

## MUSIC EXPORT FINLANDIN KAUTTA JAETTAVAKSI MYÖNNETYT MINISTERIÖIDEN KIERTUETUET 2010 – TAVOITTEET JA MITTARIT

**Myönnettyistä kiertuetuista vaaditaan raportit, joiden kautta rahoittaville ministeriöille välitetään tietoa tuen käytöstä ja tuloksellisuudesta.**

**HUOM!** Kunkin julkaisukiertuetukea saavan artistin edustajan tulee valmistautua raportoimaan tulokset näiden ohjeiden perusteella ja keräämään kiertueesta pyydytyt tiedot sekä materiaalit.

### I. TAVOITTEET

#### I.1. Kiertuetuen yleiset tavoitteet

- Suomalaisen musiikin kilpailukyvyyn ja liiketoimintamahdollisuuksien kehittäminen vientimarkkinoilla
- Uusien suomalaisten artistien läpimurtojen aikaansaaminen
- Syntyneiden sopimusten muuntuminen konkreettiseksi liiketoiminnaksi kyseisellä markkinalla
- Suomalaisten artistien toiminnan jatkuvuuden varmistaminen ja jalansijan vahvistaminen kansainvälisillä markkinoilla
- Suomalaisen musiikin positiivisen imagon ylläpitäminen ja kehittäminen

#### II.2. Kunkin yksittäisen kiertueen tavoitteet

- Artistin tuottamien rahavirtojen kasvu kohdemarkkinoilla

Muut tälle alisteiset tavoitteet:

- Artistin brändin tunnettuuden ja arvon kasvu kohdemarkkinoilla
- Artistin edustajan B2B-verkoston, asiakaspinnan sekä sidosryhmäverkoston kasvu kohdemarkkinoilla
- Artistin edustajan vientiliiketoimintaan sekä brändinrakennukseen liittyvän osaamisen kasvu erityisesti kohdemarkkinoiden näkökulmasta
- Artistin edustajan yhteistyökumppanuusverkoston kasvu ja tehostaminen kohdemarkkinoilla

## II. MITTARIT

### Kiertueiden tuloksia seurataan seuraavilla mittareilla:

- Suomalaisten artistien toteutuneet kiertueet eri puolilla maailmaa ja niiden myötä tapahtuva artistikohtainen:
  - levymyynnin kasvu
  - liikevaihdon kasvu kyseisellä markkinalla
  - live-esiintymisten sekä mediaesiintymisten määrän kasvu kyseisellä markkinalla
  - yleisön määrän sekä yleisöpohjan kasvaminen

### Mitä tietoja artistin edustajan tulee kerätä kustakin kiertueesta:

1. Faktat
  - kiertuepäivämäärät, paikat
  - yleisömäärät kullakin keikalla
2. Artistin brändin tunnettuuden kasvaminen markkinoilla
  - saatu mediahuomio: missä medioissa, millaisia juttuja (näistä kopiot, skannatut tiedostot tai internet-sivujen linkit)
  - muut markkinointitoimenpiteet ja niiden tuloksellisuus/vaikutus: miten laajaa, missä medioissa, millä tavalla ja saatujen kontaktien määrä (arvio)
3. Fanikannan kasvu
  - kaikki sosiaalisessa mediassa saavutettu huomio ja erityisesti sen mahdolliseen kasvuun liittyvä tieto: esim. fanisivustojen jäsenten määrä, MySpace-profiilin katselukerrat, YouTube/Youku/Tudou -videokatselukerrat, Last.fm –kuuntelukerrat jne.
4. Sopimukset ja yhteistyökumppanit
  - syntyneet uudet sopimukset tai muu mahd vaikutus artistin uraan kyseisellä markkinalla tai muilla markkinoilla
  - kiertueen yhteistyökumppanuuksien määrä, laatu ja mahdollinen kasvu (mm. sponsorointi ja muut brändiyhteistyöt)
  - kohdemarkkinan yhteistyökumppaneiden sijoitusten kasvu (kiertuetuki, pr-toiminnan tuki, henkilötyövuosien käyttö artistin promoamiseen jne.)
5. Taloudellinen merkitys
  - hyvä kokonaiskuva artistin taloudellisesta toiminnasta ja arvosta kyseisellä markkina-alueella (arvio, jos ei lukuja saatavilla) – rahavirtoja syntyy mm. seuraavilla tavoilla:
    - live-/konserttitoiminta
    - levyt/digitaalinen jakelu
    - kustannustoiminta ja synkronointi
    - merchandise
    - brändiyhteistyöt
6. Dokumentaatio
  - riittävä määrä visuaalista dokumentaatiota, jota Music Export Finland voi hyödyntää raportoinnissa ja markkinointiviestinnässään
    - vähintään kaksi korkearesoluutioista, painokelpoista live-valokuvaa, joiden käyttöoikeuden (em. tarkoitusta varten) Music Export Finland saa
    - videokuvaa ja ääntä mahdollisuuksien mukaan