

제2절 유럽권 영화 시장의 동향 및 전망

1. 유럽권 영화 시장의 개요

가. 유럽권 영화 시장 규모 및 전망

2009년 241억 8,700만 달러 규모였던 유럽권 영화 시장은 2010년에 247억 3,700만 달러 전년대비 2.3%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 4.6%의 성장세로 2015년에는 309억 400만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 북미권에 이어 세계에서 두 번째로 큰 유럽 시장은 북미권과는 다른 특성이 나타나고 있다.

<표 III-6> 유럽권 영화 시장 규모 및 전망

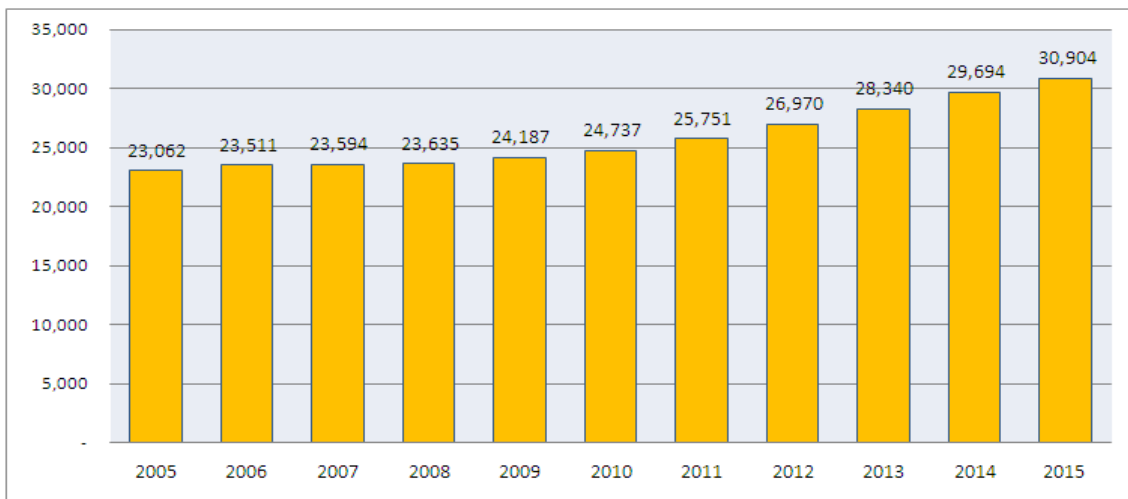
(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR	
극장용	7,492	8,405	8,452	9,264	9,826	10,189	10,860	11,567	12,272	12,934	13,523	5.8%	
홈비디오	합계	15,568	15,101	15,028	14,200	14,111	14,202	14,415	14,767	15,233	15,762	16,231	2.7%
	판매	12,377	12,200	12,404	11,947	11,967	12,176	12,487	12,928	13,476	14,079	14,617	3.7%
	대여	3,191	2,901	2,624	2,253	2,144	2,026	1,928	1,840	1,758	1,683	1,614	-4.4%
온라인	2	5	16	33	61	108	197	322	482	611	731	46.6%	
모바일	-	-	98	139	189	238	279	313	352	387	419	12.0%	
합계	23,062	23,511	23,594	23,635	24,187	24,737	25,751	26,970	28,340	29,694	30,904	4.6%	
전년대비 성장률		1.9%	0.3%	0.2%	2.3%	2.3%	4.1%	4.7%	5.1%	4.8%	4.1%		

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

[그림 III-7] 유럽권 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

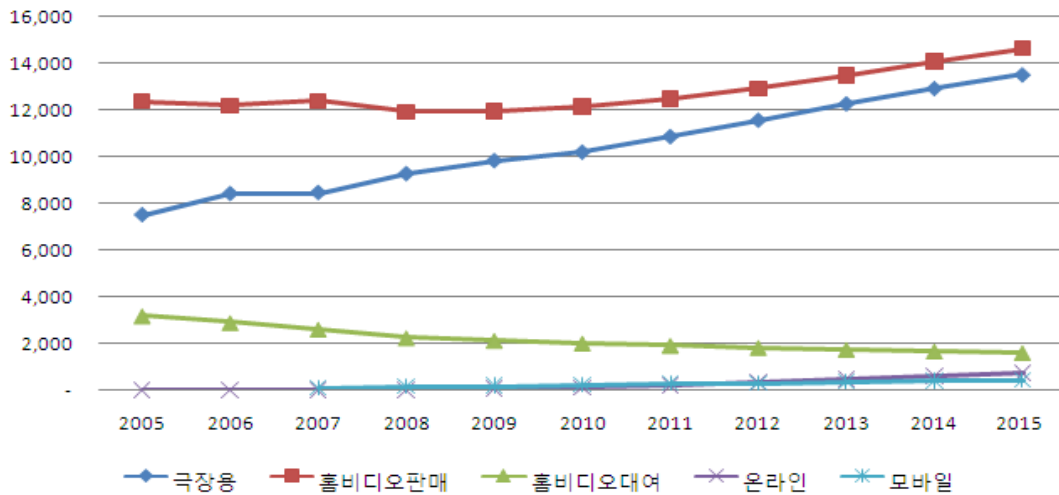
유럽권 영화시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면 점차 감소하고 있는 홈비디오 대여 시장과 달리 홈비디오 판매 시장과 박스오피스 시장이 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2005년 홈비디오 판매 시장의 약

