut teostiedot</b>                                  | <b>8</b>  |
| <b>Biografia</b>  | <b>9</b>  |
| <b>Filmografia</b>                                      | <b>9</b>  |
| <b>Press Kit tai Productions Notes</b>                  | <b>10</b> |
| <b>Käännökset ja tekstitykset</b>                       | <b>11</b> |
| <b>Jos teoksesi valitaan festivaalille</b>              | <b>12</b> |
| <b>Miten toimia festivaaleilla</b>                      | <b>14</b> |
| <b>Mitä muita levitysmahdollisuuksia teoksellesi on</b> | <b>16</b> |
| <b>Yhteistyö kansainvälisten myyntiyhtiöiden kanssa</b> | <b>18</b> |

**AV-ARKKI**  
SUOMALAISEN  
MEDIATAITEEN KESKUS

**WWW.AV-ARKKI.FI**

## **FESTIVAALIJAKELUN PERUSTEET**

**Levitysstrategia** on suunnitelma, joka sisältää valmistuvan teoksen varmistuneet esityspaikat (esimerkiksi gallerianäyttely) sekä tiedon siitä mihin aiot teosta tarjota (esimerkiksi festivaalit ja muut tapahtumat, joihin on avoin haku). Jos teet teoksestasi erilliset installaatio- ja screening-versiot, kannattaa niille tehdä rinnakkaiset ja toisiaan tukevat levitysstrategiat.

Teoksen levitysstrategian suunnittelu kannattaa aloittaa jo tuotantovaiheessa.

Aloita vastaamalla näihin kysymyksiin:

- Mitä toivot levitykseltä?
- Missä haluaisit teostasi esitettävän?
- Millaisille yleisöille / kenelle teos on suunnattu?
- Haluatko esitellä projektiasi pitchaustapahtumissa (esim. Finnish Film Affair, Tampereen elokuvajuhlat / Who Would Buy This, Nordisk Panorama)?
- Pohdi myös teoksen vastikkeellista esittämistä. Voiko teostasi tarjota esimerkiksi Ylelle tai vaikka paikallismedioille esitettäväksi?

Levittäjiä ja festivaaleja voi lähestyä jo leikkausversion (*rough cut*) kanssa. Muista, että jos tarjoat tapahtumalle leikkausvaiheen versiota, et voi tarjota viimeisteltyä teosta enää toista kertaa. Yhden teoksen voi ilmoittaa tiettyyn tapahtumaan vain kerran. Teoksen elinkaari festivaalijakelussa on tyypillisesti kaksi vuotta alkaen ensimmäisestä julkisesta esityksestä. Vain harvat tapahtumat haluavat sitä vanhempia teoksia ohjelmistoonsa, poikkeuksena esimerkiksi temaattiset näytökset ja retrospektiivit.

Promootiomateriaalien valmistaminen alkaa jo tuotannon aikana. Teoksen ilmoittamiseen festivaaleille tarvittavat yleensä seuraavia materiaaleja:

- esikatselulinkin (esimerkiksi Vimeo)
- still-kuvia teoksestasi
- synopsiksen
- oman kuvasi
- bio- ja filmografiasi
- elokuvan tekniset tiedot (tuotantomaa, kesto, kuvasuhde, ääni, esitysformaatti)
- työryhmän tiedot
- vapaamuotoinen tiivistelmä teoksesi lähtökohdista tai näkökulmasta (*ohjaajan sana / artist's statement / director's statement*)

## **KUN TEOKSESI VALMISTUU**

Nyt on viimeistään aika toteuttaa levitysstrategia käytännössä! Lähesty levittäjää (esimerkiksi AV-arkki) ja/tai tarjoa teosta festivaaleille itse.

Vaikka olisit tehnyt teoksen installaatioksi gallerianäyttelyyn, huolehdi myös screening-version mahdollisista muokkauksista ja levityksestä, jos teos soveltuu myös festivaaleille. Samasta teoksesta voi siis toteuttaa kaksi eri versiota, joiden julkaisuvuosi voi olla eri, etenkin, jos screening-versioon on tehty muokkauksia. Pidä mielessä, että monet festivaalit ovat kiinnostuneet esittämään myös installaatioita, VR- ja AR-taidetta sekä live ja expanded cinema -teoksia.

Teoksen **julkaisuvuosi** määritellään ensimmäisen julkisen esityksen mukaan – ei siis sen mukaan, milloin teos on taiteilijan työpöydällä valmis. Jos gallerianäyttely on loppuvuodesta, screening-version julkaisuvuosi kannattaa merkitä vasta seuraavalle vuodelle. Jos saat teoksen valmiiksi esimerkiksi syys-lokakuussa 2025, mutta se ei ole missään julkisesti esillä ennen seuraavaa vuotta, sen julkaisuvuodeksi kannattaa merkitä 2026.

