

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

1. 『2012년 영국 방송 시장 정리 및 2013년 전망』

◎ 작성취지

- 본 보고서는 2012년의 영국 방송 시장을 정리하면서 한 해 가장 시청자들에게 사랑 받은 프로그램을 살펴볼 뿐만 아니라 기술적, 제도적으로 변화된 방송 시장의 이슈들을 짚어봄.
- 또한 2012년 영국 방송 시장의 다양한 성과 및 전환점을 토대로 2013년에 영국의 방송시장이 어떠한 방향으로 변화할지 전망을 탐색하여 한국 방송 시장에 시사점을 제공하고자 함.

※ 작성자 : 안소라 (골드스미스 대학 글로벌 미디어 석사)

◎ 작성순서

1. 「2012년 영국 방송 시장 개괄」
 - 1) 2012년 영국 방송 시장 개요
 - 2) 2012년 영국 방송 프로그램 트렌드
 - 3) 2012년 영국 방송 시장 기술적 분야
 - 4) 2012년 영국 방송 시장 제도적 분야
2. 「2013년 영국 방송 시장 전망」

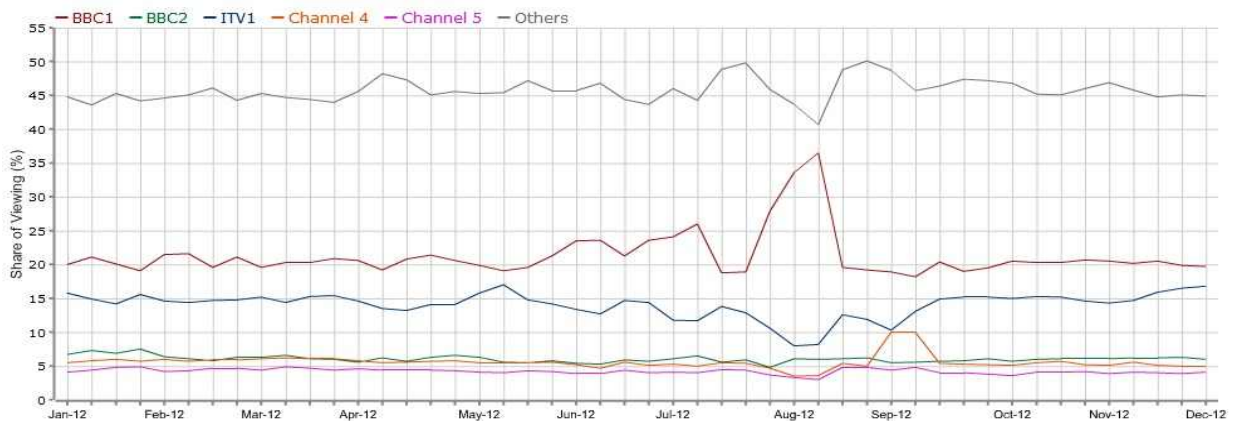
◎ 참고자료

- 영국 시청률 조사 기관 <http://www.barb.co.uk/>
- 영국에서 2012년에 가장 많이 시청된 프로그램 <http://www.digitalspy.co.uk>
- Broadcast <http://www.broadcastnow.co.uk>

1. 『2012년 영국 방송 시장 개괄』

■ 2012년 영국의 방송 시장 개요

- 지난 10년간 디지털 기술의 발전과 보급화로 인해 TV 프로그램 및 방송 시장은 다각적인 방향으로 빠르게 변화하는 양상을 보임. 특히 급속히 늘어난 인터넷 속도와 전송량은 전통적인 미디어의 구조를 확연히 바꾸어 놓았음. 음악과 신문 시장에 그 영향이 먼저 도달한 것을 뒤따라 TV 방송 시장에서의 영향 또한 막대함.
- TV 방송 영역에서의 변화로는 크게 **전통 아날로그 방송 채널의 디지털 세팅으로의 변화, 인터넷 상 주문형 TV, 유료 TV 성장**의 세 가지를 들 수 있음. 특히 디지털 TV로의 전환이 방송 시장에 가장 큰 영향을 끼친 요인 중의 하나로 다양한 채널들의 빠른 성장과 방송 시장의 수입원의 변화를 가지고 있음.
- 2012년 방송 시장의 수입은 130억 파운드의 규모이며 657개의 회사에 26,367 명의 산업 종사자들이 있는 것으로 나타나며 지난 5년간 매년 1.1 % 정도의 성장률을 보임. 영국의 방송 시장은 BBC, ITV, Channel 4 과 Channel 5 를 포함한 주요 방송사들이 시청률을 50% 이상 점유하고 있는 행태를 띄고 있고 BSkyB 와 같은 큰 방송사들이 전체 방송 시장의 수입의 74.6% 정도를 차지하고 있음. 하지만 새로운 시청 기술 및 다양한 방송 플랫폼이 발달함에 따라 새로운 방송사들이 방송 시장에 진입하는 기회가 늘어나고 있으며 시장이 좀 더 다각적으로 변화하고 있음.



[표1. 2012 방송사별 시청률 점유율]

- 2012년 1월부터 12월까지 각 주별로 채널 별 시청 점유율을 나타내는 위의 표에서 보듯이, BBC1이 평균 20% 의 점유율을 보이고 있으며, ITV가 15%, BBC2 와 Channel 4,5 가 4-7% 사이의 점유율을 보이며 그 뒤를 따르고 있음. 나머지는 그 외의 채널들이 45% 정도를 차지함.
- 특히 주목할 만 한 점은 BBC1의 시청 점유율이 6월에 열린 엘리자베스 여왕의 60주

년 즉위를 기념하는 다이아몬드 주빌리 행사와 8월의 런던 올림픽으로 인하여 큰 상승세를 보임. BBC1은 2012년 1월부터 2012년 11월 30일까지의 기간 동안 평균적으로 2천 3십만 시청자 (21.36%) 를 확보하며 작년 평균 시청자 수인 1천 98만 시청자 (20.66%) 와 대비하여 올해 2.5% 가 상승한 것으로 나타남.

- 시청률 상승은 주로 프라임 타임인 저녁 6시 30분에서 10시 사이에 이루어진 것으로 나타나며 평균 시청자 수는 2011년의 5천 46만 명 (22.69%) 에서 올해 5천 64만 명 (23.52%) 으로 증가함.
- 그 외의 다른 채널들은 BBC1 이 시청률이 상승한 영향에 대비해 평균 시청률에서 작년 대비 하락세를 보임.

■ 2012년 영국 방송 프로그램 트렌드

- 2012년은 런던 올림픽 개, 폐막식을 비롯한 각 종목 경기들, 유럽 축구 경기인 유로 2012, 엘리자베스 여왕의 60년 즉위 기념 다이아몬드 주빌리 행사와 관련된 중계방송들로 인해 같은 기간 내에 방영된 그 외 TV 프로그램들이 기대만큼 많은 시청률을 확보하지 못한 한 해 이었음.
- 일반인들이 참여하여 노래 및 춤 실력을 겨루는 사이먼 코웰 (Simon Cowell) 의 '엑스 팩터 (The X Factor)' 와 '브리튼스 갓 탈렌트 (Britain's got talent)' 는 올해도 여전히 가장 인기 있었던 프로그램으로 평가됨. 하지만 올해 재방영되기 시작된 '스타와 함께 춤을 (Strictly come Dancing)' 과 새로운 프로그램인 '더 보이즈 (The Voice UK)' 가 경쟁구도에 참여하여 아이돌 경연 프로그램들 사이에 다양성을 더함.
- 2012년 가장 주목할 만한 프로그램 중의 하나인 '더 보이즈 (The Voice UK)' 는 존 데 몰 (John de Mol) 의 회사인 탈파 (Talpa) 가 기획하고 쉘드 미디어 (Shed Media) 의 인디 제작사인 월 투 월 (Wall to Wall) 이 제작한 노래 콘테스트 프로그램으로 올해 3월 24일 BBC1 에서 처음 방영되기 시작하여 6월 방영을 마칠 때까지 평균 시청률 38.5% (9백 20만 명)를 기록함.
- 4명의 심사의원들이 참가자들의 무대에서 노래를 부르는 모습을 보지 않고 목소리와 가창 실력만을 가지고 평가하는 포맷을 가지고 있는 이 프로그램은 한 때 시청률 45.4% 에 도달하여 ITV1의 라이벌인 '브리튼스 갓 탈렌트 (Britain's got talent)' 의 시청률을 뛰어넘기도 함. 또한 이 프로그램은 종전에 크게 인기를 끈 프로그램들인 ITV 의 '엑스 팩터 (The X Factor)', 유명인사들의 정글 생존기를 다룬 리얼리티 프로그램인 '아임 어 셀레브리티...겟 미 아웃 오브 히어 (I'm a Celebrity...Get Me Out Of Here)' 는 물론 '스타와 함께 춤을 (Strictly come Dancing)' 의 시청률을 뛰어넘음.
- 하지만 지난 10년간 데뷔작으로 영국에서 가장 큰 시청률을 기록한 프로그램은 여전히 43.4% (9백 80 만 명) 를 기록한 ITV1의 댄싱 온 아이스 (Dancing on Ice) 로

남아있음.