60%를 차지하던 박스오피스 시장이 2015년에는 거의 비슷한 규모가 될 것으로 보인다

향후 5년간 가장 큰 성장이 전망되는 분야는 온라인과 모바일 시장으로 아직 시장규모는 작지만 전세계 유통의 중심이 디지털 시장으로 이동함에 따라 더욱 성장이 기대되는 분야이다. 그러나 콘텐츠의 패키지 상품을 직접 구매하여 소장하는 소비문화가 퍼져있는 유럽시장은 국가별로 차이는 있겠지만 대여 시장보다 판매 시장이 월등히 발달되어 있는 편이며, 온라인과 모바일 시장의 성장률 또한 다른 권역과 비교해서 낮게 나타나고 있다.

[그림 III-8] 유럽권 영화 시장 분야별 규모 추이

(단위: 백만 달러)

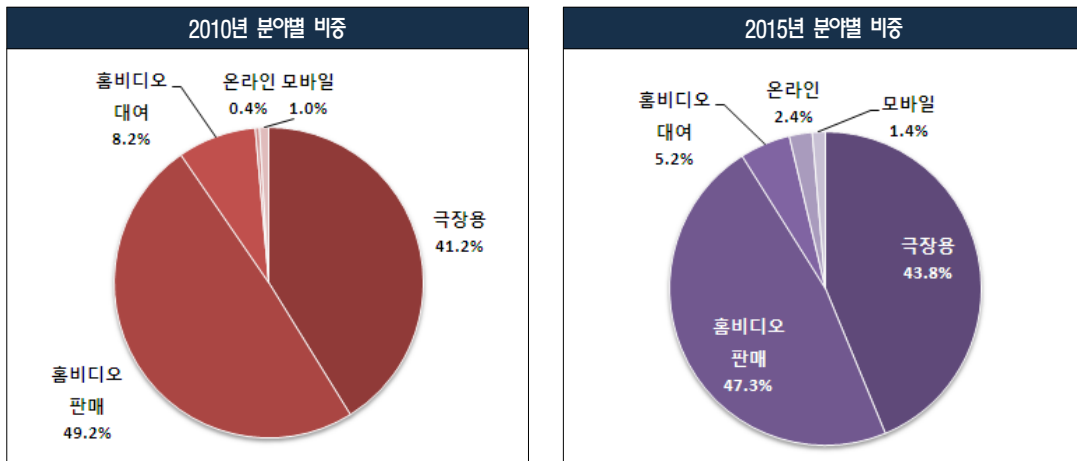


자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

2010년 유럽권 홈비디오 판매 시장의 분야별 비중을 살펴보면 홈비디오 판매가 49.2%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 박스오피스(극장용) 시장이 41.2%, 홈비디오 대여 시장이 8.2%, 온라인이 0.4%, 모바일이 1.0%의 순으로 나타난다.

2015년에는 극장용 박스오피스 시장이 41.2% → 43.8%로, 온라인 시장이 0.4% → 2.4%로, 모바일 시장이 1.0% → 1.4%로 증가가 예상되는 가운데, 홈비디오 시장은 판매가 49.2% → 47.3%로, 대여가 8.2% → 5.2%로 감소세가 전망되고 있다.

[그림 III-9] 2010년과 2015년 유럽권 영화 시장 권역별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

나. 유럽권 영화 시장의 이슈 및 트렌드

1) 디지털 시네마 확산¹⁾

현재 유럽 영화시장은 빠르게 디지털화 되어 가고 있으며, 전년도에 비해 약 3배가량 증가한 것으로 나타난다²⁾. 그 중 3D 스크린이 차지하는 비중은 74%에 이르고 있다. 유럽에는 총 4,580 개의 디지털 스크린이 있으며, 그 중 3,890개가 서유럽에, 690개가 동유럽에 있다. 2009년 디지털 스크린 성장률은 전년도 대비 196.1% 상승했고, 유럽의 3D 성장률은 505.9%였다. 2009년 전세계 총 16,405 개의 시네마 스크린 중 27.9%는 유럽의 시네마 스크린이었다.

3,890개의 디지털 스크린을 보유하고 있는 서유럽 국가 중에서 디지털 시네마 분야를 선두하고 있는 프랑스는 2009년 말을 기준으로 약 1,000여개의 디지털 스크린을 보유하고 있는 것으로 조사되고 있다. 다음으로 영국이 642개의 디지털 스크린을 보유하면서 유럽에서 두 번째로 큰 시장되며 이는 2005 ~ 2006년 영국영화위원회(UKFC)가 영화시장을 디지털화하는데 적극적으로 개입하면서 이룬 결과이다. 독일은 총 525개의 디지털 스크린을 보유하고 있으며, 영화진흥기구(FFA)는 극장의 현대화 및 리모델링을 위한 자금을 지원하는 제도를 운영하고 있다. 지원액은 최대 200,000유로, 예외적인 경우에 한해 최대 350,000유로를 지원하며, 대출금의 상환기간은 최대 10년까지이다. 2009년 지원서 접수 건은 총 432 건이었고, 이중 180건(총 3,668,433유로)이 지원되었다.³⁾

1) 한국콘텐츠진흥원(2010.4.13.)