Tarkista, että kaikki **promootiomateriaalit** ovat valmiina (ks. kohta *Promootiomateriaalit*). Promootiomateriaalien tarkoitus on saada ensin kuraattori tai festivaalin ohjelmistovalitsija kiinnostumaan teoksesta – ja lopulta myös yleisö, kun teos on valittu tapahtuman ohjelmistoon. Elokuvaan tarvitaan myös käännökset ja tekstitykset (lähinnä englanti), jos teoksessa on dialogia.

Noudata omaa **festivaalistrategiaasi**:

- Onko tähtäimessä ensi-ilta joillakin tietyillä suurilla festivaaleilla?
- Haluatko ilmoittaa teoksen heti laajemmalla skaalalla myös pienempiin tapahtumiin?
- Löytyisikö teoksesi aiheeseen sopiva, tähän teemaan tai lajityyppiin erikoistunut festivaali?
- Onko aiempia teoksiasi esitetty joillain festivaaleilla? Tutut valitsijat voivat olla kiinnostuneita myös seuraavasta teoksestasi.

Jos tähtäät festivaalille, joka vaatii kansainvälistä ensi-iltaa, älä esitä teosta sillä välin kotimaan (tai päätuotantomaan) ulkopuolella. Toisaalta unelmien ensi-iltaa ei kuitenkaan kannata odottaa liian kauan. Teokselle on eduksi, että se tulee nähdyksi relevantissa kontekstissa. Joskus teos pääsee paremmin esiin pienemmällä festivaalilla kuin jättimäisessä tapahtumassa.

Vinkkejä luotettaviin ja tarkoituksenmukaisiin festivaaleihin voi saada esimerkiksi AV-arkin deadlinekalenterista. Elokuvia voi ilmoittaa festivaaleille verkkoalustoilla, joista tällä hetkellä merkittävimpiä ovat **FilmFreeway**, **shortfilmdepot** ja **Festhome**. Joskus ilmoittautuminen tapahtuu festivaalin oman sivuston kautta.

Festivaaleille voi olla ilmoittautumismaksu, mihin kannattaa varautua jo tuotantovaiheessa. Tosin kannattaa harkita tarkkaan, mikä tapahtuma on maksun arvoinen. Usein festivaaleilla on myös halvempia *early bird* -deadlineja – maksujen suuruus nousee portaittain ilmoittautumisajan edetessä.

Huomioi myös, että erityisesti FilmFreewayssa vaanii myös huijareita. Tee taustatutkimusta, jos tapahtuma ei ole entuudestaan tunnettu:

- Onko juuri tämä tapahtuma eduksi minun teokselleni ja taiteilijan uralleni?
- Mitä muita teoksia tapahtumassa on esitetty?
- Vaikuttaako tapahtuman toteutus ammattimaiselta?

Valefestivaalit saattavat houkutella potentiaalista maksajaa todelliselta painoarvoltaan olemattomilla palkinnoilla ja kerätä ilmoittautumismaksuja tyhjästä. Tällaisilla festivaaleilla joka kuukausi yli kymmenessä kategoriassa jaettava palkinto ei lisää teoksen uskottavuutta, päinvastoin.

Perehdy hakuohjeisiin (*regulations*), jotta osaat valita teoksellesi sopivan esityspaikan. Useilla festivaaleilla on erilaisia rajoituksia esimerkiksi teoksen keston, valmistumisajan, kohdan ja genren eli lajityypin suhteen.

# NÄIN TEET HYVÄT PROMOOTIOMATERIAALIT

## STILL-KUVAT

Still-kuvilla on suuri merkitys. Niitä tarvitaan teoksen esityselinkaaren kaikissa vaiheissa. Siksi niitä tulee olla vähintään kolme kappaletta.

Kuvista on syytä olla sekä painolaatuiset versiot isolla resoluutiolla (vähintään 300 dpi) että pienemmät versiot verkkoon. Jos et ole varautunut ottamaan tai kuvauttamaan promootiokuvia jo teoksen kuvaustilanteessa, voit paremman puutteessa käyttää kuvakaappausta.

Kuvat edustavat teostasi: ne tarjoavat informaatiota teoksen tyylistä ja maailmasta katsojalle, joka ei ole vielä nähnyt sitä. Niiden olisi myös tarkoitus saada katsoja kiinnostumaan teoksesta. Myös kuvat kuvauksista (*behind the scenes / making of*) voivat olla kiinnostavia ja tuoda lisäarvoa teoksesi markkinointiin. Niillä voi myös markkinoida teosta jo tuotantovaiheessa. Pidä kuitenkin huoli, etteivät still-kuvat ja kuvat kuvauksista tai teoksen installoinnista sekoitu keskenään.

