

# FINLAND / OULU / HUUTAJAT

## brands and branding tools

Petri Sirviö  
BranDay 2011  
16.09. Turku



# *Taiteilijan”Brändi”*

1. Integriteetti tärkein piirre
2. joustavuus yleensä vähäinen
3. ei voida erottaa perustyöstä (eikä persoonasta)
4. klassikolla erittäin hyvin kestävä

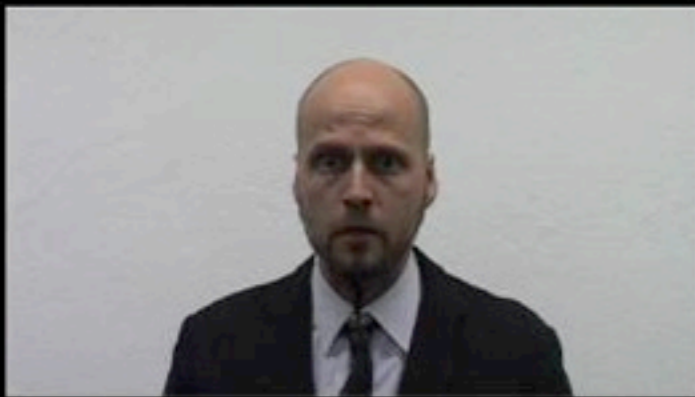
# *paikan”Brändi”*

1. Tunnettuus, erottuvuus tärkeimmät tavoitteet
2. erilaisia kohderyhmiä: asukkaat, yritykset, vieraat
3. usein rakennetaan viestejä yleisiin tavoitteisiin (esim. kaupunkistrategia) nojautuen

# *Sydney Biennale 2010*

517 000 spectators

Huutajat one of 5 highlights in the first global press releases



## *Sorry Speech*

*(3 channel looped video installation)*

after Sydney to Vaasa and New York

highlight in a major Scandinavian show according NYTimes

Kulttuurikauden avajaisviikon 1.-5. huhtikuuta tapahtumista erityisesti Exit-festivaalilla esiintyneet Huutajat saivat medianäkyvyyttä niin ranskalaislehdissä kuin myös Europe1 ja France Inter -radiokanavilla. Kuoro oli muun muassa France Inter -radiokanavan suosittuun aamu-ohjelman "Fou du roi" vieraana. Konserttia mainostettiin myös 1. huhtikuuta pariisilaisessa Metro-lehdessä, jonka mukaan yksi viidestä syystä "kiinnostua joulupukin ja revontulien syntymään modernista kulttuurista" on Huutajien suusta tulviva mylvivä "meteli".

Myös konserttia kuulemaan saapunut Libérationin toimittaja piti kuulemastaan. Hän luonnehti lopputulosta "yllättävän musikaaliseksi, joka on lähempänä kokeellista soinnillista runoutta kuin perinteistä kuorolaulua". Toimittaja totesi Huutajien olevan suorine riveineen ja pukuineen ensi näkemältä kuin mikä tahansa mieskuoro. "Heidän aukinaisista suistaan ei kuitenkaan tule kuin huutoa", ihastunut toimittaja kirjoitti.

100%  
Finlande

1<sup>er</sup> avril - 30 juin 2008  
Festival finlandais en France  
500 artistes, 200 événements culturels à découvrir  
[www.100pour100finlande.fr](http://www.100pour100finlande.fr)

Logos: Renault, KONE, NOKIA, RETROFINO, ESCORT, FINLANDIA, METAL, LEGO

mainos Pariisin paikallisliikenteen busseissa touko-kesäkuu 2008

# Mahdollisuuksia

tunnettuus, yhteyksien vaihto, brändipiirteiden vahvistaminen

# Kipupisteitä

reilu kauppa, brändin väärinkäyttö tai ryöstöviljely, artistin joustamattomuus

## Win/win - tilanteet?