- 드라마 시리즈로는 셜록 홈즈 (Sherlock)와 닥터 후 (Doctor Who) 가 여전히 높은 퀄리티와 식지 않는 인기를 증명한 가운데 큰 예산 기반을 가지고 제작된 시대 멜로 역사 드라마인 '다운튼 애비 (Downton Abbey)' 가 영국뿐만 아니라 전 세계 200 여개 국가에 수출되어 큰 성공을 거둠. 줄리안 펠로우스 (Julian Fellowes)에 의해 기획되고, 제작되어 현재 세 번째 시리즈 까지 방영된 이 드라마는 1920 년 초기의 Crawley 의 가족과 그들의 하인들의 이야기를 다룬 역사 드라마로 영국의 역사, 의상, 문화를 잘 반영하며 평균 37.93% 의 시청률을 기록함. ITV1은 내년 2013년에 네 번째 시리즈를 방영할 예정임.
- Neal 스트리트 프로덕션 (Neal Street Productions) 이 제작하고 BBC1에서 방영된 또 다른 역사 드라마인 '콜 더 미드 와이프 (Call the Midwife)' 는 영국에서의 성공에 힘입어 미국 방송사인 PBS와 다음의 유럽 방송사들에 수출됨; 스웨덴의 SVT, 노르웨이의 NRK, 아이스랜드의 RUV, 핀란드의 YLE, 스페인의 AXN. 그 이전에는 호주 의 ABC 와 뉴질랜드의 TVNZ 에 수출되어 평균 35%의 시청률을 기록함.

[그림 1. 더 보이스 (좌), 다운튼 애비 (우)]



■ 2012년 영국 방송 기술적 분야

- 2012년은 방송 콘텐츠의 디지털 시청률이 어느 때보다 크게 증가한 한 해로 모바일이나 태블릿 상에서의 BBC 아이 플레이어 (iPlayer) 요청률은 2011년 10월 이래로 9% 에서 23% 로 가파르게 증가함. 특히 런던 올림픽 기간 동안 올림픽 중계를 TV로 시청한 시청자보다 웹사이트를 통해서 시청한 시청자들이 더 많았던 것으로 나타남. 1억 9백만 명의 시청자 들이 올림픽 웹사이트를 이용하고 1천 5백 만 명의 시청자들이 올림픽 관련 앱을 다운로드 받은 것으로 집계됨.
- 올해 10월에는 BBC iPlayer 상에서 방송 콘텐츠들의 재생 횟수가 2억 번을 돌파하는 기록을 세움. 아이 플레이어는 650 개가 넘는 다양한 기기와 플랫폼에서 이용이 가능하며 전체 2억 1천 3백만의 콘텐츠 요청 횟수 중 모바일 또는 태블릿 상에서의 재생률이 23%에 다다름. 4G 기술이 좀 더 널리 보급되면서 스마트 폰 등을 이용한 방송 콘텐츠의 시청이 점점 늘어나는 추세임.
- 실제 방송 콘텐츠뿐 만 아니라 인터넷 상 또는 모바일 상의 콘텐츠가 좀 더 중요하게 받아들여지고 있음. 예를 들어 엔더몰 (Endemol) 이 제작하고 채널 4 (Channel 4) 에서 방영되고 있는 밀리언 파운드 드롭 (The Million Pound Drop) 은 시청자들이 프로그램이 방영되는 동안 퀴즈 쇼에 직접 참여할 수 있는 앱을 개발하여 TV를 보는 동안 1개 이상의 기기를 동시에 이용하는 두 번째 스크린 (Second Screen) 의 컨셉을 성공적으로 보여줌.
- 지난 7월, BBC, ITV, Channel 4, Channel 5, Arqiva, BT, TalkTalk 을 기반으로 하여 브로드밴드 주문형 TV 서비스인 유뷰 (YouView) 가 런칭함. 유뷰 를 통해 시청자들은 20,000 개수가 넘는 프로그램들 중에 선택하고 원하는 시간에 자유자재로 시청이 가능함. 유뷰가 처음 런칭 할 당시 몇 주 만에 29,000 개 이상의 유뷰 셋톱 박스를 판매하고 하루에 1000 개 이상이 설치 된 것으로 집계됨.
- 소셜 미디어의 파워가 방송 영역에서도 두각을 나타냄. 특히 더 보이스 (The Voive UK) 는 소셜 미디어를 효과적으로 활용한 프로그램의 하나로 여겨지며 다른 방송사들에게도 시사점을 제공함. 더 보이스는 트위터 (Twitter) 와 페이스북 (Facebook) 통해 매 주 에피소드에 대한 업데이트는 물론 40명 경연 참가자들의 개인 계정을 개설하여 시청자들과 직접적인 관심을 끌고 소통할 수 있는 콘텐츠를 지속적으로 제공함. 프로그램이 끝난 후에도 트위터의 @BBCTheVoiceUK 계정에는 213,000 명에 다다른 팔로워들이 남아있는 것으로 파악됨.

■ 2012년 영국 방송 제도적 분야

- 2012년 4월 방송 영역에 세금우대 혜택이 주어지기로 결정됨에 따라 내년 4월부터 하루 또는 이 이상의 예산이 백만 파운드 이상인 드라마 제작사는 새로운 법의 적용을 받아 프로덕션 지출의 25 퍼센트에 해당하는 세금을 돌려받을 수 있게 됨. 이를 통해 영국 창조, 제작 산업의 전 영역에 활기가 불어넣어질 것으로 예상됨.