## JULISTE

Juliste auttaa teostasi erottautumaan elokuvien paljoudesta paikan päällä festivaaleilla, mutta sitä voi käyttää myös esimerkiksi sosiaalisen median markkinoinnissa. Usein juliste lähetetään painolaatuisena tiedostona festivaalille tai sitä voi painattaa myös paikan päällä. Hyvä juliste kiinnittää huomion ja välittää jotain teoksen tyylistä ja tunnelmasta. Tärkeää kuitenkin on, että teoksen nimi erottuu kauas.

## **SYNOPSIS JA LOGLINE**

Logline on ihanteellisesti yhden, korkeintaan kahden virkkeen tiivistys ja ”sisäänheittäjä” teoksellesi. Sen on tarkoitus toimia täkynä, joka kiteyttää teoksesta jotain olennaista ja herättää katsojan mielenkiinnon.

Synopsiksesta tulisi käydä ilmi teoksen olennaisimmat asiat (teema, tyyli) selkeästi kerrottuna, jotta myös maallikko saa teoksestasi käsityksen. Synopsiksesta kannattaa olla kaksi versiota, lyhyempi (noin 300–500 merkkiä) ja pidempi.

Jos teoksesi on tarinallinen, kiteytä elokuvan lähtöasetelma, päähenkilöt ja perusjännite. Jos teos taas on kokeellisempi, synopsiksessa voi tematiikan lisäksi avata esimerkiksi teoksen tyyliä tai menetelmää (esimerkiksi ”kuvattu käsinkehitetylle 16mm filmille” tai ”ilman kameraa tehty elokuva”). Voit mainita myös esimerkiksi filosofisia, historiallisia tai muita taustoja ja viittauskohteita mahdollisimman napakasti ja yleistajuisesti.

Synopsis kannattaa luetuttaa kokeeksi vaikkapa kollegalla, ystävällä tai perheenjäsenellä. Tarkista tai tarkistuta vielä synopsiksen kieliasu sekä suomeksi että englanniksi.

## MUUT TEOSTIEDOT

Varmista, että teoksesi tiedot ovat joka paikassa oikein – virheet monistuvat, kun teosta levitetään eri ympäristöihin.

- Onko teoksen nimi kirjoitettu oikein? Tarkista tämä myös elokuvasi alkuteksteistä huolellisesti ennen kuin teetät DCP-kopion
- Ennen ensiesitystä voit vielä määritellä teoksen julkaisuvuoden, erityisesti jos se siirtyy seuraavan vuoden puolelle. Olisi hyvä saada julkaisuvuosi oikein myös lopputeksteihin.
- Tuotantomaa on se maa, josta teoksen rahoitus tulee. Tuotantomaa ei välttämättä ole sama kuin kuvausmaa (*location country*). Jos esimerkiksi olet kuvannut teosta suomalaislähtöisellä rahoituksella tai hallinnoltaan suomalaisessa residenssissä vaikkapa Pariisissa, on elokuvan tuotantomaa Suomi, ei Ranska. Jos olet saanut elokuvaasi mukaan myös ranskalaista rahoitusta, Ranska on teoksen yhteistuotantomaa. Jos enin osa rahoituksesta on suomalaisista lähteistä, Suomi mainitaan ensimmäisenä.
- Onko kesto oikein? On ikävä yllätys, jos elokuva onkin useita minuutteja pidempi, kuin alun perin on ilmoitettu.
- Onko työryhmän jäsenten nimet kirjoitettu oikein ja ovatko kaikki tarpeelliset tekijät mukana?



## **BIOGRAFIA**

Biografia on lyhyt selvitys taiteilijan ammatillisesta taustasta. Mieti, mille yleisölle biografia on suunnattu? Mitä heidän on syytä tietää?

Biografia on usein napakka teksti, mutta hieman pidempi kuin lyhyt synopsis. Hyvä pituus on 500–600 merkkiä.

Asioita, joita biografiassa voi tai kannattaa mainita:

- asuinpaikka (ehkä myös syntymäpaikka, jos sillä on merkitystä)
- syntymävuosi
- tärkein koulutus
- tietoja taiteellisesta työskentelystä: mitä välineitä ja tekotapoja (esimerkiksi valokuvataiteilija, joka tekee myös dokumentaarisia elokuvia tai dokumentaristi, joka työskentelee myös valokuvan parissa)
- kiteytys teosten tyylistä, sisällöistä tai teemoista tai sinua taiteilijana kiinnostavista kysymyksistä
- tärkeimmät näyttelyt, festivaalivalinnat ja palkinnot

Pidä lista tiiviinä, vältä rönsyilyä!