2) www.filmecho.de/aktuell/archiv/meldung/12887-Europa-Zahl-der-digitalen-Leinwaende-hat-sich-2009-mehr-als-verdreifacht

3) 부산영상위원회(2010b)

<표 III-7> 디지털 스크린 보유현황(2009년 말 기준)

프랑스	영국	독일
1,000여개	642개	525개

자료원: 한국콘텐츠진흥원(2010.4.13.)

유럽 전역에 총 3,387개의 3D 스크린이 생기면서 현재 총 유럽 디지털 시네마 스크린의 74%가 3D 스크린으로 3D 스크린 부분에서 5개의 유럽시장들이 1,000% 이상의 성장률을 기록하였다. 프랑스가 3D 부분에서도 가장 선두주자로 710개의 스크린에 3D 기술이 설치되었으며, 영국은 449개의 3D 스크린을 가지고 있고 독일은 419개의 3D 스크린을 가지고 있다. 동유럽 국가들 중에서는 러시아가 317개의 3D 스크린들을 가지고 있는데 총 디지털 시네마 스크린의 95.8%를 차지한다.

<표 III-8> 3D 스크린 보유현황

프랑스	영국	독일	러시아
710개	449개	419개	317개

자료원: 한국콘텐츠진흥원(2010.4.13.)

유럽의 디지털 스크린 수 부분에서 가장 빠르게 성장하는 시장은 주로 굉장히 작은 규모에서 발전하는 국가들로 체코 공화국, 핀란드 그리고 사이프러스가 있지만 이탈리아의 디지털 스크린 규모도 2009년에 423%나 증가했고 스페인도 393.1%나 증가하였다. 영화 디지털 성장 분야에서 선두국가로 달리고 있는 프랑스 같은 경우에는 2008년도와 2009년도 사이에 277.6%의 성장률을 보였다.

2) 영화촬영지로 각광받기 시작한 유럽

최근 유럽은 세계적인 영화촬영지로 각광을 받기 시작했다. 독일의 바벨스베르크 스튜디오를 비롯하여 체코, 헝가리, 아일랜드는 정부차원의 지원정책을 통해서 할리우드의 영화제작을 유치하고 있다. 이들 영화 촬영 스튜디오들의 유치 전략은 주로 제작비를 절감해 주는 자금 지원방식이다. 영화 제작비 중 약 20%를 다시 돌려주거나, 자국 내에서 제작되는 영화를 대상으로 20% 정도의 자금을 직접 지원해주는 경우가 있다. 헝가리의 경우는 여기에 현지 시설과 인력을 활용할 수는 시스템을 조성하고 영어를 자유롭게 구사하는 영화 관계자를 배치하여 촬영하는 제작팀들에게 편의를 제공하도록 하면서, 다른 국가들과의 경쟁에서 차별화된 서비스를 제공하였다. 최근 영화산업 내의 공동제작방식이 점차 증가하고 있는 점을 감안할 때, 이러한 유럽의 영화 촬영지가 제공하는 혜택들은 제작자의 입장에서는 매우 매력적인 조건이라고 할 수 있다.

특히, 지역 영화 산업에 의존하는 비중이 큰 경우 다른 국가들과 영화를 공동 제작하는 것이 영화 산업에 중요한 자금 조달 공급원이 될 수 있고, 어려운 상황에 놓여있는 영화 산업을 다시 살릴 수 있는 가장 가능성이 높은 방법이기 때문에 공동 제작에서의 아주 작은 참여도 국가의 영화 산업을 지탱해주는 중요한 수단이 될 수 있다.

최근 헝가리와 유럽의 이웃 국가들 간 유치경쟁이 더욱 심해지고 있는 가운데, 체코는 오스트리아와 마찬가지로 세금 면제 시스템을 가지고 있는 것이 특징이다.⁴⁾

이 밖에 영화 <Kiliny>와 <Neverland>가 아일랜드에서 촬영 중이며, 이러한 영화와 텔레비전 산업이 200백만 유로의 가치를 경제적 가치를 창출할 것으로 정부는 기대하고 있다. 아일랜드는 전세계 영화 제작자들을 끌어들이기 위한 최고의 촬영 환경을 보유하고 있으며, 이를 통해 일자리창출, 해외자본 유치, 그리고 <반지의 제왕>을 통해 뉴질랜드의 관광이 부흥한 것처럼 영화와 텔레비전 제작이 아일랜드를 알리는 홍보의 기회로 작용할 수 있을 것으로 기대하고 있다.⁵⁾