- 이러한 인센티브는 영국에서 TV 드라마를 제작하는 HBO, Starz, Showtime 과 같은 미국 제작사들과 타 유럽 지역에서 제작되는 프로그램보다는 영국 현지에서 제작되는 Merlin, Strike Back, Parade's End 등과 같은 프로그램 제작사들이 큰 혜택을 가져갈 것으로 보임.
- 그동안 투자 문제로 캐나다 또는 아일랜드에서 제작되던 애니메이션들도 영국 현지로 제작지를 이전 할 것으로 예상됨.
- 1992년 이래 스카이 (Sky) 가 장악하고 있던 프리미어 축구 중계 시장에 비티 (BT) 가 2012년 6월 3년 간 738 백만 파운드에 달하는 방영권을 따내고 진입함. BT는 이탈리아, 프랑스, 브라질, 미국에서 열리는 축구 리그들뿐 만 아니라 영국에서 열리는 프리미어 리그를 두 개의 스포츠 중계 전문 채널을 통해 방영할 예정임. 이에 따라 BT 서비스 이용자들은 2013년에서 2016년까지 38개 이상의 프리미어 리그 축구 경기 들을 라이브로 시청할 수 있게 됨.
- 영국의 인디 제작사들은 유튜브 (YouTube) 에 적극적인 투자를 하며 콘텐츠 사업 확장에 나섬. 2012년 10월, 구글이 운영하며 60개의 유럽 중소 채널들을 방영하는 비디오 공유 채널이 등장함. 영국의 인디 제작사들은 이 채널들의 1/3을 소유하며 관리하여 방송사에서 프로그램을 공급하고 수익을 얻는 것뿐 만 아니라 자신들의 콘텐츠로 직접 수익을 창출할 수 있게 됨.
- Sky 는 온라인 상 유료 TV 시장의 확대를 위한 일환으로 2012년 1월 온라인 상TV 소셜 서비스를 지향하는 지박스 (Zeebox) 지분의 10% 를 사들임. 지박스를 통하여 시청자들은 TV 프로그램 시청 중에 콘텐츠 정보를 확인하거나 방송의 내용을 가지고 SNS 또는 쇼핑 링크로 연결할 수 있음. Sky 는 지박스의 소셜 미디어 서비스를 Sky+ 와 Sky Go 앱에 적용하여 동시간대에 TV 와 앱에서 광고와 이커머스를 시행할 수 있게 됨.
- 2012년 7월, Sky 는 글로벌 미디어 사업자인 뉴스 코퍼레이션 (News Corp) 과 함께 28.8 백만 파운드를 TV 용 동영상 스트리밍 서비스를 제공하는 로쿠 (Roku) 에 투자함. Sky 는 TV 스트리밍 시장에서의 경쟁에서 우위를 차지하고자 하는 일환 아래 로쿠 셋톱박스를 통해 주문형 영화를 포함한 Now TV 스트리밍 비디오 서비스를 제공함. News Corp 는 이미 로쿠에 Fox News 와 X Factor 와 같은 앱을 가지고 있으며 Sky 또한 미국 시장에 프로그램을 공급하는데 로쿠를 이용할 것으로 보임.

2. 『2013년 영국 방송 시장 전망 』

- 일반 가정에서 HD의 화질보다 4배가 높은 프로그램을 시청할 수 있다는 기대감이 현실로 다가옴에 따라 TV 제조업자들은 4K 콘텐츠를 가정 TV 에 전송할 수 있는 기술 개발에 노력을 기울이고 있음.
- 최근 디지털 TV 전환이 완료되고 스마트 TV 가 대중적으로 보급되고 있는 추세에 따라 주문형 비디오가 캐치업 서비스와 함께 2013년에는 더욱 성황을 누릴 것으로 예상되며 이에 따른 주요 방송사들의 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. 주요 서비스인

BBC 의 아이 플레이어 (iPlayer) 와 아이티비 플레이어 (ITV Player) 는 4oD 와 함께 현재 스카이 (Sky) 와 버진 미디어 (Virgin Media)에서 이용 가능함.

- 스카이는 Now TV VoD 서비스를 런칭하고 영화를 TV에서 스트리밍 할 수 있는 서비스를 제공하는 넷플릭스 (Netflix) 와 러브필름 (LoveFilm) 과 경쟁구도에 들어갈 것으로 보임.
- BBC 는 최근 채널이 방송 중이 아닐 때 레드 버튼을 눌러 즉각 BBC3, BBC4, CBBC, CBeebies 프로그램에 접속할 수 있는 서비스를 런칭함. 이 서비스는 버진 미디어 (Virgin Media) 의 티보 (Tivo) 플랫폼을 통해 120만 가정에 공급되었으며 2013년에 인터넷이 연결된 TV와 같은 다른 플랫폼을 통해 서비스가 점차 확대되어 나갈 예정임. 장기적으로 이 서비스는 기술적 제약으로 인하여 스케일이 작아지고 있는 현재 제공 되고 있는 레드 버튼 서비스를 대체할 것으로 보임.
- 따라서 이러한 BBC의 다음 세대 서비스는 시청자가 프로그램을 시청하는 중에 관련된 다른 짧은 메이킹 영상은 물론, 방송 중이 아닐 때에도 아이 플레이어 (iPlayer) 상에서 캐치업 (Catch-up) 콘텐츠, 다양한 비디오 클립 등을 시청할 수 있게 됨. 예를 들어 BBC3 채널은 저녁 7시 전에 방송 프로그램이 방영되지 않지만 시청자가 레드 버튼을 누를 경우 아이 플레이어를 통해서 그 이전에 방영되었던 채널의 프로그램들을 선택하여 볼 수 있음. 또한 동시에 BBC 뉴스 채널에서 다양한 뉴스 헤드라인과 비디오 클립들을 제공함.
- BBC 의 레드 버튼은 2천만 시청자가 매달 사용하고 있는 서비스로 이 기능을 방송사가 제공하고 있는 다양한 멀티 플랫폼 콘텐츠와 접목시켜 큰 시너지 효과를 기대할 것으로 보임.
- 유뷰 (YouView) 는 무료 디지털 위성 플랫폼인 프리뷰 (Freeview) 와 프리셋 (FreeSat) 시청자들을 브로드 밴드와 연결된 TV 로 전환하려는 노력을 통해 셋톱 박스 판매에 더욱 박차를 가할 것으로 보임. 이와 더불어 태블릿, 컴퓨터, 노트북, 모바일과 같은 기기에서 TV를 시청하는 것보다 TV 셋톱 박스를 통해 인터넷에 연결해 주문형 비디오를 시청하는 행태가 늘어날 것으로 예상됨.
- 주문형 비디오 (VoD) 의 빠른 보급에 따라 TV 광고 수입에도 막대한 영향을 끼칠 것으로 보임. ZenithOptimedia 는 2013년에 영국 TV 전체 광고 수입이 1 퍼센트 정도 하락할 것으로 예상함. 디지털 비디오 시청이 늘어남에 따라 미국에서도 2012년 가을에 광고 시장에 큰 슬럼프가 찾아온 전력이 있으며 이를 극복하기 위해 전통적인 시간대 별 광고 효과 기대 측정에 변화를 도모할 필요가 있음.

주간 심층이슈

2. 『2012년 유럽 음악 시장 주요 이슈 및 2013년』

◎ 작성취지

- 2012년 유럽 음악 산업의 주요 이슈를 피지컬/디지털 음악 시장과 라이브 음악 시장에서 분석하고자 함.
- 2013년 유럽 음악 산업 전망을 통해 유럽 음악 산업 시장의 방향과 전략을 제시하고자 함.

◎ 작성순서

1. 「2012년 유럽 음악 산업 주요 이슈」
 - 1) 피지컬 및 디지털 음악 시장
 - 2) 라이브 시장
2. 「2013년 유럽 음악 산업 전망」
 - 1) 디지털 음악 시장 변화로 인한 “Window” 발매 전략
 - 2) 소셜 네트워크 서비스 강화
 - 3) 브랜드와 음악 상품과의 전략
 - 4) 대형 라이브 공연 지속

1. 『 2012년 유럽 음악 산업 주요 이슈 』

■ 피지컬 및 디지털 음악 시장

▶ 런던 올림픽의 영향

- 2012년 런던 올림픽과 관련하여 음반 판매가 증가함. 특히 개막식과 폐막식에 등장한 음악들이 큰 폭의 판매 증가를 보임.
- BPI (The British Recorded Music Industry) 수치에 따르면, 약 250,000장의 추가 음반 판매와 약 500,000만 건의 추가 음악 다운로드가 이루어졌으며 총 220만 파운드의 다운로드와 음반 판매가 이루어진 것으로 집계.
- 음악 올림픽이라고 할 정도로 올림픽 개막식과 폐막식에 각각 약 50곡의 음악이 연주될 정도로 올림픽 행사에서 라이브 음악의 비중이 높았으며, 특히 폐막식에 연주된 음악들이 음반 판매에 더 큰 영향을 미친 것으로 나타남. (개막식 다음주에는 225,000건의 다운로드 판매가 이루어진 것에 비해 폐막식 다음 주에는 총 267,000건의 다운로드가 이루어진 것으로 집계)
- BPI의 판매 집계 분석에 따르면, Emeli Sande가 가장 큰 수혜자로 아델의 음반 판매를 따라잡으며 가장 큰 폭의 판매 상승을 보인 아티스트임. Sande의 <Read all about it part three>는 올림픽 폐막식 전주에는 499장의 음반 판매가 이루어졌으나 폐막식 다음주에는 45,000장의 앨범이 판매될 정도로 올림픽 이벤트의 영향력이 큰 것으로 나타남.
- 개막식에서는 Frank Turner의 I still believe, Brian Eno의 An ending, Chemical Brother의 Galvanize가 가장 판매 수익에 가장 큰 수혜를 입은 곡이며 이밖에 Kate Bush의 Running up that hill 또한 올림픽의 영향으로 큰 폭의 앨범 판매 상승세를 보임.
- 올림픽 폐막식 이후 영국 싱글 차트의 top 100안의 약 1/4이 올림픽과 관련된 이벤트에서 연주된 곡들로 top 10에 3곡이나 포함될 정도로 올림픽의 파급력을 보여줌. 디지털 다운로드와 음반 판매를 포함한 앨범 판매는 top 100 차트 중 24개의 앨범이 올림픽 행사에서 공연한 아티스트의 앨범이 차지할 정도이고 5명의 아티스트인 Emeli Sande, Elbow, Ed Sheeran, Jessie J, One Direction이 top 10 순위 안에 들. 이 외에도 올림픽과 관련된 편집 음반의 판매도 순위권을 차지하며 높은 판매량을 보임.