## **FILMOGRAFIA**

Filmografia on luettelo tähän mennessä julkaistuista elokuvistasi. Siihen voi sisällyttää myös installaatioteoksia. Elokuvat listataan kronologisessa järjestyksessä, yleensä tuorein teos kärkeen ja vanhin viimeiseksi. Merkitse teoksen nimi, julkaisuvuosi ja kesto, harinnan mukaan myös lajityyppi, formaatti ja tärkeimmät palkinnot, jos niitä on.

## PRESS KIT TAI PRODUCTIONS NOTES

*Press kitiä* kysytään usein festivaalivalinnan yhteydessä. Nämä ovat koottuja promootiomateriaaleja ja teostietoja, jotka voidaan jakaa festivaalille saapuville median edustajille, nykyään yleisimmin pdf-muodossa mutta joskus myös printteinä.

Tarvitset vähintään:

- teoksen perustiedot (tuotantomaat tai -maat, julkaisuvuosi, kesto, lajityyppi, kuvasuhde, ääni)
- kuva tai kuvia teoksesta
- synopsis
- ohjaajan kuva
- biografia ja (valikoitu) filmografia
- tietoa tuotantoyhtiöstä (jos teoksella sellainen on)
- yhteystiedot jatkokyselyitä varten (vähintään levittäjän tiedot - voit myös laittaa AV-arkin yhteystiedot *programme@av-arkki.fi*, jos teos on AV-arkin arkistossa)

Press Kit saa olla myös runsaampi ja persoonallinen. Voit lisätä mukaan:

- lisäkuvia ja visuaalisia elementtejä
- *behind the scenes*- tai *making of* -kuvia tuotannosta
- ohjaajan sana (*director's statement*)
- lisätietoa tuottajasta ja tuotantoyhtiöstä
- ohjaajan lyhyt haastattelu
- jonkun muun työryhmän jäsenen lyhyt haastattelu (näyttelijä, säveltäjä, käsikirjoittaja...)
- muuta relevanttia ja kiinnostavaa taustatietoa teoksesta ja sen tuotannosta

## **KÄÄNNÖKSET JA TEKSTITYKSET**

Teoksen tulee olla ymmärrettävissä englanniksi. Englanninkieliset tekstitykset tarvitaan esimerkiksi suomen- tai muun kielisiin teoksiin. Joskus ne voivat olla tarpeen myös teoksessa, jossa puhutaan englantia.

AV-arkki pyytää nykyään joka tapauksessa .srt-tekstityksen, sillä tekstityksen lisääminen videoihin lisää saavutettavuutta. Tekstitysten tekoon on olemassa useita ilmaisohjelmia. Kiinnitä huomiota tekstitysten luettavuuteen ja oikeakielisyyteen. Älä jätä fonttia liian pieneksi. Aikakoodattu dialogilista on tarpeen, jos festivaalit kääntävät tekstityksen paikalliselle kielelle.

## ***JOS TEOKSESI VALITAAN FESTIVAALILLE***

Kun saat tiedon festivaalivalinnasta, vastaa siihen myöntävästi, ellei sinulla ole painavaa syytä toimia toisin. Joskus voi olla tarpeen selvittää ennen vahvistusta, onko teos valittu jollekin ensi-iltaa vaativalle festivaalille. Siinä tapauksessa teoksen esitys tulee perua aikaisemmasta tapahtumasta. Tämä on kuitenkin suhteellisen harvinaista. Jos teoksesi tulee valituksi tapahtuman ohjelmistoon, voit olettaa järjestäjien olevan kiinnostuneita siitä ja sitoutuvan sen esittämiseen.

Toimita pyydetyt materiaalit annetussa aikataulussa. Tämä sisältää vähintään esityskopion, mutta mahdollisesti vielä uudestaan tai täydennettynä teokseen liittyviä tietoja, promootiomateriaaleja, kuten juliste, still-kuvia, synopsis, traileri, press kit.

DCP-kopion teettämiseen on mahdollista hakea rahoitusta. Huomioi kuitenkin apurahan haku- ja myöntöaikataulu, erityisesti jos joudut muokkaamaan teosta vielä tässä vaiheessa (esimerkiksi äänten viimeistely). Joissain tapauksissa festivaali teettää DCP-kopion.

Saatuasi kutsun festivaaleille tai jos teoksesi on valittu kilpailuun, on sinulla edellytykset hakea tukea ulkomaisten tapahtumien matkakuluihin. Rahoittajat saattavat edellyttää, että festivaali tarjoaa majoituksen. Jos olet saanut apuraha AVEKista teoksesi valmistumista varten, voit hakea tukea matkakuluihin AVEKista. Suomen elokuvasäätiö on ainakin aiemmin tukenut sellaisten teosten kansainvälistymistä, jotka eivät ole AVEKin tukemia. Tarkista ajankohtainen tilanne elokuvasäätiön kansainväliseltä osastolta.

