

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『방송 애니메이션 유럽 동향』

◎ 작성취지

- 본보고서는 방송 애니메이션의 유럽 국가별 최근 동향을 살펴봄으로써 향후 국내 애니메이션 업체들이 유럽 진출 방향을 수립하는데 참고로 활용할 수 있도록 함

※ 작성자 : 캐서린 켈리 (Headway Media MD)

◎ 작성순서

1. 들어가기
2. 「영국」
 - 1) 편당 개관
 - 2) 방송 동향
3. 「프랑스」
4. 「독일」
 - 1) 방송 동향
5. 「이태리」
6. 「스페인」

◎ 참고자료

- Screen Digest TV Intelligence
- C21 Media

1. 『들어가기』

■ 유럽 마켓 개관

- 유럽의 경기 하락은 계속되고 있는 반면 방송사들은 지속적으로 구매와 배급에 있어 변화를 시도하고 있음, 이들은 여전히 안정적인 콘텐츠를 찾는데, 기존에 있는 브랜드들에 대한 재작업이나 다른 포맷으로 브랜드를 퍼블리싱 혹은 순차적인 단계에 맞춰 방영을 앞두고 있는 작품들에 관심을 둬
- 공동제작은 여전히 쇼에 대한 재원 조달을 위해 좀 더 활발해지고 있으며 세금 조약이 있는 다양한 국가 간 편당 혜택을 활용해야 된다고 인식하고 있음, 이러한 경향은 공동 제작을 바라보는 업체들의 방향에 반향을 일으킬 것이고 잠재적으로 애니메이션의 스타일과 애니메이션에 대한 미래의 문화적 측면에도 영향을 줄 것으로 보임
- 점차적으로 새로운 업체들의 움직임도 마켓에서 두드러지고 있으며 토이 업체들은 위험 부담을 최소화하기 위해 입김 있는 프랜차이즈와 새로운 파트너십을 맺으면서 글로벌한 성공에 대한 가능성을 확대해나감
- 토이에 촛점을 맞춘 브랜드들은 방송사와 새로운 협력을 통해 파트너십을 강화하고 있으며 The Hub와 Hasbro는 이러한 파트너십을 체결한 토이 업체들임
- 공동제작 파트너십은 편당 재원 분담에 있어 중요한 요소로 다양한 방향으로의 콘텐츠 개발에 주력하고 있음, 즉 온라인 혹은 모바일 플랫폼에서 인기를 얻은 애니메이션이 디지털 콘텐츠로도 성공하는 것이 매우 중요함, 이러한 움직임에 있어 긍정적인 면은 유럽에서 더 많은 디지털 채널들의 출현이 시청자들 대상 높아진 경쟁을 제공하고 따라서 좀 더 많은 콘텐츠에 대한 수요가 생겨날 것임
- 디지털 플랫폼의 증가는 안정성을 확보하면서 글로벌 마켓에서 새로운 핵심 플레이어로 두각을 나타내는데 아마존, 구글, 훌루 그리고 넷플릭스를 통해 방송 마켓의 전반적인 시장 경향에 변화를 일으키고 있음, 또한 IP에 대한 중요성이 부각되고 있음
- 이러한 디지털 채널들은 콘텐츠에 대한 플랫폼일 뿐만아니라 IP 오너쉽 공간으로 진입하고자 노력하기 때문에 그들의 콘텐츠 제작을 증가해 나가고 있음, 여기에 디지털 지상파 채널(DTT)로의 채널 확대 움직임도 보이며 대다수 방송사들은 새로운 채널을 개발하거나 미취학아동, 틴에이지 그리고 가족을 대상으로 한 기존 채널을 오픈하면서 이러한 확대를 활용해 나감
- BBC와 같은 몇몇 방송사들은 디즈니, 니켈오데온, 터너와 같은 방송사가 다양한 지역에서 기존의 채널을 늘려나가기 위해 DTT 플랫폼을 사용하는 것과는 다르게 채널 전체 자체 아웃풋을 확장해감, 또한 이들은 온 디맨드 콘텐츠를 선호하는 기존 소비자들을 대상으로 타블렛과 모바일과 같은 멀티 콘텐츠 커넥티드 디바이스를 활용하기도 함
- 남유럽에서 대부분의 시청은 무료로 제공되지만 TV 마켓을 지탱하는 시청의 약 70%를