▶ EMI/Universal 합병

- 2012년 9월 프랑스 기반의 Universal Music Group과 영국 기반의 EMI의 합병이 승인됨. EC (European Commission)은 승인의 조건으로 Universal Music Group은 Pink Floyd 와 Kylie Minogue 등이 속한 Parlophone 레이블을 포함한 EMI 자산의 1/3을 다른 음악 회

- 사에게 매각해야만 함을 제시함. 그럼에도 이 합병은 현재 남아있는 3개의 메이저 회사 중에서도 전 세계 음악 시장의 36%를 차지하는 제일 큰 규모의 음반사로 남게 됨.
- 15년 전에 전 세계 6개의 메이저 음반사가 있었으나 계속적으로 합병을 통해 이제 3개의 메이저 음반사로 통합됨. 이러한 EC의 승인 결과에 대해 다른 유럽의 음악 레이블에서는 반발이 심함. Universal의 영향력은 유럽 전체 시장에 문제를 일으킬 것이라는 우려가 높는데, 이렇게 2개의 대규모 음반사의 합병은 시장 독점을 낳을 것이고 독점적으로 시장을 장악하고 조절할 수 있는 영향력이 커짐으로서 결국 아티스트와 소비자에게 그 대가를 떠넘기게 되는 결과를 낳을 것이라는 우려의 목소리가 여전히 높음.

▶ 디지털 음악 시장의 지속적 성장

- BPI의 자료에 따르면 2012년도는 영국에서 디지털 음악 판매가 피지컬 음반 판매를 앞지른 해이자 가장 큰 수입을 안겨다준 부문임.
- 2012년 1/4분기에 디지털 음악 포맷 판매가 55.5%를 차지하며 처음으로 피지컬 음반에서 발생하는 수입을 따라잡음. 중요한 것은 음악 산업 전체의 수입을 약 2.7% 증가시키는데 기여했다는 점으로 영국 시장을 시작으로 디지털시장 성장이 아시아나 미국 시장에 비해 상대적으로 더딘 유럽시장에서도 본격적으로 디지털 음악 시장 기반이 형성되고 있음을 보여주며 이는 앞으로 유럽 시장 내에서 디지털 음악 시장의 입지가 더욱 강화될 것으로 보임.

■ 라이브 시장

▶ Live Music Act 2012 시행

- Live Music Act 2012 시행으로 영국과 웨일즈에서 200석 규모 이하의 소규모 공연장과 펍에서는 더 이상 8시에서 11시까지 앰프를 사용한 라이브 공연에 대한 지역 허가를 받을 필요가 없게 됨. 또한 앰프를 사용하지 않는 라이브 공연은 관객 수의 제한이 없이 지역 허가 없이 공연이 가능함. 이 법안은 2012년 10월부터 시행되었음.
- 이 법안의 목적은 보다 더 많은 라이브 음악 공연을 활성화 시키는데 있음. 따라서 라이브 공연을 유치하는 것은 더 용이해지고 저렴해질 것으로 전망됨.
- 음악 업계에서는, 다양한 분야와 커뮤니티로부터 지원을 받으며 이 법안 시행에 기대감을 나타내었음. 일반적으로 작은 공연장에서 커리어를 꾸준히 쌓아온 뮤지션들이 결국 글로벌 차원에서 성공을 거두며 미래의 뮤직 페스티벌의 헤드라이너가 될 수 있는 기회를 쌓는데, 이러한 작은 규모의 공연장들에게 자유로이 라이브 공연을 열수 있는 기회를 주는 것은 결국 영국 음악 시장을 성장시킬 수 기회가 될 것으로 인식되고 있음. 또한 지역 사회 경제에도 영향을 줄 것으로 인식되는데, 특히 작은 규모의 클럽이나 바에서 공연을 하며 음악 커리어를 쌓는 전통이 강한 영국 음악 시장 신에서 이러한 법안 개정은 영국 아티스트들에게 보다 다양한 기회를 제공하는 발판이 되고 라이브

- 공연시장 활성화에 도움을 줄 것임으로 보임.
- UK Music과 Bournemouth대학에서 1,000개의 업체를 대상으로 이 새로운 Live Music Act의 잠재적 영향력에 대해 조사를 실시하였음. 조사 결과에 따르면 일단 추가로 13,000개의 공연장이 라이브 공연을 할 수 있고 더 나아가 20,400개의 공연장이 라이브 공연 시설을 추가할 것으로 나타남. 작년에 비해 이 법률안이 시행되고 나면 총 33,400개의 라이브 공연 무대가 생겨날 것으로 예상됨.
 - 현재 영국과 웨일즈에 있는 작은 공연장들의 51% 이상이 라이브 공연과 관련된 지역 허가를 가지고 있는 것으로 나타났는데, 조사된 공연장들의 78%가 아직도 이 법안이 통과된 사실을 인지하지 못하고 있었음. 이 법안의 효율적 시행을 위해 좀 더 교육 과정이 필요한 것으로 나타남.
 - 결론적으로 이 법안은 음악업계에서 원했던 대로 라이브 음악 시장에 잠재적인 영향력을 미칠 것으로 생각됨. 따라서 법안이 이제 막 시행된 현재 시점에서는 공연장과 아티스트를 대상으로 이 새로운 법안에 관한 캠페인 시행이 시급한 문제로 보임.

▶ 페스티벌 시장 축소

- 3년 전만 해도 페스티벌 시장은 전성기를 맞았었음. 특히 2008년도는 라이브 시장의 전성기라고 해도 될 만큼 페스티벌과 투어 매진이 이어졌고 라이브 부문의 매출이 음반 판매를 처음으로 앞질렀음. 여전히 중간급 규모의 페스티벌은 긍정적인 안정세를 보여준다고는 하나, 2008년 이후로 처음으로 라이브 음악시장에 적신호가 켜지기 시작함.
- 페스티벌 취소: 2012년에는 유럽의 많은 대규모와 소규모 페스티벌이 취소됨. Sonisphere와 Bloc 2012가 연초에 취소되었고, Creamfields dance music festival도 마지막 날은 취소됨. 이외에 Dorset의 Upbeat와 같은 더 작은 규모의 페스티벌도 취소됨. 이유는 다양한데, Sonisphere와 같은 경우는 약한 라인업, Creamfields 같은 경우는 기상악화, Bloc 2012는 관객 안전 이유, Upbeat의 경우는 재정문제 등으로 페스티벌이 취소됨. 더욱이 기상과 관련한 예측이 점차 어려워짐에 따라 기상과 관련된 위기 관리에 대한 관심이 증가함.
- 올해 또 하나의 이유는 올림픽으로 인해 무료 행사의 라이브 이벤트 증가로 라이브 콘서트 시장이 올림픽으로 분산된 관객들과 경쟁하는데 어려움이 따랐음. 특히 페스티벌이 많이 열리는 영국의 남부 지역이 가장 타격을 받은 것으로 나타남. 약 10%정도 음악 산업 경제에 타격을 입은 것으로 업계는 집계함. 그러나 이러한 요인들이 전부가 아님. 시장의 포화, 점차 상승하는 아티스트 개런티, 새로운 대형 헤드라이너의 부재 등이 또한 이러한 시장 침체의 원인으로 지적됨.
- ILMC에서 페스티벌 프로모터를 대상으로 올해 페스티벌 시장과 관련하여 실시한 조사에 따르면 2012년 전체적으로 관객 수가 2.4% 감소한 것으로 나타남. 이러한 수치는 작아 보일 수는 있으나 그간 페스티벌 시장의 지속적 성장 추세를 고려한다면, 매년 수익성을 기대하고 규모를 점차 키워나가는 현 시점에서, 이러한 감소된 관객 수는 페스티벌 기획자들에게는 상당히 부정적으로 인식되고 있으며 더 적극적인 판매 전략이

요구됨.