Tiedota teoksesi valinnasta festivaalille, mutta vasta kyseisen festivaalin virallisen ohjelmiston julkaisun jälkeen. Festivaalivalinnasta kannattaa informoida AV-arkkia sekä tapauskohtaisesti myös Suomen elokuvasäätiötä ja AVEKia (jos teos on AVEKin tukema) sekä Frame Contemporary Art Finlandia. Jos festivaalin maassa toimii Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutti tai suurlähetystö, myös he voivat olla esityksestä kiinnostuneita ja viestiä siitä omissa kanavissaan.

Muista kiittää rahoittajia. Mainitse AV-arkki, jos teos on ilmoitettu ja valittu festivaalille AV-arkin kautta – voit myös ohjata valinnasta seuraavat esikatselupyynnöt ja muut tiedustelut AV-arkkiin.

Selvitä, milloin ja missä teoksesi esitys tai esitykset ovat ja mainosta niitä kontakteillesi, varsinkin heille, joilla on (maantieteellinen) mahdollisuus osallistua festivaalille. Jos olet menossa paikan päälle, voit painattaa maltillisen määrän postikorttikokoisia lentolehtisiä, joissa on teoksen juliste- tai still-kuva, logline tai lyhyt synopsis, näytösten ajankohdat ja esityspaikat sekä teoksen levityskontakti tai omat yhteystietosi.

Toimi yhteistyössä festivaalin PR- ja viestintäosaston kanssa. He saattavat olla ainoa kontaktisi kansainväliseen mediaan, sillä lyhytelokuvilla harvoin on omia tiedottajiaan (*publicist*). Suurimmat festivaalit, esimerkiksi Sundance, saattavat kysyä, onko elokuvalla erillinen tiedottaja. Näissä tapauksissa neuvoa ja suosituksia voi myös kysyä Suomen elokuväsäätiön kansainväliseltä osastolta. Toimita joka tapauksessa festivaalin PR- ja viestintäosastolle teoksesi esikatselulinkki ja press kit sekä yhteystiedot mahdollisten haastattelujen sopimiseksi.

Realistisesti ajateltuna kaupalliset pitkät elokuvat saavuttavat eniten kansainvälistä julkisuutta, mutta ehkä juuri sinun lyhytelokuvastasi tulee yllättävä festivaali-ilmiö!

Jos olet itse yhteydessä median edustajiin, yritä löytää teoksestasi jokin mielenkiintoinen ajankohtainen näkökulma, joka voisi ylittää uutiskynnyksen. Joskus uutiskynnyksen ylittämiseen riittää valinta merkittävälle festivaalille ja varsinkin palkinto, mutta media on yleensä kiinnostuneempi ilmiöistä kuin meriiteistä.

## **MITEN TOIMIA FESTIVAALEILLA**

Jos menet paikan päälle, olet oman teoksesi tärkein ja kenties ainoa lähettiläs. Osallistu näytöksen jälkeisiin Q&A-tilaisuuksiin ja ole paikalla esittelemässä elokuvaa, jos sitä sinulta toivotaan. Festivaali on parhaimmillaan tärkeä ja antoisa tilaisuus tavata festivaalivalitsijoita, kuraattoreita, rahoittajia, levittäjiä, myyjiä, ostajia sekä muita taiteilijoita ja tuottajia.

Ennen kuin lähdet festivaalille, mieti mitä haluaisit verkostoitumisella saavuttaa:

- ammatillisia kontakteja?
- jatkoesityksiä teoksellesi?
- rahoitusta tai muuta yhteistyötä seuraavaan tuotantoosi?

Muista, että voit valmistautua erilaisiin kohtaamisiin kunkin yleisön tai omien vaihtuvien tavoitteiden mukaan.

Osallistu verkostoitumistilaisuuksiin (usein nimellä *happy hour*, *cocktails* tai *industry drinks*, joskus myös *networking lunch/brunch*) ja keskustele myös uusien tuttavuuksien kanssa. Pyydä paikalla mahdollisesti olevia tuttuja elokuva-alan edustajia tai toisia tekijöitä esittelemään sinua muille.

Jos festivaalilla on ammattilaisohjelmistoa (*industry programme*), myös siihen osallistuminen voi olla hyödyllistä ja antoisaa. Ohjelmisto voi sisältää erilaisia luentoja, paneelikeskusteluja, tuotannossa olevien teosten pitchaus- ja esittelytapahtumia, tai mentoritapaamisia ohjelmistoon valituille elokuvantekijöille.

Jos festivaali lähettää tai ilmoittaa listan tapahtumaan osallistuvista ammattilaisista, se kannattaa käydä läpi mahdollisimman hyvissä ajoin ennen festivaalia: poimi teoksellesi kiinnostavimmat kontaktit ja yritä sopia heidän kanssaan tapaaminen tai mainosta heille teoksesi näytöstä. Voit myös lähettää esikatselulinkin.