디지털 지상파 채널을 차지하고 있음. 페이 티비 방송사들은 DTT를 통해 광고 수입을 제공하고 있음

- 북유럽 지역은 이와는 다른 양상으로 대다수가 케이블 TV를 시청하고 있으며 약 20%만이 DTT 채널이 점유하고 있음, 주요 브랜드들이 어린이 콘텐츠를 무료로 방영하고 있어 프랑스의 Gulli와 같은 채널은 DTT 아웃풋이 발전에 도움을 주고 있으며 페이 티비 채널인 Canal J, Tiji 와 함께 콘텐츠가 시장에 자리 잡을 수 있도록 함
- 이태리는 경쟁이 매우 치열하고 유럽에서 DTT 어린이 채널수가 가장 많아 DTT마켓이 포화상태임, 이것은 2개 이상의 방송사들이 연합하여 지역 전역에 작품구매력 행사를 주도하고 있음
- DTT는 플랫폼과 멀티 지역을 통해 강력한 위치를 차지하면서 첼로 미디어와 함께 중앙유럽에서 성장해 가고 있음, 이러한 경향은 제작자들에게 큰 영향을 주고 있으며 DTT가 제공하고 있는 가시도의 필요를 의미하지만 방송사들은 위험 부담에 덜면서 높은 인지도를 가진 브랜드와 더 연합하여 콘텐츠가 제작될 수 있도록 더 입장을 확고히 함

2. 『영국』

■ 펀딩 개요

- 영국 콘텐츠 마켓은 2012년 예산에 발표되었듯이 향후 세금 감면에 대한 공식발표를 기대하고 있음, 약 25% 세금 감면 혜택을 통해 영국 산업을 위하여 더 많은 애니메이션이 제작될 것으로 예상함
- 문화부는(DCMS) 향후 2년간 기술과 트레이닝 선도를 위한 자율적 산업 기여에 적합한 전문가와 엔터테인먼트에 대해 6백만 파운드의 펀드를 제공할 것을 공식 발표함, 이러한 움직임은 스킬스 인베스트먼트 펀트를 통해 운용될 것이고 아일랜드에서는 정부가 2020년까지 적어도 향후 몇 년간은 자국의 애니메이션 투자를 약속함
- 유러피언 펀트는 <MEDIA> 프로그램과 같이 영국 제작사들에게 개방되어 있으나 영국 마켓에는 단 1개의 대규모 펀드만이 제공됨, 10백만 파운드의 지역 연간 펀드는 예산의 큰 부분에 기여할 수 없는 반면 제작자들은 여전히 다른 펀딩 소스를 찾고 있음. 프랑스의 자국내 펀드에 대한 지원이 없었다면 IP오더서는 매우 어려운 상황이었을 것임
- 아일랜드는 아일랜드 필름 보드로부터 지원을 받고 있으며 지역 애니메이션에 지원금과 대출을 제공하고 있음, 2009년 이러한 지원액은 총 1.1백만 파운드임, 추가로 지역 펀드는 아일랜드에서 발생한 제작 비용의 28%까지 지원 혜택을 제공함
- 엔터프라이즈 인베스트먼트 스킴은 소규모 업체들에게 잘 알려진 펀딩 모델로 이러한 새로운 모델은 정부 지원 계획의 일부로 소규모 회사 투자자들에게 다양한 세금 감면을 제공