- 다행이 2013년 글래스톤베리 페스티벌은 2시간 만에 티켓이 매진되는 등 페스티벌 시장 부활의 청신호가 보이기는 하나, 영국과 유럽 전체에 걸쳐 시장 포화에 대한 염려는 계속되고 있음. 일례로 페스티벌에서는 상당히 안정적인 시장을 확보하고 있는 노르웨이의 경우에도 2012년도에는 페스티벌 티켓이 매진되지 않음.
- 2012년도에는 이러한 시장 부진을 만회하고자 새로운 전략 모색 차원에서 몇몇 프로모터들은 Creamfields와 같은 유럽에서 인지도가 있는 페스티벌의 브랜드를 시장을 옮겨 동유럽이나 남미에서 페스티벌을 유치하는 전략을 사용하기도 했으나 큰 성과를 거두지는 못함.
- 그럼에도 대형 페스티벌 브랜드들은 지속적으로 새로운 지역을 개발함으로써 성장을 모색하고 있고 또한 틈새 페스티벌이나 지역 부티크 페스티벌 등과 같은 관객과 가까이 호흡할 수 있는 형태의 페스티벌 등이 지속적으로 추구하고 있음. 가장 어려움을 겪고 있는 부분이 중간 규모의 페스티벌인데, 고가의 티켓 판매가를 감당할 대형 아티스트의 섭외가 재정적으로 불가능하기 때문에 대형과 소규모 페스티벌 사이에서 고전을 면치 못하고 있음.

▶ 정치적 충돌 - Pussy Riot 케이스

- Pussy Riot이란 인디 펑크 밴드는 2012년 2월 러시아 모스크바 정교회 성당에서 당시 대선 후보였던 푸틴 대통령에 반대하는 공연을 하여 파문을 일으킴. 이들은 예상과는 달리 체포되어 종교 조장 및 난동 혐의로 2년 형을 선고 받고 복역 중.
- 이례적으로 과도한 처벌에 대해 뮤지션을 포함한 전 세계적으로 이들을 규명하고 자하는 운동이 확산됨. 마돈나, 레드 핫 칠리 페퍼스, 스팅 등과 같은 유명인들이 석방 지지 발언을 하였고 국제기구에서는 표현의 자유를 주장하며 처벌 중단을 요청하는 등, 전 세계적인 이슈로 부각. 러시아 내의 문제라기보다는 러시아 밖에서의 문제로 확산되어, 표현의 자유를 촉구하는 의견들과 함께 전 세계적인 이목을 받게 됨.

▶ 콘서트 티켓 가격 상승

- 올해 50주년을 맞아 12월 런던에서 공연을 하는 롤링 스톤즈 공연의 티켓 가격으로 인해 콘서트 티켓이 상승에 대한 문제가 다시 재조명됨. 롤링 스톤즈의 2012년 투어의 가장 싼 좌석가가 106 파운드로 그 다음이 406파운드, 그리고 VIP는 1,140파운드로 책정되어 가장 고가로 매겨진 티켓가로 기록될 전망이다.
- 터무니없이 높게 책정된 티켓가로 인해 비난의 목소리가 높지만, 독점적인 기념비적인 공연과 그들의 음악 신에서 차지하고 있는 위치를 고려해볼 때 어떤 가격을 지불하더라도 볼 가치가 있는 공연이라는 양분된 의견으로 갈림.
- 이러한 콘서트 티켓가는 음반 시장으로부터의 수입이 감소함으로써 지난 10년 동안 엄청나게 상승해옴. 실제로 Forbes에 따르면 2011년 수입 TOP 25에 드는 뮤지

선들의 대부분 수입은 투어로부터 기인함. 그 중 U2가 역사상 가장 높은 수익을 낸 월드 투어로 기록된 <360 Tour>로부터 약 7억 달러 이상의 수입을 올린 것으로 집계됨.

- 상승하는 제작비가 이러한 티켓 상승의 주요 요인으로 꼽힘. 프로덕션 비용은, 운송수단 섭외, 무대 효과, 비디오 스크린, 케이터링, 호텔, 보험 등을 모두 포함하는 비용임. 2011년의 경우, 레이디 가가와 엘튼 존의 티켓 판매 수치는 비슷하나, 엘튼 존의 이익은 1억 달러인데 비해 레이디 가가는 약 9,000만 달러로 집계되었는데, 이는 레이디 가가의 공연에 투입되는 프로덕션 장비, 의상, 각종 무대 장치와 효과를 고려해봤을 때 당연한 결과라는 인식. 따라서 대부분 많은 뮤지션들은 투어를 시작해서 손익분기점을 맞추지 못하는 경우가 많고, 또는 투어를 시작한지 몇 주, 혹은 몇 달이 지난 후에야 손실과 이익을 파악할 수 있을 정도로 복잡한 과정을 거치는 것이 현 라이브 산업의 현실임.

2. 『2013년 유럽 음악 산업 전망』

■ 디지털 음악 시장 변화로 인한 ‘Window’ 발매 전략

- ▶ Spotify와 같은 온라인 스트리밍 음악 서비스 시장 성장은 두 자리 수의 CD 판매 감소를 겪어야만 하는 음반 업계로서는 여전히 우울한 뉴스가 될 것임. 이는 올해 콜드플레이, 테일러 스위프트, 리한나 등 탑 스타들이 음반 발매를 미뤘던 것과 연관이 있는데, 무제한으로 온라인 스트리밍 서비스로 음악을 들을 수 있게 되면 소비자들이 더 이상 앨범을 사지 않게 되고 스트리밍으로만 음악을 듣게 되어 결국은 매출 감소를 가져올 것이라는 의식이 팽배. 따라서 더 많은 아티스트들이 잠재적인 판매 손실에 대한 우려와 함께 앨범 발매를 먼저 하고 그 후에 스트리밍 서비스를 시행하는 순차적 전략을 사용할 것으로 보임. 더욱이 내년에는 마이크로소프트의 Xbox Music이나 삼성의 Music Hub와 같은 서비스들이 런칭할 예정이어서 더 많은 아티스트들이 이러한 발매 전략을 택할 가능성이 높음.

■ 소셜 네트워크 서비스 강화

- ▶ 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜 네트워크 서비스의 역할이 2012년도에 이어 계속될 전망. 이와 더불어 Instagram, Pinterest, SoundCloud, 그리고 바뀐 MySpace까지 이 대열에 합류할 예정으로 보임. 특히 2012년도에도 페이스북이 Instagram을 10억 달러에 매입하여 기존의 Instagram 앱을 사용하던 트위터 유저들을 페이스북으로 이동시키는 효과를 가져오는 등 SNS 시장이 경쟁적으로 과열되어오고 있음. 특히 음악은 이러한 소셜 네트워크 서비스들의 중요한 무기가 되는데, 이는 쉽게 공유되고 문화의 차이를 좁혀주는 역할을 하기 때문. Pew Research Center 조사에 따르면 SNS의 가장 흔하게 공유되는 토픽이 엔터테인먼트이고, 그 중 67%가 음악과 영화에 대해 의견을 공유한다고 밝힘. 2012년도에

음악 플레이 리스트를 만들어서 SNS 상의 친구들과 공유하는 것이 가장 인기 있는 형식 중 하나였는데 (Spotify의 경우 2012년 3억 개의 플레이리스트가 만들어짐) 이렇게 SNS 상에서 소비자들의 음악에 대한 관심은 계속될 것이고 이에 따라 음악업계에서도 더욱 SNS와 긴밀한 상생 전략이 요구됨.