<표 III-9> 유럽의 영화 촬영지 현황

<p>독일의 바벨스베르크 스튜디오⁶⁾</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 세계에서 가장 오래된 유럽 최대의 스튜디오로 1912년 문을 열었음 ■ 최근 할리우드 유명 영화제작 유치로 유럽 영화의 허브로 급부상 ■ 과거 동독시설 800여 편의 영화가 제작된 동유럽 영화의 중심지였음 ■ 2007년 독일연방영화펀드(DFFF)가 조성되면서 독일에서 사용한 제작비에 대해 최대 20%를 돌려주며 세계의 제작자들을 유인하기 시작하면서 지난해 7,560 만유로의 수익을 확보, 할리우드 제작자 및 감독들에게 좋은 평가를 얻고 있음 ■ 촬영된 작품 톰 크루즈 주연의 <발키리>, 쿠엔틴 타란티노 감독의 <바스터즈: 거친 녀석들>, 로만 폴란스키 감독의 <유령작가>, 케이트 윈슬렛 주연의 <더 리다: 책 읽어주는여자> ■ 제작중인 작품 롤랜드 에머리히 감독의 <익명>, 리암 니슨 주연의 <언노운 화이트 메일>, 케이트 블란쳇과 에릭 바나 주연의 <한나> 등
<p>체코⁷⁾</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 체코의 프라하는 5.6년 전까지 국제 영화제작사들의 현지 촬영지로 각광을 받았던 곳 ■ 2002년 외국 영화사들이 체코에서 촬영을 위해 투자한 자금만도 총 45억 크라운(현재 가치로 약 2억 유로), 2003년에는 50억 크라운을 넘음 ■ 그러나 이듬 해 3분의 1로 축소되었으며, 5년 후인 2008년에는 7억 크라운에 그쳐 쇠락 ■ 2004년 이웃의 헝가리가 영화산업 진흥을 위해 자국내에서 촬영되는 영화에 대해 소요비용의 20%를 현금 지원하는 제도를 도입하면서 상황은 급변했으며, 금융위기이후, 체코보다 저렴한 헝가리를 선호 ■ 올해 하반기부터 유럽연합(EU)의 승인을 얻어 자국내 제작 영화의 비용 20%를 지원해주는 제도를 시행 ■ 체코는 오스트리아와 마찬가지로 세금 면제 시스템 ■ 촬영된 작품 <아마테우스>, <미션임파서블> 등
<p>헝가리</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 자국 내 촬영비의 20%를 지원한 첫 해인 2004년에만 30억 포린트(약 1100만 유로) 규모의 해외영화 제작을 유치 ■ 2005년에는 160억 포린트로, 2007년에는 무려 347억 포린트(약 1억2600만 유로) 까지 그 규모가 수직 상승 ■ 인력이나 시설, 정책적 지원이 월등함 ■ 최근에 영화 공동 제작은 헝가리 영화 산업 미래에 중요한 요소 ■ 2009년 헝가리는 유럽, 미국, 아시아 등의 다양한 종류의 영화들을 많이 제작, 2010년 헝가리 국가가 세금 면제 계획안을 제때 통과 시키지 못하면서, 부정적인 결과를 초래함

4) 한국콘텐츠진흥원(2010.2.18.)

5) 한국콘텐츠진흥원(2010.10.4.)

2. 영국 영화 시장

가. 영국 영화 시장 규모 및 전망

2009년 56억 4,100만 달러 규모였던 영국 영화 시장은 2010년에 57억 4,500만 달러 전년대비 1.8%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 3.5%의 성장세로 2015년에는 68억 800만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 홈비디오 대여 시장은 해마다 시장규모가 감소하고 있으며 2010년부터 2015년 사이에는 -6.8%의 감소세가 예상되고 있다. 반면 온라인 시장은 54.1%의 높은 성장이 예상되며 모바일 시장 또한 10.8%의 성장이 기대된다.

<표 III-10> 영국 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
극장용	1,199	1,247	1,333	1,437	1,484	1,527	1,613	1,696	1,774	1,840	1,889	4.3%
홈비디오	합계	4,280	4,038	4,193	4,064	4,110	4,153	4,224	4,329	4,430	4,525	2.1%
	판매	3,614	3,455	3,670	3,654	3,720	3,790	3,886	4,015	4,136	4,251	2.8%
	대여	666	583	523	410	390	363	338	315	294	274	255
온라인	-	1	4	8	17	30	64	117	173	211	260	54.1%
모바일	-	-	22	25	30	35	40	43	48	53	58	10.8%
합계	5,479	5,286	5,552	5,534	5,641	5,745	5,941	6,185	6,425	6,629	6,808	3.5%
전년대비 성장률		-3.5%	5.0%	-0.3%	1.9%	1.8%	3.4%	4.1%	3.9%	3.2%	2.7%	