함으로써 재정적인 확대를 소규모 회사 할 수 있도록 도와주기 위한 것임

■ 방송사 동향

- 대다수의 영국 방송사들은 디지털 플랫폼으로 전환되고 있고 어린이 프로그램을 방영하기 위한 전용 디지털 채널을 보유하고 있음, BBC는 더 이상 자사의 CBBC와 CBeebies 채널을 BBC 메인 지상파 채널로 방영하고 있지 않지만 ITV의 CITI브랜드와 같이 디지털 전용채널로 전환함
- 현재 채널 파이브는 밀크쉐이크를 자사 채널의 아침 시간대에 배정하고 있으나 곧 디지털로 전환될 것으로 예상됨
- BBC 어린이 부서는 최근 공동제작에 대한 수익 창출 기회를 확대하기 위해 프리멘탈 미디어와 계약을 체결하여 두 업체는 공동제작, 공동 재정 지원, 공동개발 등을 통해 향후 5년간 새로운 프로그램을 지속적으로 개발 및 제작할 계획임, BBC가 이러한 계약을 맺은 것은 처음임
- 이번 파트너십은 어린이 프로그래밍에 계속 투자하면서 Cbeebies 인터넷 채널도 운영되고 하고 있는 BBC 월드와이드와 함께 BBC 어린이의 첫 번째 딜에는 영향을 끼치지 않을 것임
- Cbeebies는 어린이 시청자들에게 계속 흥미를 주고 Tree Fu Tom을 통해 보여준 성공과 같은 것을 가져다 줄 수 있는 새로운 콘텐츠를 찾고 있으나 여전히 찾고 있음, CBBC는 애니메이션화된 코미디와 드라마 시리즈를 6세~12세 연령층을 타겟으로 확보하고자 함
- 채널 파이브의 밀크쉐이크는 계속해서 매주 24시간 어린이 프로그램을 방영하면서 주중과 토요일 아침 시간대에는 미취학 아동 쇼를 방영중임, 최근 잘 알려지지 않았거나 주요 방송사에서 보여주지 않았던 콘텐츠를 구매하는데 대한 위험을지지 않으려 하지만 예를 들어 히트 엔터테인먼트의 안정적인 작품을 꾸준히 구매하고 있음, 타겟 연령층은 2세~7세로 확대되어 미취학 아동 범위를 넘어섬, 이는 최근에 온 디멘드를 C5 IPTV 셋-톱 박스 서비스 유뷰를 런칭하면서 변화하였음
- ITV는 CITI 브랜드로 2013년~2014년까지의 프로그램 슬롯 작업을 진행 중임, 미취학 아동에서 좀더 연령층을 높은 어린이들을 타겟으로 하고 있으며 미래의 커미셔너들과 구매자들 대다수가 4세~9세대로 초점을 맞추게 될 것으로 예상됨, '미니' 브랜드와 슬롯은 점차 줄어들지만 현재의 미취학아동 콘텐츠는 지속될 것임
- 디즈니 주니어 브랜드는 최근 4세~7세 그룹을 타겟으로 미취학 아동 이상 층으로 연령을 높였으며 Sofia the First와 같이 매우 좋은 작품들을 보유하고 있음, 여전히 디즈니 스타일을 확고히 하면서 작품 구매를 하고 있음
- 토너 브로드캐스팅은 특히 영국에서 대규모 구조 조정이 이루어져 Michael Carrington은 HIT 엔터테인먼트 콘텐츠&제작 담당 책임자로 이동함, 새 조직은 성장해가고 있는 디지털 채널을 고려하여 자사의 전체 네트워크를 통해 디지털 미래에 맞춰 변화될 것으로 예상됨

