

EUROPE

# 유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원  
유럽사무소



**kocca** KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# 주간 심층이슈

## 『방송 애니메이션 동향』

### ◎ 작성취지

- 본보고서는 영국을 비롯한 최근 유럽 주요 국가들의 방송 애니메이션의 동향을 살펴봄으로써 국내 업체들의 현지 진출을 위한 참고 자료로 제공하고자 작성함

※작성자 : 캐서린 켈리 (Headway Media MD)

### ◎ 작성순서

1. 요약
2. 「영국」
  - 1) 펀딩 개관
  - 2) 방송 동향
3. 「프랑스」
4. 「독일」
5. 「이태리」
6. 「스페인」
7. 「동유럽 국가」

### ◎ 참고자료

- C21 Media

## 1. 『요약』

### ■ 유럽 마켓 개관

- 커넥티드 TV는 가장 핫한 이슈로 떠오르면서 최근 그 영역을 넓혀가고 있음, 넷플릭스와 아마존의 러브 필름과 같은 OTT(Over the Top)디지털 방송사들이 급격히 성장함으로써 일부 VOD 서비스 내 경쟁이 일고 있는 것으로 보임
- 세컨 스크린(Second Screen) 장치로서 원래 기술되어져 왔던 것이 이제는 메인 스트림으로 자리 잡아 가면서 전통적인 선형 방송사와 마찬가지로 소비자의 주목을 끌게 되었지만 이러한 OTT(Over The Top)서비스는 가입 모델(SVOD)과는 효과적으로 페이 TV 시장에서 가장 큰 경쟁을 제공하는 것으로 알려질 수 있음
- 이러한 채널들은 단지 콘텐츠를 구매하는 방송사로서 경쟁하기 보다는 자체 시리즈물을 커미셔닝할 수 있도록 하는 오리지널 콘텐츠를 창작하길 바라면서 시리즈물에 대한 어느 정도의 권리를 제어할 수 있고 공동 제작에 있어 훌륭한 플레이어로서의 평판을 발전시켜나가고 있음
- 이러한 변화는 기존의 어린이 TV 미디어 시장에도 영향을 주어 최근 아마존은 개발을 위한 3개의 새로운 쇼를 허가해 주었고 이것은 작품을 다음 단계로 이동 시키도록 선택하는 시청자들과 온라인으로 쇼를 공유한 이후에 이루어짐
- 러브 필름은 이미 유럽에서 비즈니스를 운영하고 있지만 넷플릭스는 이러한 지역으로 이동하면서도 여전히 영국에 주둔하고 있고 다른 주요 유럽 지역에서도 런칭을 계획하면서 좀 더 구체적인 확장 안을 7월경에 발표할 것으로 예상됨
- 다른 모델들은 구글이 제공하고 있는 채널들과 함께 방송 시장에서 새롭게 떠오르고 있고 이러한 채널들은 콘텐츠를 시청하기 위한 가입을 개시할 수 있는 콘텐츠 제공자에 의해 운영되고 있음, 유튜브를 소유하고 있는 구글은 월 0.99달러부터 비용 청구가 되는 페이월과 함께 콘텐츠를 제공하는 몇몇 방송사, 배급사들과 파트너십을 통해 첫 번째로 유로 채널을 런칭함
- DHX Media, The Jim Henson Company, National Geographic Kids는 첫 번째로 계약을 체결하였고 일본, 브라질, 영국 그리고 미국을 포함한 전 세계 10개국에 런칭되는 플랫폼을 위한 채널들을 첫 번째 5개 어린이 콘텐츠 제작사와 협력하여 이 작업은 미국에서 시작됨, 이로써 구글은 SVOD 시장에 더 진출할 수 있게 됨
- 온라인 방송으로의 움직임은 DVD 판매 저하를 만들어내는 반면 VOD와 SVOD의 새로운 채널들은 계속 호조를 보임, 이러한 트렌드는 어린이들을 위한 DVD를 구매하는 사람들에게 미취학 아동쇼의 경우 조금 덜 영향을 미치는 것으로 보임, 오스트레일리아, 프랑스, 스페인 같은 국가에서는 DVD에 대한 최근 지원으로 큰 동요가 일지 않고 있지만 일부 경제 약세로 고속 인터넷망의 제공이 시장에 구축되어 있지 않기 때문인 것으로 보임

로 파악됨

- 출판 업체들도 워커 북스와 보다 많은 저작권을 운용하려는 움직임을 보이면서 더 많은 시리즈물을 제작하고 있고 펭귄 출판사는 앵그리 버드와 같은 새로운 브랜드 파트너를 인수하려는 움직임을 시작하면서 향후 3년간 개발되는 새로운 프로퍼티와 IP에 대한 독점 글로벌 출판사로 마인드 캔디와 계약을 체결함
- 이번 계약은 엔터테인먼트 브랜드에 대한 양상이 크로스 오버되어가고 트랜스미디어 플랫폼이 좀 더 양립하기 시작됨을 보여주면서, 더 많은 방송사들이 이제 추가적으로 앱을 개발하거나 마켓에 브랜드 인지도를 확보하기 위한 방송을 통한 런칭 전에 그들의 프로젝트가 자리 잡을 수 있도록 할 것임