■ 브랜드와 음악 상품과의 전략

- ▶ 2012년도에는 음악 상품 관련 스폰서십이 두드러진 한해였는데 이러한 음악과 기업과의 상생 전략 또한 2013년도에 계속될 전망. 아티스트, 음반사, 공연 기획사 모두 음반 판매 감소로 인한 재정 부족을 광고 분야에서 상쇄하려는 노력이 계속되고 대표적인 브랜드들 역시 음악 상품과의 협업을 통해 마케팅적 갭을 메우려 하고 있음. 펩시는 2013년도에 가장 큰 규모의 음악전략 사업이 될 비온세와의 5천만 달러 가치로 추정되는 파트너십을 맺었고 코카콜라는 2013년 천만 달러를 투자한 Spotify와의 음악 파트너십이 실행될 예정. 이 외에도 인텔, 삼성, 버드와이저 등의 기업 브랜드들이 2013년도에 음악 상품과의 파트너십 강화를 통해 음악 소비자와 기업 브랜드 고객과의 접점을 찾기 위한 노력이 계속될 것임.

■ 대형 라이브 공연 지속

- ▶ 음반 시장 침체에도 불구하고 콘서트 부문은 계속적으로 대형 공연이 이루어질 전망. 전 세계 유명 락, 팝, 컨트리 아티스트들이 2013년에도 공연을 계획하고 있고, 그 중 대표적인 가수가 본 조비, 레이디 가가, 원 디렉션, 리한나 등이 2013년 상반기 대규모 투어를 계획하고 있음. 2013년도에도 이러한 대형 공연들이 계속될 전망이고, 특히 2012년도 올림픽으로 인해 잠시 주춤했던 유럽의 콘서트 행렬이 지속될 뿐 아니라, 2012년도에는 휴식기를 가졌던 글래스톤베리 페스티벌이 2013년에 다시 열림으로서 페스티벌 시장도 활기를 되찾을 것으로 전망.

주간 심층이슈

3. 『2012년 영국영화산업 결산 및 2013년 전망』

◎ 작성취지

- 본 보고서는 영국 영화의 현 주소와 미래 전망을 살펴보기 위해 최근에 발표된 몇 개의 보고서를 살펴보고자 함.
- 먼저 영국 영화 정책을 총괄하는 BFI(British Film Institute)가 발주하고, Oxford Economics가 2012년 9월에 작성한 <Economic Impact of the UK Film Industry in 2011>를 통해서 영국 영화 산업이 지니는 경제적 가치를 면밀하게 살펴보고, 2012년 3/4분기까지의 통계 자료를 토대로 올 한 해 영국 영화 제작 실적을 살펴본 후, 미래 전망을 내다보기 위해 BFI의 향후 5개년 사업계획인 <Film Forever, Supporting UK Film>의 핵심 골자를 살펴보고자 함.

※ 작성자 : 육주원 (워릭대학 문화산업 박사과정)

◎ 작성순서

1. 「영국 영화산업이 지닌 경제적 효과」
2. 「2012년 영국 영화 제작 현황」
3. 「영국 영화 산업의 미래 전략 - BFI의 계획을 중심으로」
4. 「제언 및 시사점」

◎ 용어 정리

- BFI(British Film Institute) : 영국 영화 정책을 총괄하는 정부 유관 기관. 영화가 국민들의 삶에 중추적인 문화 활동이 되도록 지원하고, 특히 차세대 관객과 영화인들을 육성하는 역할을 담당함. 영화를 위한 복권기금의 운용과 분배를 수행하기도 함.

1. 『영국 영화 산업이 지닌 경제적 효과』

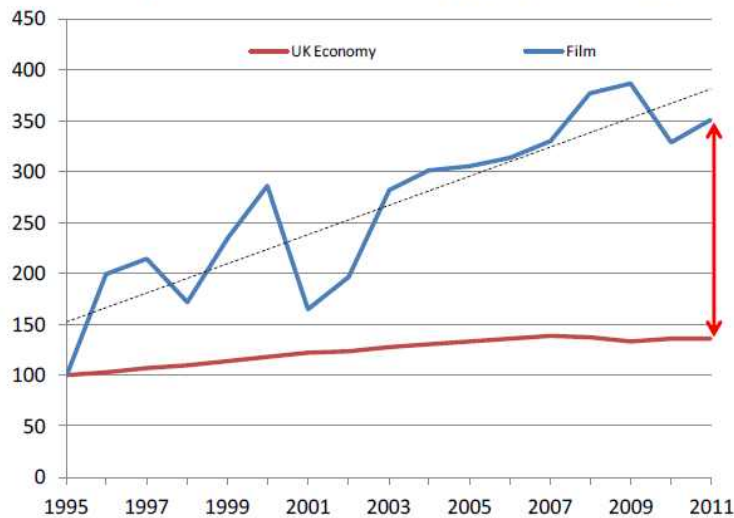
※ 2011년 기준 (2012년은 미 집계)

■ 영국 영화 산업의 중요성

○ 경제 성장률을 상회하는 성장 속도

- 영국 영화 산업은 경기 위기를 맞아서 침체되고 있는 영국 경제 전반에 비해 높은 성장률을 구가하고 있음.

[그래프1] GDP 성장률: 영국 영화 산업 vs 영국 경제 전체



Source: CE; ABI, ABS, ONS, Oxford Economics estimates

○ 43,900 개의 일자리

- 2011년 영국 영화 산업은 43,900 개의 풀타임에 준하는 일자리(프리랜스 포함)를 창출한 것으로 조사됨.
- 이는 국제적인 경쟁력을 이미 갖추고 있는 분야(연기, 각본, 제작)에서부터 특화된 후반 제작 분야(시각 효과, 음악)의 성장에 힘입은 것임.
- 영국의 유능한 인재와 문화적 인프라 덕에, 배우들은 정기적으로 주요 국제 영화제에서 주요 상들을 수상하고, 감독들은 <킹스 스피치>, <철의 여인>과 같이 독창적이고 우수한 영화를 제작하며, 후반제작 업체들은 <아바타>와 같은 할리우드 대작 영화의 최첨단 시각 효과를 맡아서 작업할 정도로 우수함.
- 또한, <007>이나 <해리포터> 같은 영화들은 전 세계 박스오피스 상위를 기록하는 프랜차이즈로 성장하였음.

○ GDP 직접 기여 규모 - 16억 파운드

- 35억 파운드 규모의 매출을 자랑하는 영국 영화산업이 GDP에 직접적으로 기여한 금액

- 은 16억 파운드 규모인 것으로 조사되었음 (2011)
- 여타 영국 산업과 비교했을 때 이런 규모는 소비자 가전 제조업, 공연 예술계, 혹은 소프트웨어 퍼블리싱 업계보다 큼.

○ 4.9억 파운드의 세수 기여

- 영국 영화 산업은 2011년 소득세, 국가 보험료 지급액, 부가세, 법인세 등의 명목으로 4.9억 파운드 규모로 세수에 기여한 것으로 드러났음.
- 이는 전체 영화 산업 매출의 약 14%에 해당되는 규모임.