3. 『프랑스』

■ 방송사 동향

- 대다수의 방송사들이 자사의 방송에 맞는 브랜드 콘텐츠를 찾고 있음, 프랑스 텔레비전은 책을 원작으로 한 콘텐츠나, 이미 잘 알려지고 안정된 브랜드를 브랜칭 하거나 시즌 시리즈로 제작된 쇼를 선호함, 하이브리드 스타일을 보여주는 애니메이션 콘텐츠에 계속 관심을 가지고 있는데 이것은 애니메이션과 라이브 액션이 혼합된 작품임, 최근 라이선싱 부서가 정비되어 브랜드에 대한 관심을 크게 두고 있으며 새로운 프로퍼티를 고려할 때 결정적 요소로 작용할 것으로 보임
- TF1은 코미디물을 가장 선호하고 계속해서 찾고 있음, 미취학 아동 시리즈로는 좀더 어드벤처적인 요소와 익살을 주는 작품을 선호함, 타겟 연령층은 4세~10세로 현재 연령층을 다소 높였음
- Canal J 와 Gulli 는 어드벤처물 보다는 코미디에 주력하고 있으며 이전에 미취학 아동을 위한 시도를 통해 실패를 맛보면서 좀더 6세~11세 연령층에 초점을 맞추면서 코미디물을 주요 프로그램으로 배치하고 있음

4. 『독일』

■ 방송사 동향

- 두 개의 채널이 최근 독일에서 생겨남, 하나는 YEP이라는 채널로 6세~11세 남자아이를 타겟으로 무료 방영되는 디지털 채널이고 두 번째는 또 다른 무료 채널로 Your Family Entertainment 라는 것으로 페이 TV 채널 Your Family도 운영하고 있음, 독일에서의 주요 채널은 KIKI와 Super RTL 로 미취학 아동에서부터 10세까지의 어린이를 대상으로 서비스되고 있음, 이 두 새로운 채널은 남자아이 액션에 주력하여 더 이상 새로운 어린이 콘텐츠를 프로그래밍 하지 않게 된 RTL 2 이후 마켓 내 캡을 채워나갈 것임
- 독일 어린이 콘텐츠는 디즈니 채널과 같이 이미 안정적이거나 엔터테인먼트 브랜드를 가지고 있는 업체들과 까다로운 라이선싱 마켓 상황 속에서 잘 협력해 나가고 있음

5. 『이태리』

■ 방송사 동향

- 이태리 주요 방송사에는 어린이와 가족을 타겟으로 새로운 TV 제작과 구매를 하고 있는 DeAKids가 있으며 DeAJunior는 미취학 아동 TV쇼에 주력하고 있는 TV채널이나 새로운 채널 Super는 DTT 채널로 메인 타겟은 어린이와 틴에이저로 8세~14세 연령과 가족을 대상으로 함, 이 채널은 다양하게 잘 알려진 TV 어린이 애니메이션된 쇼를 제공하고 있고 새로운 제작은 순수 엔터테인먼트에 초점을 맞추고 있음, 이태리 내 어린이 시장을 이끌어 나갈 수 있도록 오리지널 프로그래밍도 확대시키고 있음
- Mediaset과 DTT 채널 Boing은 더 많은 콘텐츠를 구매하고자 노력하고 있으며 파트너터너 브로드캐스팅은 최근 EMEA 전역에 250명을 감원하면서 커다란 변화를 맞음, 업체의 합병과 매각은 유럽에서 더 흔히 두드러지는데 예를 들어 Switchover Media는 4개의 무료 방영 DTT 채널을 운영하고 있으며 이태리에서는 단 1개의 페이 티비 네트워크를 보유하면서 최근 미국에 위치한 디즈니 방송사에 의해 매각됨, 따라서 이태리에서 3번째로 많은 시청자를 확보한 방송사로 변모함

6. 『스페인』

■ 방송사 동향

- 낮은 경기 성장에도 불구하고 스페인 방송사들은 완전히 개발된 콘텐츠를 구매하고 있음, 터너의 구조 조정을 시작으로 최근에 스페인에서 Cartoonitoo가 새롭게 런칭 되었고 전 세계 브랜드를 다 소개하게 됨
- 업체들은 현재 디지털 아웃풋을 확고히 하기 위한 채널 정비를 준비 중이고 모든 고객들을 위한 커넥티드 채널을 제공하는 플랫폼을 운영할 것임