## 2. 『영국』

### ■ 펀딩 개요

- 영국은 2013년 4월부터 세금 혜택 제도가 시행되어 영국에 기반을 둔 제작의 증가와 인터넷서널 공동 제작에 대한 긍정적인 분위기를 쇄신해 나감
- 정부 자문 이후에 공식적으로 브리티쉬 필름 인스티튜트(BFI)는 모든 4가지(영화, 하이-엔드 티비, 애니메이션, 비디오 게임) 크리에이티브 콘텐츠에 대한 세금 감면을 커버하는 기존의 지원을 감독 확대하도록 하는 역할자로 지명됨, 영화에 대한 창조산업 세금 우대는 정부 보조 승인을 필요로 하고 영국 정부는 문화 테스트를 토대로 한 개별 우대에 대한 정부 지원 통보를 제출함, 만일 정부 보조가 승인된다면 법률은 2013년 여름에 국회의 동의를 받는 것을 목표로 하는 Finance Act 2013 안에 포함될 것임
- 세금 우대는 애니메이션 제작자들에게 세금 혜택을 향상 시키거나 지급 가능한 세금 공제를 제공함, 이러한 세금 공제는 자격이 되는 지출의 25%가 될 것이고 이러한 지출에 대한 80%의 상한선을 조건으로 함(관련 소비에 대한 20%에 해당하는 실질상의 환급을 제공함), 이것은 기존의 영화 세금 우대와 비교해서 큰 혜택으로 보임
- 제작사들은 이러한 세금 혜택을 받기 위해 영국 자격(British Certification)에 대한 문화 테스트(Cultural test)를 반드시 통과해야 하고 믹스트-미디어 제작의 활성화로서 프로그램 핵심 비용에 대한 51%는 애니메이션 작품으로 분류되는 애니메이션에 지출되어야 함, 애니메이션 세금 감면에 대한 지출 세트의 최소한의 지급 협약은 없고 하이-엔드 드라마와는 다르게 소규모 그리고 대규모 제작사 모두에게 더 큰 기회를 제공할 것으로 예상됨
- 정부는 미완료된 작품에 대한 제작의 초기 개발 비용과 완성 예정인 작품의 비용 간 구분이 필요할 것으로 판단하여 초기 단계 개발 비용은 프로그램이 문화 테스트를 통과하고 명확히 방영될 의도를 가진 작품에 한해 세금 감면을 적용할 것임
- 영국의 인터넷서널 공동 제작 조약(오스트레일리아, 캐나다, 프랑스, 이스라엘, 뉴질랜드)

드, 팔레스타인) 중 한 가지 내에서 제작되고 있는 작품의 공동 제작에 대한 세금 혜택도 확정됨

### ■ 방송사 동향

- 영국 방송사들의 변화는 ITV가 향후 몇 달간 CITV에 대한 어떠한 새로운 미취학 아동물도 구매하지 않겠다고 발표한 것과 함께 진행되고 있음, 현재 ITV는 연령층이 높은 어린이들을 대상으로 한 엔터테인먼트 프로그램에 집중하고 있어 미취학 아동물에 대한 경쟁이 매우 치열한 상황으로 마켓에서 이러한 분야에 대한 관심이 다소 멀어진 결과를 낳음, 애니메이션은 채널들에게 여전히 잘 진행되고 있는 프로그램임, Three Fu Tom은 BBC에서 매우 인기를 얻고 있고 러브필름과 VOD 진입을 통해 최근 어린이 쇼로 제공되고 있어 온라인 마켓에서도 경쟁을 펼치고 있음