Toteuta tapaamispyynnöt harkiten. On sekä sinun että toisen ammattilaisen ajanhukkaa, jos yrität pitchata lyhyttä animaatiota täyspitkiin dokumentaarisiiin elokuvaan erikoistuneelle myyntiyhtiölle. AV-arkin taiteilijoille kiinnostavia kontakteja ovat esimerkiksi festivaalien ohjelmavalitsijat ja muut kuraattorit; museoiden, elokuva-arkistojen ja muiden kulttuuri- ja taidetilojen edustajat; osa kansainvälisistä myyntiagenteista (tarkista ensin, sopisiko sinun teoksesi heidän valikoimaansa); osa tv-kanavista ja suoratoistopalveluista; median edustajat. Jos sinulla on jo tekeillä seuraava teos, jonka tuotantoon saattaisit tarvita uusia yhteistyökumppaneita (vaikkapa taiteelliseen työryhmään), voit löytää sopivan kontaktin festivaaleilta.

Valmistaudu etukäteen sovittuihin tapaamisiin huolellisesti: näin varmistat, että haluamasi informaatio saavuttaa juuri oikean tahon ja että olette "samalla sivulla".

Mieti myös, mitä haluat saavuttaa tällä tapaamisella: oletko esittelemässä nykyistä teostasi vai markkinoimassa tulevia tuotantoja? Palaa levitysstrategiasi lähtökohtiin: mihin ympäristöihin ja millaisille yleisöille toivot teoksesi päätyvän?

Muista jakaa sosiaalisessa mediassa myös tunnelmakuvia tapahtumasta ja tapaamisista. Onko teoksestasi kirjoitettu mediassa tai postattu jotain sosiaalisessa mediassa? Löytyykö teoksesi Letterboxdista ja onko sinne tullut kiinnostavia katsojakommentteja?

Ole vielä uudestaan yhteydessä tapaamiisi henkilöihin ja tahoihin viimeistään festivaalin jälkeen. Kiitä tapaamisesta ja kertaa sopimanne asiat. Jos olet luvannut lähettää heille jotain materiaalia (linkki teokseesi, linkki muihin teoksiisi, kuvia, lisätietoja), tee se.

Voit myös ylläpitää yhteyttä uusiin kontakteihisi tiedottamalla heitä esimerkiksi teoksesi seuraavista vaiheista (merkittävistä festivaaleista, levityksiä varten) ja seuraavista tuotannoistasi.

## **MITÄ MUITA LEVITYSMAHDOLLISUUKSIA TEOKSELLESI ON**

Festivaalit ovat myös festivaaliensi-illan jälkeen merkittävä osa elokuvien levitystä, varsinkin valtaviirran ulkopuolisille elokuville – ja etenkin lyhytelokuville. Aktiivisen festivaalikierron jälkeen teosta voidaan edelleen esittää vaikkapa temaattisissa näytöksissä.

Muita esitysympäristöjä ja -mahdollisuuksia ovat esimerkiksi:

- näyttelyt museoissa, gallerioissa ja muissa taidetiloissa
- erikoisnäytökset erilaisissa kulttuurikeskuksissa tai itsenäisissä art house -teattereissa
- esitykset yhteiskunnallisissa yhteyksissä (esimerkiksi erilaiset seminaarit, kansalaisjärjestöjen tapahtumat ynnä muut)
- esitykset tv-kanavilla
- suoratoistopalvelut
- lisensoinnit esimerkiksi lentoyhtiöille (harvinaisempia mutta teoriassa ei mahdottomia taiteilijan toteuttamalle liikkuvalla kuvalla)

Osa näistä ympäristöistä voi olla vaikea tavoittaa omin voimin, joten niissä voisi olla avuksi esimerkiksi kansainvälinen myyntiyhtiö (ks. seuraava kohta).

Teoksen jatkolevitysmahdollisuuksia voi edistää myös se, että teos on AV-arkin arkistossa, vaikka sitä ei olisikaan valittu AV-arkin festivaalijakelun katalogille. Arkistosta teos voi tulla esitetyksi, vaikka se olisi jo pari vuotta vanha. Lisäksi AV-arkki voi ehdottaa teostasi tapahtumiin tai näyttelyihin asiakkaan toiveiden perusteella.

Eri tahojen edustajat seuraavat myös merkittävien festivaalien ohjelmistoja ja voivat kiinnostua teoksestasi sitä kautta. Tällöin on tärkeää, että he myös helposti ja nopeasti löytävät tiedon siitä, mistä teoksen esitysoikeuksia voi tiedustella.