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

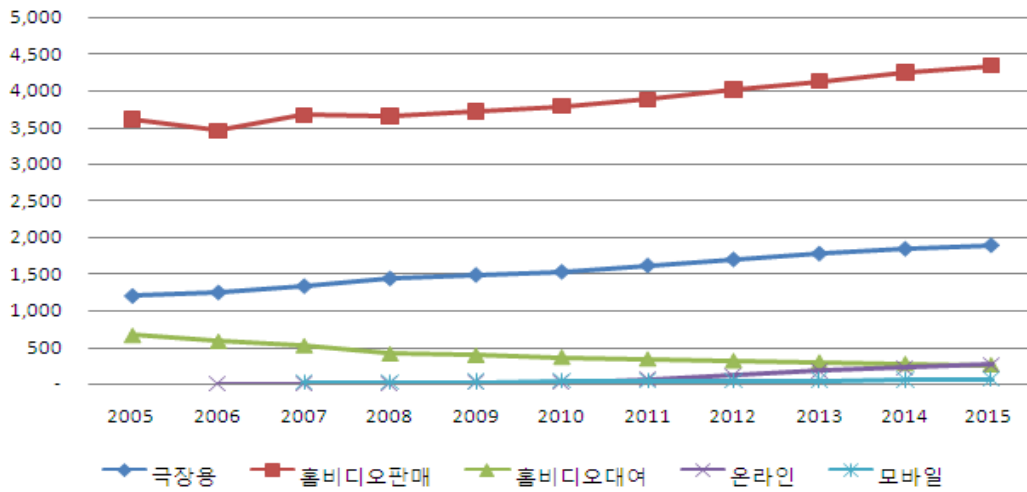
영국 영화시장의 분야별 규모 추이는 홈비디오 대여 시장을 제외한 그 외 시장은 성장세가 예상되며, 홈비디오 판매 시장은 2010년 이후 꾸준히 성장할 것으로 보인다. 홈비디오 판매 시장과 극장용 박스오피스 시장의 시장규모 증가추이가 가장 눈에 띄는 가운데, 2015년에는 감소한 홈비디오 대여 시장과 온라인 시장의 규모가 비슷해질 것으로 예상된다.

6) 한국일보(2010.6.9.)

7) 헤럴드 생생뉴스(2010.11.01.)

[그림 III-10] 영국 영화 시장 분야별 규모 추이

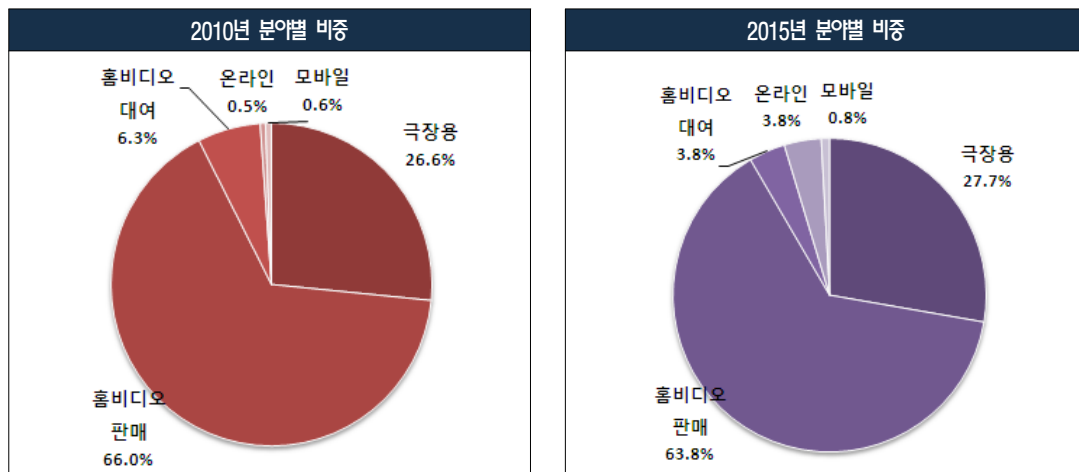
(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

2010년 영국 홈비디오 판매 시장의 분야별 비중을 살펴보면 홈비디오 판매가 66.0% 로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 극장용 박스오피스 시장이 26.6%, 홈비디오 대여 시장이 6.3%, 온라인이 0.5%, 모바일이 0.6%의 순으로 나타난다. 2015년에는 극장용 박스오피스 시장이 26.6% → 27.7% 로 온라인 시장이 0.5% → 3.8%로 증가세가 예상되는 가운데, 홈비디오 시장은 판매가 66.0% → 63.8% 로 대여가 6.3% → 3.8%로 감소세가 전망되고 있다.

[그림 III-11] 2010년과 2015년 영국 영화 시장 권역별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

나. 영국 영화 시장 현황 및 특징

1) 2010 영국 영화시장의 제작여건

2010년 상반기 영국 영화 시장은 위축된 분위기에서 2003년 이래 제작편수가 최저를 기록했으며 공동제작 편수 역시 2003년 이래 두 번째로 낮게 조사된 8편이었다. 2010년 영국의 국내자본영화는 29편으로 2009년에 비해 감소했으며, 대내투자영화 역시 2007년부터 계속적으로 감소하면서 올해 14편이 제작된 것으로 조사되었다.

<표 III-11> 영국에서 제작된 장편 영화 현황(2003~2010: 상반기기준)

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
공동제작영화	50	40	29	39	11	14	4	8
국내자본영화	24	18	24	31	33	29	37	29
대내투자영화	19	16	15	10	20	17	19	14
합계	93	74	68	80	64	60	60	51

주: 연도별 상반기 제작 영화 중 50파운드 이상이 투자된 작품만을 집계한 수치임
 자료원: UKFC(2010), 영화진흥위원회(2010.8.31.)