## 3. 『프랑스』

### ■ 방송사 동향

- 프랑스의 방송 마켓은 여전히 탑 자리를 차지하고 있는 프랑스 TV와 TF1 간에 시청률에 대한 치열한 경쟁 구도에 놓여 있음, M6의 무료 채널은 수익 배분에서 손해를 보기 시작하여 자체 수익에도 적자를 가져옴, 이로 인해 내부 구조 조정을 단행하여 구매 총책임자가 떠났고 여전히 후임자가 채워지지 않고 있는 상황임
- 주요 방송사들의 예산은 삭감되고 있고 대다수 업체들은 그들의 TV 채널을 통해 프로모션 하던 브랜드들의 라이선싱 분야를 제어할 수 있도록 자체 라이선싱 부서를 구축하면서 수익을 발생시키고자 확대 노력을 기울이고 있음
- TF1은 코미디물에 항상 큰 관심을 두고 있고 미취학 아동 시리즈물에 대해서는 좀 더 어드벤처적 요소를 가지고 있으나 재미를 주는 쇼를 찾고 있음, 주 타겟 연령층은 4세~10세로 현재는 좀 더 연령층을 높이려는 노력을 기울이면서 더 이상은 미취학 아동에 집중하지 않으려고 함, 이와 비슷하게 프랑스 텔레비지옹은 시청자들과 더 많이 커뮤니케이션 할 수 있는 방법을 찾으면서 하이브리드 포맷을 가지고 12세 어린이 그룹 층까지 시청자들을 유지하려고 함, 또한 자체 브랜드의 컨슈머 제품 개발을 통해 수익을 거두는 데 초점을 맞추고 있음, FTV Distribution은 인터넷서널 배급을 위한 제 3자 프로퍼티 사업도 개시함
- 굴리(Gulli)는 선형 스크린을 넘어서 어린이와 가족을 대상으로 하는 DTT 제공을 통해 마켓에서의 위치를 유지해 나감, 프랑스 외 지역에서 어린이 채널로의 진출을 시도함으로써 유아 채널 TiTi와 패밀리 프랜드리 굴리 러시아는 프랑스 그룹 Lagardère Active의 인터넷서널 성장 전략의 최전방에 자리 잡고 있음

## 4. 『독일』

### ■ 방송사 동향

- Super RTL은 드림웍스 애니메이션과 다년 아웃푹 계약을 체결하면서 디즈니와의 기존 계약의 종료에 대한 준비를 해나감, 현재 디즈니와 Super RTL간의 콘텐츠 계약으로 30%의 자체 스케줄을 편성함, 채널에 대한 디즈니의 50%에 해당하는 지분은 그대로 유지할지 아직은 불분명함
- 2014년 1월부터 런칭 될 Super RTL에 대항한 광고 지원을 받는 무료 채널 독일디즈니 채널은 현지 제작된 작품과 구매한 콘텐츠 그리고 어린이와 가족을 대상으로 한 장편 영화 등을 혼합하여 프로그래밍할 예정임

## 5. 『이태리』

### ■ 방송사 동향

- 회사들의 인수 합병이 유럽에서 더 많이 진행되고 있는 것으로 나타남, 프랑스 라가데를와의 전략적 파트너십을 통해 스위치오버 미디어는 배급사들과 콘텐츠 소유자들이 유료 TV와 무료 TV를 통해 두 가지 모든 지역에서 계약을 체결할 수 있도록 함, 이러한 동맹은 콘텐츠 라이선스에 대해서 경쟁할 때 더 강한 구매력을 양측 모두에게 줌, 예산 삭감 중에서도 Mediaset과 Rai의 주요 방송들은 여전히 어느 정도 변화를 보임, 이태리와 스페인은 DTT가 약 70%를 차지하면서 TV 광고로 지원되는 대다수 무료 채널들이 운영되고 있음, 스위치오버의 K2와 Frisbee는 5개 이상의 네트워크와 경쟁하고 있으며 올해 런칭된 De Agostin's Super도 포함됨
- 이외에 25개의 채널들이 유료 TV로 방영되고 있고 DTT의 변혁은 비선형의 차선책인 넷플릭스, 아마존, 유튜브, 훌루와 같은 OTT 아그리게이터들의 상륙과 새로운 VOD 채널, 페이-퍼-뷰와 다운로드-투-온 옵션 등과 함께 성장해 나가고 있음

## 6. 『스페인』

### ■ 방송사 동향

- 주요 어린이 채널 Clan(RTE)는 DTT 채널 Boing을 포함한 자체 마켓 점유율을 상실하면서 새로운 트랜스미디어 경쟁자들과 함께 시청자 확보 경쟁을 벌이고 있음. OTT 네트워크는 스페인 경제의 어려움과 함께 다른 유럽 국가에 비해 서서히 진행됨
- 스페인은 유럽에서 가장 낮은 수의 유로 TV 가입자를 차지하면서 SpongeBob과 Peppa Pig는 가장 인기를 얻고 어린이 쇼임. 방송사들은 프로퍼티에 대한 위험부담을 최소화하고 시리즈물을 구매하기 전에 완전히 펀드를 확보했거나 완성된 작품을 선호함. 다른 국가에서 이미 인기는 브랜드들에 대한 선호도도 높아짐

## 7. 『동유럽 국가』

### ■ 방송사 동향

- 동유럽 지역 내에서의 디지털 채널들은 점차적으로 증가하고 있는 추세임. Chello Zone의 글로벌 어린이 채널 JimJam이 러시아에서 가장 규모가 큰 유성 TV 사업자, Tricolor TV를 통해 런칭 됨. 이 업체는 현재 3천명의 가입자를 보유하고 있음