■ 영국 영화 산업과 여타 창조산업이 만들어내는 경제적 시너지 효과

○ 경제적 승수 효과

- 영국 영화 산업이 한 명의 인력을 고용할 때마다, 연관 효과로 또 한 명의 노동자가 추가로 고용되고 있다는 조사 결과가 나옴.
- 따라서, 영화 산업을 지원하는 분야의 종사자들, 혹은 영화 업계 종사자들의 소비와 직결되어 있는 산업의 종사자들까지 포함하면 **약 87,800 개의** 풀타임에 준하는 일자리가 창출되고 있다고 볼 수 있음.
- 또한, 영국 영화 덕에 **영국 TV 방송업자들은 3억 800만 파운드의 추가 매출**을 올리고 있는 것으로 조사되었음.
- 이러한 기여도를 생각했을 때, 영국 방송 업계는 영국 영화에 보다 많은 투자와 기여를 해야 한다는 일각의 지적은 타당해 보임.
- 이러한 **추가적인 경제 효과**는 영국 **GDP에는 16억 파운드, 세수에는 4.7억 파운드** 기여를 하는 것으로 추정됨.
- 영국 영화 산업은 다양한 연관 산업에 지대한 영향을 미침: 작가, 배우, 감독들은 영화 이외의 분야에서도 고른 활약을 하고 있으며, 영화 산업에 관련된 업체의 2/3는 영화 이외의 업계에도 관여를 하는 것으로 조사됨.
- 또한, 영화 업계 내에서 일궈진 기술적 발전이 타 업계에서 활용되는 경우도 많음
- 대표적인 예로 영화산업이 발달시킨 컴퓨터 그래픽 기술은 TV 프로그램 제작이나, 광고업계에서 광범위하게 활용되는 경우를 들 수 있음.

■ 영국 영화 산업이 미치는 광범위한 효과

○ 영국 국제 무역 수치 개선에 기여

- 영국 영화 산업은 그 자체로도 이미 수출에 21억 파운드, 국제 수치에는 16억 파운드를 기여하고 있음 (2010년 기준)
- 영국 영화가 영국의 전반적인 국가 브랜드 이미지 제고에 기여함으로써 다른 여타 영국 산업들도 수혜를 입고 있음.
- 영국 영화 내에서 이뤄지는 브랜드 프로모션 덕택에 수출업자들은 자기 상품을 해외 소비자들에게 노출시킬 수 있는 기회를 넓혀나가고 있음. 이러한 간접 광고 효과로 인한 이익은 연간 5,600만 파운드에 달하는 것으로 예측되고 있음.

○ 관광 유치 효과

- 영국 문화와 삶의 방식을 영화 내에 담는 것은, 문화적 정체성을 지키는 데 유의미할 뿐 아니라, 영국의 관광 산업과 무역에도 긍정적인 영향을 미침.
- 예를 들어 해리 포터나 셜록 홈즈의 주요 장소들을 찾아다니고 싶은 사람들을 위한 스마트폰 앱, 팟 캐스트, 영화 지도와 같은 서비스들은 관광 유치 효과를 증명해줌.
- 워너 브라더스에서는 최근 해리 포터 메이킹 투어를 만들기도 하였음.
- 관광 유치 효과를 엄격하게 계량화한 데이터는 부족하지만, 전문가들은 영국 관광 수입의 약 10%가 자국 영화로 인해 생긴다고 추정하고 있음.
- 이를 수치로 환산하면 21억 파운드의 관광 수입에 해당됨.
- 이는 영국 GDP에는 10억 파운드, 세수에는 2.3억 파운드 기여하는 것으로 예측됨

○ 영국 문화 진흥에 기여

- 영화는 영국의 문화적 정체성을 담아내고 보존하는 역할을 하기도 함.
- 이러한 문화적인 기능 뿐 아니라, 경제적으로도 그 효과는 입증되었음.
- 영국 관객은 자국 영화를 선호하는 현상을 보여 왔고, 박스오피스에서 외국 영화 대비 약 30% 많은 매출을 올린다는 조사 결과가 있음.
- 이를 기준으로 했을 때, 2000년부터 한 해 평균 6,900만 파운드의 추가 극장 매출을 올리는 데 기여한 것으로 추정됨.
- 아울러 극장 업계에게는 470 명의 추가적인 고용 유발 효과를, 세수는 2,200만 파운드 추가 징수가 가능했던 것으로 추정됨.

○ DVD, CD, 부가 상품 판매 효과

- 영국 영화의 DVD 및 블루레이 판매 규모는 2011년 1억 1,500만 파운드, DVD 대여 수입은 4,100만 파운드, Vod는 1,600만 파운드, OST CD 판매 수입은 1,000만 파운드, 관련 게임 매출은 7,000만 파운드에 달하는 것으로 집계되었음.
- 부가 관련 시장으로 인한 고용은 2011년에 6,600 명, 영국 GDP 기여액은 2억 3,900만 파운드, 세수는 1억 800만 파운드에 달하는 것으로 조사되었음.

■ 영국 영화 산업의 총 경제 효과

- 이 모든 간접적이고 부수적인 경제 효과까지 감안하면, 2011년 영국 영화 산업은 GDP에 46억 파운드, 세수에는 13억 파운드를 기여함.

○ 감세 정책이 영국 영화 산업의 경쟁력을 유지시켜 줌

- 2007년 도입된 영화 산업에 대한 감세 정책 덕분에 영국 내 영화 제작 비용이 미국보다 38%, 남아프리카 보다는 10% 가량 낮은 수준으로 떨어진 것으로 추정됨.
- 감세 정책으로 인해 1파운드의 비용으로 12파운드의 GDP 증가 효과를 본다는 계산이 나왔음.
- 감세 정책이 유지된다면, 2015년까지 전 세계 영화 제작의 8% 정도를 유치할 수 있을 것으로 보이며, 대내 투자 영화의 경우 2011년 10억 파운드 규모를 상회할 수 있을 것으로 전망됨.

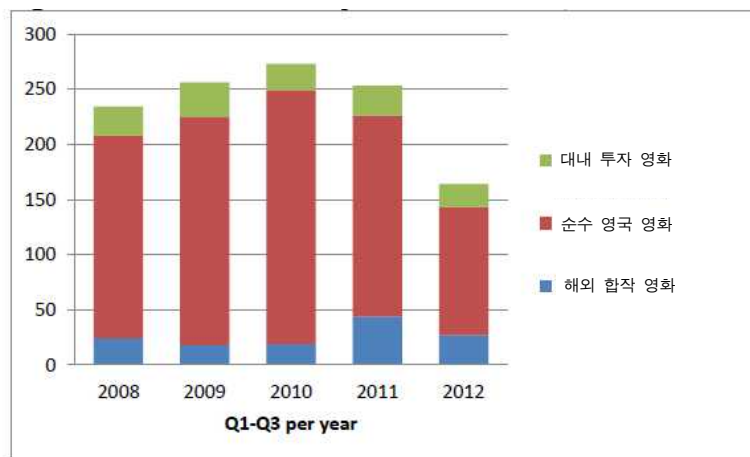
○ 감세 정책이 철회 될 경우 예상되는 손해 - 14억 파운드

- 감세 정책이 철회되면, 영국 영화 제작이 약 71% 감소할 것으로 예측됨.
- 일자리를 잃게 될 인력 중 상위 1/4에 해당되는 고숙련 종사자들은 보다 좋은 조건을 찾아 해외로 떠날 것으로 보임. (1.7억 파운드 GDP 감소)
- 연관 산업의 위축까지 종합하면, 피해 규모는 연간 GDP 14억 파운드, 세수는 4.3억 파운드에 이를 전망
- 한편, 영국 정부는 최근 입안된 예산안에서 영화에만 적용되던 감세 혜택을 애니메이션, 게임 산업, TV 제작 분야에까지 확대하였음. 이는 감세 정책이 효과적이었음을 입증하는 것.

2. 『2012년 영국 영화 제작 현황』

○ 제작 편수

- 2012년 3/4분기까지 164 개의 영화가 촬영에 돌입하였음. (4분기 통계는 아직 집계되지 않은 상태임)
- 164편 중 27편은 해외와의 합작물, 116편은 영국 영화, 21편은 대내 투자영화인 것으로 조사되었음.
- 이는 2008년 이래로 가장 낮은 제작 편수임.