영국에서 제작된 영화들의 지출규모는 공동제작영화의 경우 해마다 감소하여 2010년 상반기까지 1,560만 파운드를 지출한 것으로 나타난다. 국내자본영화 역시 공동제작영화와 마찬가지로 2003년부터 해마다 지출규모가 감소하면서 2010년에는 7,000만 파운드를 소비하였다. 반면 대내투자영화는 2009부터 최근 7년간의 지출규모보다 많은 비용을 소비한 것으로 나타나고 있다

<표 III-12> 영국 내 제작비 지출 규모(상반기만 해당 단위 100만 파운드), 2003~2010

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
공동제작영화	85.3	65.5	40.5	74.1	19.4	40.7	9.1	15.6
국내자본영화	114.7	49.3	82.4	115.8	75.1	113.8	100.4	70.3
대내투자영화	440.0	520.7	159.6	283.4	333.2	217.5	616.9	557.1
합계	640.0	635.5	282.6	473.2	427.7	372.0	726.4	643.0

주: 연도별 상반기 제작 영화 중 50파운드 이상이 투자된 작품만을 집계한 수치임
 자료원: UKFC(2010), 영화진흥위원회(2010.8.31.)

독립영화 또한 해마다 제작편수와 지출되는 제작비가 감소하고 있으며, 2010년 상반기까지 집계된 수치는 37편의 영화가 제작되었고 8,000만 파운드를 지출한 것으로 나타난다

<표 III-13> 영국 독립 제작 영화의 제작 편수와 영국 내 제작비 지출분(상반기에만 해당), 2003~2010

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
제작 편수	74	65	60	68	49	44	40	37
영국 내 제작비 지출분	180.3	130.0	141.1	124.4	114.4	108.1	101.8	80.0

자료원: UKFC, 영화진흥위원회(2010.8.31.)

미국 스튜디오가 제작한 영국 영화의 시장점유율은 2010년 20.2%로 8.5%였던 전년도에 비해 크게 증가하면서 2007-8년도 수준으로 회복되었고, 영국 독립 제작 영화의 경우는 6.2% 를 기록하면서 전년도보다 하락한 것으로 조사되었다.

<표 III-14> 미국 스튜디오와 영국 독립 제작영화의 시장 점유율 2001-2010

(단위: %)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
미국 스튜디오에서 제작한 영국 영화 시장점유율	21.2	16.1	12.5	19.5	26.2	14.4	21.8	25.4	8.5	20.2
영국 독립 제작 영화의 시장 점유율	3.8	6.5	3.4	3.9	6.9	4.7	6.8	5.7	8.2	6.2

자료원: UKFC(2010), 영화진흥위원회(2010.8.31.)

2) 2010년 영국 영화시장 박스오피스 현황

영국의 박스오피스를 장악하고 있는 대부분의 영화들은 주요 대형 배급사가 차지하는 비중이 큰 상황이다. 이는 영국시장 뿐만 아니라 전세계 시장에서 공통적으로 나타나는 현상이다 2008 년 자료를 기준으로 살펴본 영국과 아일랜드의 영화 배급사는 Universal Pictures가 18.3%로 가장 높은 비율을 차지한 것으로 나타났으며, Paramount가 17.0%, Sony Pictures가 12.5%, Warner Bros가 11.0%, Disney Studios가 10.0% 순으로 대부분 헐리우드 배급사가 시장을 점유하고 있는 것으로 나타난다 반면 주요 10 개 배급사를 제외한 중소배급사는 5.5%의 시장점유율을 차지하고는 있지만 배급영화편수가 368 편으로 10 개 배급사의 58.0%에 해당하는 230편의 영화를 배급한 것으로 조사되었다. 영국의 중소배급사들은 시장점유율은 크지 않지만 시장에서 미치는 영향력은 작지 않을 것으로 분석된다.

<표 III-15> 영국과 아일랜드의 배급사 현황(2008년 기준)

(단위: 백만 파운드)

배급사	시장점유율(%)	배급영화편수	박스오피스 총액
유니버설 픽처스(Universal Pictures)	18.3	31	177.7
파라마운트(Paramount)	17.0	26	162.4
소니 픽처스(Sony Pictures)	12.5	22	119.4
워너 브라더스(Warner Bros)	11.0	21	105.2
디즈니 스튜디오(Disney Studios)	10.0	19	95.3
21세기 폭스(20th Century Fox)	9.4	26	90.2
엔터테인먼트(Entertainment)	7.9	22	75.9
모멘텀(Momentum)	3.5	23	33.2
라이온스 게이트(Lions Gate)	2.5	21	23.9
파테(Pathè)	2.1	19	19.8
소계	94.5	230	903.0
타배급사(82개 중소배급사)	5.5	368	53.7
합계	100.0	598	956.7

자료원: 한국영화진흥위원회(2010.1.15.)

2010년 상반기 영국 극장의 관객수는 8,010만 명으로 2009년 같은 기간과 비교해서 4%가 감소한 것으로 나타났다. 전년도와 비교해서 가장 많이 관객수가 증가한 달은 3월이며, 가장 많이 감소한 달은 6월로 나타났다. 6월의 경우는 2010년 남아공 월드컵으로 인한 결과이다

<표 III-16> 2009 vs 2010 상반기 관객수 비교

(단위: 명, %)

월	2009	2010	2009-2010
1월	14.5	14.6	+0.5
2월	15.0	14.9	-10.5
3월	11.9	14.5	+21.7
4월	13.8	14.7	+0.6
5월	15.8	12.8	-18.8
6월	12.5	8.7	-30.1
합계	83.5	80.1	-4.0

자료원: UKFC(2010)