Suoratoistopalvelut (VoD-alustat) ovat houkutteleva mutta ekonomiselta kannalta vielä epävarma esitysympäristö: teos voi parhaassa tapauksessa saada uusia yleisöjä, mutta se voi myös hukkua laajaan tarjontaan. Tulonmuodostus voi olla vain joitain euroja ker-tyneistä katseluista tai sitten satojen tai tuhansien eurojen lisensointi ammattimaiselle, suurelle alustalle. Jälkimmäinen on toistaiseksi valitettavasti harvinaisempi vaihtoehto.

Teosta ei kannata julkaista kokonaisuudessaan esimerkiksi omilla verkkosivuilla niin kauan, kun sillä on uutuusarvoa ja se kiertää aktiivisesti festivaaleja. Kuitenkin aktiivisen festi-vaalikierron jälkeen tämäkin on yksi vaihtoehto, jos haluaa, että teos on kenen tahansa katsottavissa.

Erikoisnäytöksiä voi järjestää myös itse, helpoiten kotimaassa. Suomessa toimii useita itsenäisiä art house -teattereita ja joitakin paikallisia elokuvakeskuksia, joiden kanssa voi neuvotella näytöksistä. He voivat ehdottaa esimerkiksi lipputulojen jakamista tai pyytää vuokraa tilasta. Jos teoksesi on lyhytelokuva, käytä luovaa harkintaa siinä, voisiko sitä esittää esimerkiksi yhdessä joidenkin toisten teosten kanssa tai voisiko näytöksessä olla keskustelua tai muita tapahtumallisia elementtejä.

Myös YLE on levittäjä. Yleensä YLE lähtee mukaan (jos lähtee) jo rahoitusvaiheessa ennakko-ostona, mutta joskus YLE hankkii myös jo valmistuneiden elokuvien esitysoi-keuksia. YLEä lähestytään heidän oman, jatkuvasti avoinna olevan teoshakunsa kautta: [yle.fi/aihe/s/tuotantoyhtiaille/tarjoo-elokuva](http://yle.fi/aihe/s/tuotantoyhtiaille/tarjoo-elokuva)

## **YHTEISTYÖ KANSAINVÄLISTEN MYYNTIYHTIÖIDEN KANSSA**

AV-arkki lisensoi elokuvien ja installaatioteosten esitysoikeuksia eri pituisiksi ajoiksi erilaisiin ympäristöihin, laskuttaa niistä esityskorvauksia ja tilittää näistä esityskorvauksista sovitun osuuden teoksen tuottajalle. Tässä mielessä sen toiminta muistuttaa myyntiyhtiöiden toimintaa. AV-arkki on kuitenkin voittoa tavoittelematon yhdistys ja taidejärjestö, mikä erottaa sen elokuvakentällä toimivista kaupallisista myyntiyhtiöistä ja festivaalilevitystä tarjoavista yrityksistä. Joskus tällaiset kaupalliset toimijat ovat kiinnostuneita myös AV-arkin jäsentäiteilijöiden teoksista, varsinkin jos ne ovat saaneet ensi-iltansa merkittäväällä festivaalilla tai voittaneet palkintoja.

Kurzfilmagentur Hamburg, Interfilm, Square Eyes, New Europe Film Sales ja Kino Rebelde ovat joitain esimerkkejä tällaisista myyntiyhtiöistä. Ne ovat joko erikoistuneet lyhytelokuvaan tai edustavat lyhytelokuvia täyspitkän elokuvan ohessa. Osa on suuntautunut valtavirtakerrontaan, osa taas on kiinnostunut taiteellisesti kokeilevammasta ja haastavammasta ilmaisusta. Osa hoitaa sekä festivaalilevitystä että myyntiä (eli esitysoikeuksien lisensointia festivaalien ulkopuolella), osa on erikoistunut jompaan kumpaan. AV-arkki ja AV-arkin jäsentäiteilijat ovat tehneet festivaalilevityksessä yhteistyötä Raina Film Festival Distributionin kanssa.

Yhteistyö myyntiyhtiöiden tai festivaalilevitystä tarjoavien yritysten kanssa ei ole itsensänselvyyttä: varsinkin myyntiyhtiöillä voi olla hyvinkin tiukka seula sen suhteen, minkälaisia teoksia heidän kannattaa ottaa katalogiinsa, jonka nimikemäärä voi olla esimerkiksi viisitoista lyhytelokuvaa vuodessa.

Jos yhtiö lähestyy taiteilijaa, kannattaa tutkia heidän verkkosivunsa: minkälaisia elokuvia he edustavat? Minkälaisiin tapahtumiin heidän edustamansa elokuvat ovat päässeet? Mitä referenssejä yhtiöllä on esittää? Jos yhtiö vaikuttaa kiinnostavalta, luotettavalta ja ammattimaiselta, voit lähettää heille teoksesi esikatselulinkin ja pyytää lisätietoja tai sopimusluonnosta. Voit myös kysyä neuvoa AV-arkista.