Source: BFI
[그래프2] 2008-2012년 3/4분기까지의 영화 제작 편수

○ 영화 제작비 지출액

- 2012년 3/4분기까지 영화 제작비로 지출된 금액은 7억 6,500만 파운드였음.
- 해외 합작물의 경우(6,600만 파운드)와 영국 영화의 경우(1억 5,400만 파운드) 전년 동기 대비보다 지출액이 늘어났지만, 대내투자 금액은 급격히 줄어들어 2008년 이래로 최저치를 기록함. (5억 4,500만 파운드)

[표1] 2008-2012년 Q1-Q3 영국 영화 제작비 지출액 (단위: 백만 파운드)

	2008 Q1-Q3	2009 Q1-Q3	2010 Q1-Q3	2011 Q1-Q3	2012 Q1-Q3
합작 영화	48.5	17.9	27.9	56.8	66.0
순수 영국 영화	204.7	223.2	174.0	149.5	153.5
대내투자 영화	324.9	806.8	768.1	889.4	545.4
합계	578.1	1047.9	970.0	1095.7	764.8

[출처: BFI]

3. 『영국 영화 산업의 미래 전략 - BFI의 계획을 중심으로』

■ 전략1. 영화 교육의 확대 및 관객 선택권의 확대

○ 영화 교육의 확대

- 각급 정부를 설득하여 영화 교육이 정규 교과 과정 내 확고하게 자리를 잡을 수 있도록 다각도의 노력을 기울일 예정.
- 새로운 교육 프로그램 (예산 700만 파운드)을 제안하여, 5-19세 사이의 유/청소년층이 보다 다양한 영화를 관람하고, 이해하고, 제작할 수 있는 교육 프로그램을 개발할 예정
- 특히 각급 학교에 영화를 교육하고 향유할 수 있는 영화 클럽의 개설을 적극적으로 지원할 예정.
- 또한, 교육부에서 향후 3년 간 해마다 100만 파운드 규모의 예산을 확보하여 16-19세 사이의 청소년을 대상으로 하는 필름 아카데미 네트워크 사업을 실시하기로 했는데, 이 사업과 연계하여, 재능 있는 인재를 조기에 발굴할 계획.

○ 관객 선택권 확대

- 관객이 보다 다양한 영화를 볼 수 있는 기회를 확대하기 위해 관객 펀드(Audience Fund)를 조성하여 1) 영국 관객 네트워크(예산 300만 파운드)를 구축하여 각 지역의 극장들, 아카이브, 영화제 등이 다양성 영화의 프로그래밍, 마케팅, 관객 개발 프로그램을 서로 교류할 수 있는 틀을 만들고 2) 다양한 방식의 영화 프로그래밍을 지원하며 (예산 150만 파운드) 3) 각급 영화제를 지원할 예정임. (예산 100만 파운드)
- 영국 관객 네트워크는 전국적으로 다양성 영화를 상영할 수 있는 공간을 1,000여 개 확보하는 것을 목표로 하고 있음.
- 또한 새로운 배급 펀드 (예산 400만 파운드)를 조성하여, 다양한 소규모 영화나 새로운 매체나 플랫폼을 통한 마케팅을 시도하는 작품 등의 개봉과 배급을 지원할 예정
- 이 외에도 관객의 선택권을 확대하고, 다양한 영화를 증진시키기 위해 영국 전역에 각종 문화 프로그램을 보급시키거나, BFI의 온라인 사업을 강화하거나, 방송국과의 협력을 강화할 계획임.

■ 전략2. 영화 개발, 제작, 인력, 기술에 대한 투자

- 향후 영화 개발 제작 지원금을 해마다 100만 파운드 증액시켜, 2017년까지 총 30%를 증액시키는 것을 목표로 하고 있음.

○ BFI 영화 기금

- 2013-14년 본 기금에 할당된 예산은 2,160만 파운드임.
- 본 기금은 해마다 약 20여 편의 영화를 제작 지원하는 데 쓰일 것임.
- 특히, 애니메이션과 가족용 영화의 지원도 새롭게 고려할 예정임.

- 처음으로 신진 다큐멘터리 작가에 대한 지원도 실시할 예정임.
- 작품 개발비 지원 명목으로(Vision Awards)는 현재 연 150 편의 영화에 개발비를 지원하고 있으며, 향후에도 계속 이 금액을 증액시켜나갈 예정임.
- 개발비 지원에 애니메이션 회사나, 다큐멘터리 제작사도 지원 가능.
- 인력 양성을 위한 각종 인턴십, 멘토링 제도 등도 지속적으로 운영해나갈 예정.
- 특히, 최초로 애니메이션 파일럿 제도를 도입하여, 2년에 걸쳐 3 개 팀에 대한 재정지원과 멘토링을 제공하여 아이템 개발을 도울 예정.

■ 전략3. 영국 영화 유산을 시민에게 개방

- BFI의 목표는 National Archive와 여타 아카이브에 있는 영화 중 10,000 개의 타이틀을 선정하여 디지털화한 후, 다양한 채널과 플랫폼을 통해 최대한 많은 시민에게 보급하는 것.
- 극장 상영이 가능한 **DCP (Digital Cinema Package)** 형태로 디지털화할 예정임.
- 작품들은 영국 시네마의 대표작, 영국 생활사가 담긴 작품, 각 지방의 지역색이나 문화적 정체성이 담긴 작품, 정규 교과과정과 관련이 있어 수업 보조재로 활용 가능한 작품, 주요 다큐멘터리, 뉴스릴, 희귀 영국 영화 등의 작품을 우선으로 해서, 엄선할 예정임.

4. 『제언/시사점』

○ 2012년 경기 침체 속 영화 제작 위축 그러나 중장기적으로는 성장세

- 2012년 3/4분기까지 집계된 바에 따르면, 영국 영화산업은 제작 편수나, 지출액 규모에 있어서 이례적으로 낮은 수치를 기록함.
- 그러나 중장기적으로 보자면, 90년대 중반 이후로 영화 산업은 꾸준한 성장세를 기록하여 대표적인 창조 산업으로서의 지위를 구가하고 있음.
- 이러한 성장은 상당 부분 국가의 **감세 정책**에 기인했다고 볼 수 있음.
- 특히, 이러한 감세 제도를 다른 여타의 창조산업 (게임, 애니메이션 등)으로까지 확대한다는 점은 우리로서도 주목할 필요가 있음.
- 영화가 지닌 광범위한 간접 효과 - 관광 유치, 국제 수지, 국가 브랜드 제고 등 - 까지 계량화하여 **영화가 지닌 경제적 효과**를 체계적으로 정리한 것도 눈여겨볼 만한 대목임.
- 이러한 경제 효과 분석은 영화에 대한 국가 지원의 근거로서 중요하게 기능하며, 여타 산업 (관광, TV 등)과의 협력의 근거가 되기도 함.

○ **영화를 국가 유산으로 인식한 가운데, 저변 확대를 위해 노력**

- 단지 산업에 대한 지원 뿐 아니라, 영화가 하나의 국가 유산이자, 문화임을 인식하고, 저변을 넓히고, 그 유산을 보존/보급하기 위해 노력하는 것 역시 시사하는 바가 큼.
- 특히 정규 교과 과정에 영화 교육을 포함시키려는 노력, 일선 학교에 영화 클럽을 개설하려는 노력 등은 자라나는 후속 세대부터 영화에 대한 다양한 경험을 축적시켜 영화의 저변을 확대하고, 관객을 육성한다는 의미가 있음.
- 또한 다각도로 펼쳐지는 영화 교육은 영화를 단지 소비성 오락으로서가 아니라 보다 다양한 방식으로 체험하고, 향유할 수 있는 가능성을 열어 주기도 함.
- 한국도 영화 커리큘럼이 만들어지고 일선 학교에서 영화 교육이 실시되기 시작했으며, 영화 유산의 보존/보급을 위해서 영상 자료원이 주도적으로 사업을 펼쳐나가고 있는데, 앞선 경험을 지니고 있는 영국의 사례를 참고해볼 필요가 있을 것으로 보임.
- 또한, BFI의 향후 5개년 지원계획을 보면, 극영화 일변도의 지원 정책에서 벗어나 애니메이션과 다큐멘터리까지 아우르려는 의식적인 노력이 엿보이는데, 한국 역시 영진위의 지원체계를 정비하면서 극영화 뿐만 아니라 다른 영상 장르에 대한 관심, 그리고 각 장르가 지닌 고유한 제작 방식에 맞는 맞춤형 지원체계를 고민해볼 필요가 있음.