2010년 상반기 영국 박스 오피스 시장 역시 3D 영화의 강세를 확인할 수 있다. 상반기 1위를 차지한 영화는 팀버튼 감독의 <이상한 나라의 앨리스>로 개봉 전부터 3D 입체 상영에 대한 관심이 높았던 작품이다. 다음으로 <센스 앤 더 시티 2>, <아이언맨 2>, <타이탄> 이 흥행에 성공하였다

<표 III-17> 2010년 상반기 영국 박스 오피스 Top15

(단위: 백만 파운드)

순위	영화명	제작국	총수익	개봉관수	개봉 첫주 수입	배급사
1	이상한 나라의 앨리스	미국	42.54	553	10.53	디즈니
2	섹스 앤 더 시티 2	미국	21.61	530	6.14	위너 브라더스
3	아이언맨 2	미국	21.17	521	7.66	파라마운트
4	타이탄	영국/미국	20.20	446	5.68	위너 브라더스
5	드래곤길들이기	미국	17.17	471	4.85	파라마운트
6	내니맥피 2: 유모와 마법소동	영국/미국	16.43	512	2.59	유니버설
7	로빈후드	영국/미국	15.43	537	5.75	유니버설
8	스트리트 댄스 3D	영국	11.60	412	2.49	버티고
9	킵에스	영국/미국	11.60	402	3.88	유니버설
10	공주와 개구리	미국	11.14	1	0.02	디즈니
11	서터아일랜드	미국	10.75	416	2.25	파라마운트
12	발렌타인데이	미국	10.21	432	3.73	위너 브라더스
13	사랑은 너무 복잡해	미국	9.31	434	1.10	유니버설
14	페르시아 왕자: 시간의 모래	영국/미국	8.84	468	1.37	디즈니
15	퍼시픽스와 번개도둑	미국	7.45	454	1.50	20세기 폭스

자료원: UKFC

3) 영국 영화 및 비디오 산업 현황

영국의 영화 및 비디오 산업 관련 기업들이 지난 12년간 12.7%의 성장률을 보이고 2010년 435 개까지 증가한 것으로 나타났다. 특히, 제작사의 규모는 1996~2007년까지 276%의 성장률을 보이면서 2008년 약 8,000개에 이르렀다. 멀티플렉스 상영관의 증가추세에 따라 체인업체의 수 또한 29.0%의 성장률을 보이고 있으며, 이는 영국 영화산업 전체적으로 21.2%의 성장을 가져왔다

하지만 제작사 및 배급사의 증가만큼 영화제작편수가 증가한 것은 아니다. 2003년부터 영국의 장편영화 제작편수는 꾸준히 감소하고 있으며, 또한 2010년 상반기에 제작된 영화편수는 최근 7년간 가장 적은 수치로 그 중에서 대내투자영화가 계속 감소하고 있는 추세이다. 하지만 대내투자영화의 제작비 지출규모는 오히려 증가한 것으로 나타나고 있어, 이는 점차 상승하고 있는 제작비와 무관하지는 않을 것으로 보인다

<표 III-18> 영국의 영화 및 비디오 산업 관련 기업현황

연도	제작사	배급사	영화관 체인업체	전체
1996	1,745	355	155	1,380,695
1997	2,460	360	160	1,547,175
1998	3,065	370	160	1,573,935
1999	3,460	380	165	1,595,705
2000	3,900	425	165	1,616,835
2001	4,185	485	190	1,626,025
2002	4,605	515	195	1,619,195
2003	5,065	530	205	1,623,715
2004	5,275	455	200	1,611,535
2005	5,785	445	200	1,631,540
2006	6,210	415	200	1,646,280
2007	6,575	400	200	1,673,835
2008	7,970	435	230	2,161,555
성장률 1996-2007(%)	276.8	12.7	29.0	21.2

3. 프랑스 영화 시장

가. 프랑스 영화 시장 규모 및 전망

2009년 38억 300만 달러 규모였던 프랑스 영화 시장은 2010년에 37억 9,300만 달러 전년대비 0.3%의 감소세를 보였다. 향후 5년간 연평균 0.6%의 성장세로 2015년에는 39억 1,500만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

