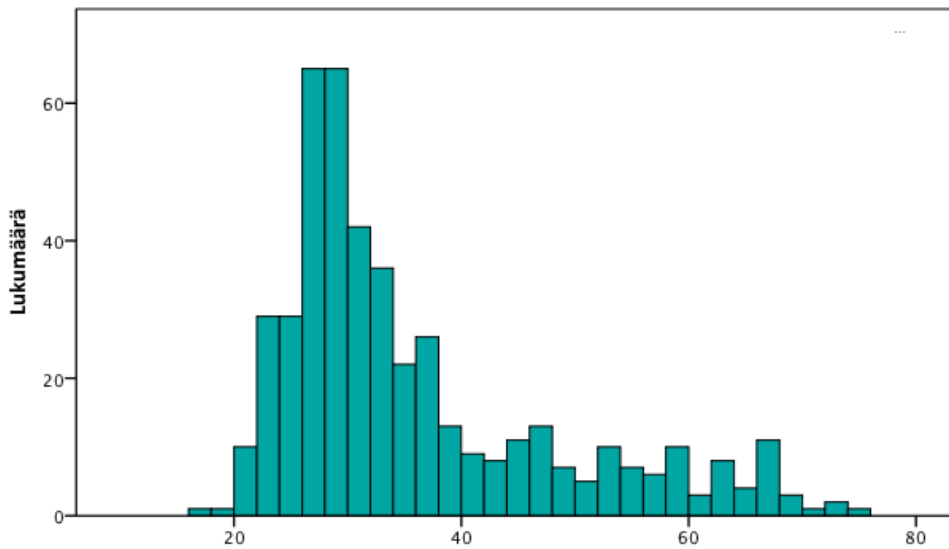


DocPoint – Helsingin dokumenttielokuvafestivaalin kävijäprofiili

Tyypillinen DocPoint – Helsingin dokumenttielokuvafestivaalin kävijä on Helsingissä pohjoisen kantakaupungin tai keskustan alueella asuva 26-vuotias nainen.

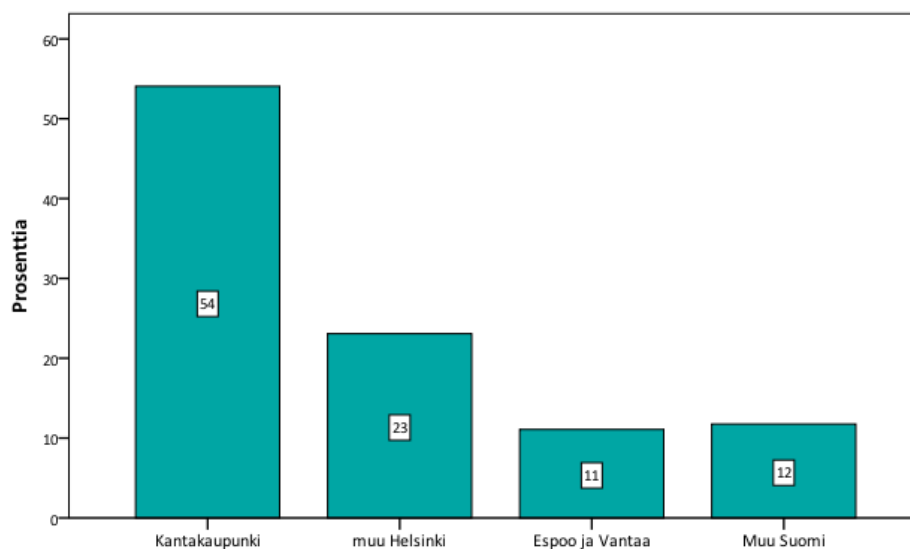
Festivaalikävijöistä 62% on naisia ja 38% miehiä.

Kävijöiden keski-ikä on 35-vuotta ja suurin osa yleisöstä on nuoria aikuisia. Alaikäiset sekä yli 60-vuotiaat ovat heikommin edustettuna yleisössä (ks. tarkemmin kaavio 1).



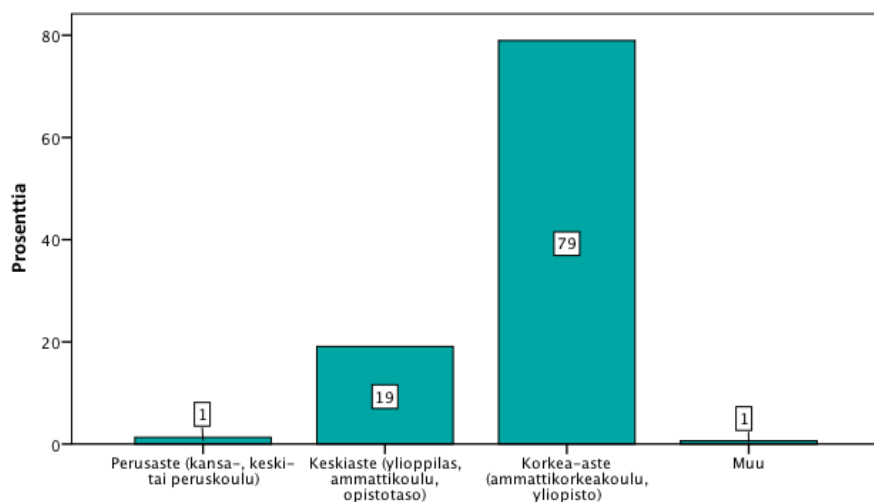
Kaavio 1. Kävijöiden ikä (N=458)