Osa myyntiyhtiöistä tekee eksklusiivisia sopimuksia, osa ei. Jos sopimus on eksklusiivinen, kukaan muu toimija ei saa sen voimassa ollessa levittää teosta. Eksklusiivisuus voi olla rajattu maantieteellisesti tai koskemaan jotain tiettyä kielialuetta tai esitysympäristöä: myyntiyhtiö voi esimerkiksi vaatia eksklusiivista festivaalilevitystä, mutta AV-arkki tai taiteilijan galleristi voivat edelleen sopia installaatioversion näyttelyistä. Jos solmit eksklusiivisen sopimuksen teoksesta, joka on myös AV-arkin arkistossa, sinun täytyy tiedottaa AV-arkkia asiasta ja mahdollisesti saattaa AV-arkki neuvotteluyhteyteen yhtiön kanssa. Sopimuksessa on syytä käydä läpi myös taloudellinen puoli. Jos yritys tarjoaa festivaalilevitystä, maksaako se jotain ja mitä sillä hinnalla saa? Miten myyntiyhtiö jakaa tulot, kuten esityskorvaukset ja palkintosummat?

Jos päädyt yhteistyöhön myyntiyhtiön kanssa, sinulta todennäköisesti pyydetään lisää promootiomateriaalia, esimerkiksi mahdollisimman monta edustavaa kuvaa. Myyntiyhtiö voi myös haluta vielä hioa teokseen liittyviä tekstejä, varsinkin synopsista ja loglinea, sekä neuvotella siitä, millä kulmalla teosta myydään.

Myyntiyhtiön tehtävä on myydä teosta ja festivaalilevittäjän levittää teosta festivaaleille. On olennaista käydä näiden yritysten kanssa läpi heti alussa, mikä sinulle on tärkeää. Yhtiöt voivat ehdottaa teosta ympäristöihin, joita et itse tullut ajatelleeksi. Tämä voi olla sekä hyvä että huono asia riippuen siitä, kuinka paljon haluat itse kontrolloida teoksen esityskonteksteja.

Jos haluat itse ehdottaa teosta myyntiyhtiölle tai festivaalilevitystä tarjoavalle yritykselle, paras vaihe esitellä työtäsi on juuri kun teos on valmistumaisillaan ja siitä on olemassa vähintään leikkausversio. Lyhytelokuvien kohdalla myyntiyhtiöt tai levittäjät eivät yleensä tule mukaan tuotantojen alkuvaiheessa, mutta ne todennäköisesti haluavat osallistua katalogiinsa ottaman teoksen festivaalistrategian laatimiseen ja toteuttamiseen jo ennen varmistunutta ensiesitystä tai viimeistään välittömästi sen jälkeen.

Jos lähestyt myyntiyhtiöitä tai levittäjiä sähköpostitse, olennaista on lähettää esikatselulinkki sekä tietoa teoksesta. Jos teoksesi on ensi-illassa festivaalilla, jolla on myös myyjien edustajia, voit myös kutsua heitä katsomaan teoksesi paikan päällä.

## LISÄLUKEMISTA

### **Taiteilijan kansainvälistymisestä**

Frame: Taiteilijan opas kansainvälistymiseen

*[frame-finland.fi/ammattilaisille/palvelut-taiteilijoille/taiteilijan-opas-kansainvalistymiseen/](http://frame-finland.fi/ammattilaisille/palvelut-taiteilijoille/taiteilijan-opas-kansainvalistymiseen/)*

### **Opastusta teoksen levittämiseen elokuvakentällä**

*[www.objectifs.com.sg/recap-short-film-distribution/](http://www.objectifs.com.sg/recap-short-film-distribution/)*

*[www.studiobinder.com/blog/film-distribution-guide/](http://www.studiobinder.com/blog/film-distribution-guide/)*

*[indiefilmhustle.com/film-distribution-guide/](http://indiefilmhustle.com/film-distribution-guide/)*

*[sethero.com/blog/film-distribution-explained-the-ultimate-guide-to-selling-your-film/](http://sethero.com/blog/film-distribution-explained-the-ultimate-guide-to-selling-your-film/)*

### **Valefestivaaleista**

*[www.ses.fi/ajankohtaista/kansainvalisia-nakymia-festivaaleja-ja-festivaaleja/](http://www.ses.fi/ajankohtaista/kansainvalisia-nakymia-festivaaleja-ja-festivaaleja/)*

*[www.submittingtofilmfestivals.com/scam-film-festivals/](http://www.submittingtofilmfestivals.com/scam-film-festivals/)*