Festivaaliyleisö on hyvin pääkaupunkikeskeistä (ks. kaavio 2): hieman yli puolet kävijöistä asuu Helsingin kantakaupungin, etenkin keskustan ja pohjoisen kantakaupungin alueella. Vain vajaa neljännes kävijöistä tulee tapahtumaan Helsingin ulkopuolelta.



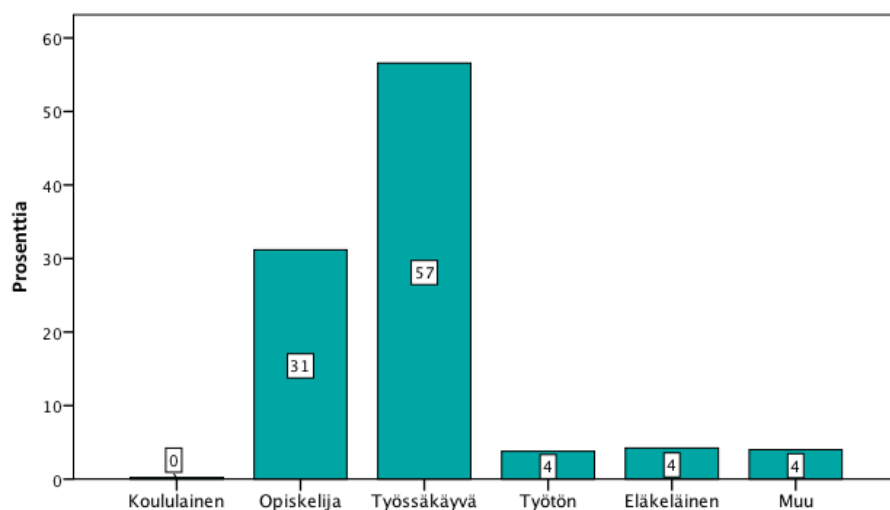
Kaavio 2. Kävijöiden asuinalue (N=442)

DocPointin yleisö on hyvin korkeasti koulutettua: 79% kävijöistä suorittaa parhaillaan tai on jo suorittanut korkeasteen tutkinnon (ks. kaavio 3).



Kaavio 3. Kävijöiden koulutus (N=461)

Yli puolet (57%) kävijöistä ovat työssäkäyviä. Opiskelijoita on yleisöstä lähes kolmannes (ks. kaavio 4).



Kaavio 4. Kävijöiden sosioekonominen asema (N=449)

Kävijät ovat uravalintojensa puolesta hyvin kulttuuriorientoituneita: yli puolella (53%) yleisöstä työ tai opinnot liittyvät ainakin osittain kulttuuri, media-, av-, tai elokuva- alaan. Työllistävistä aloista **taide- ja kulttuuriala, koulutusala, viestintäala sekä liiketoiminta-ala** ovat kaikista parhaiten edustettuina yleisössä.

DocPointin kävijät ovat aktiivisia elokuvafestivaalikävijöitä. Reilusti yli puolet (60%) on viimeisen vuoden aikana käynyt jollain muulla elokuvafestivaalilla. He käyvät myös elokuvissa huomattavasti aktiivisemmin kuin suomalaiset keskimäärin. Lisäksi he katsovat dokumenttielokuvia muuallakin kuin DocPointissa: 81% kävijöistä katsoo dokumentteja TV:stä, ja peräti 55% katsoo niitä myös internetistä (mm. YouTube, YLE Arena, VOD-palvelut).

Enemmistö yleisöstä (55%) on käynyt DocPoint-festivaalilla 2-4 vuonna. Suurin osa kävijöistä vierailee festivaalilla useampaan otteeseen: 51% kävijöistä osallistuu 2-4 elokuvanäytökseen, ja 24% 5-9 näytökseen. Selkeästi tärkein syy tulla festivaalille on mahdollisuus nähdä elokuvia, joita ei normaalisti näe elokuvateattereissa (jonkin verran tai hyvin paljon merkitystä 95% kävijöistä).

DocPointin omista markkinointikanavista internet-sivut ja festivaalilehti tavoittavat yleisön parhaiten (82% ja 67% yleisöstä).

Yrityskuvan osalta DocPoint-festivaalia pidetään **mielenkiintoisena, nykyaikaisena ja asiantuntevana**.