<표 III-19> 프랑스 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

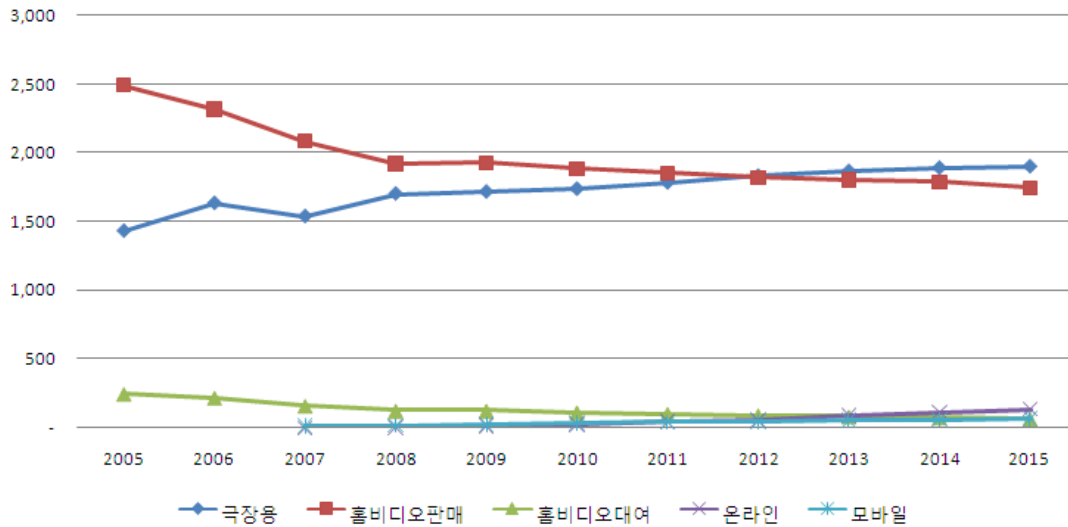
구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR	
극장용	1,430	1,634	1,538	1,703	1,717	1,739	1,784	1,834	1,869	1,892	1,903	1.8%	
홈비디오	합계	2,732	2,532	2,240	2,042	2,047	1,993	1,948	1,909	1,884	1,861	1,810	-1.9%
	판매	2,487	2,315	2,083	1,921	1,926	1,884	1,851	1,822	1,805	1,792	1,749	-1.5%
	대여	245	217	157	121	121	109	98	87	78	69	61	-10.9%
온라인			2	5	13	28	46	60	90	116	134	36.8%	
모바일			13	18	26	34	41	46	54	61	68	15.1%	
합계	4,162	4,166	3,793	3,769	3,803	3,793	3,819	3,850	3,897	3,930	3,915	0.6%	
전년대비 성장률		0.1%	-9.0%	-0.7%	0.9%	-0.3%	0.7%	0.8%	1.2%	0.9%	-0.4%		

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

프랑스 영화시장의 분야별 규모 추이는 박스오피스 시장을 제외한 기타 시장들의 소폭의 성장 또는 정체현상이 있을 것으로 전망된다.

[그림 III-12] 프랑스 영화 시장 분야별 규모 추이

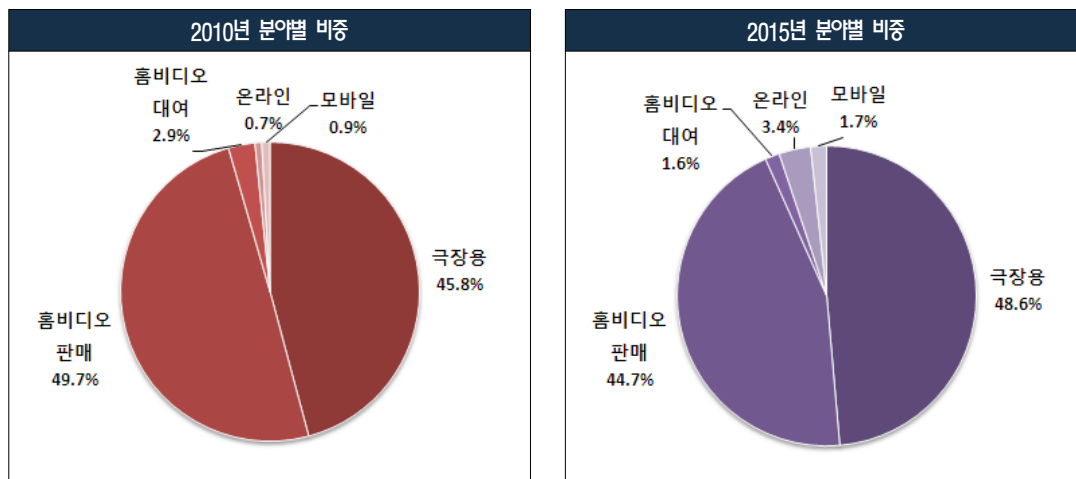
(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

2010년 프랑스 영화 시장의 분야별 비중을 살펴보면 홈비디오 판매가 49.7%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 극장용 박스오피스 시장이 45.8%, 홈비디오 대여 시장이 2.9%, 모바일 시장이 0.9%, 온라인이 0.7%의 순으로 나타난다. 2015년에는 극장용 박스오피스 시장이 45.8% → 48.6%로 온라인 시장이 0.7% → 3.4%로 증가할 것으로 예상되는 가운데 홈비디오 시장은 판매가 49.7% → 44.7%로, 대여가 2.9% → 1.6%로 감소세가 전망되고 있다. 모바일 시장은 1.7%를 차지하며 성장할 것으로 예상된다.

[그림 III-13] 2010년과 2015년 프랑스 영화 시장 분야별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

나. 프랑스 영화 시장 현황 및 특징

1) 경기 침체로 인한 프랑스 영화산업의 위기

한국콘텐츠진흥원⁸⁾에 따르면, 2009년 세계 경제 불황은 프랑스 영화시장에도 큰 타격을 입혔다 2009년 영화 산업의 투자비용은 15억 유로로 11억 유로가 투자된 2008년보다 26.3%가 감소한 규모이다

연간 제작편수의 경우도 2009년 230편의 영화가 제작/생산되면서 2008년도 240편 보다 감소한 것으로 나타났다. 또한 주요 영화 프로덕션 회사들의 수도 196 개에서 182 개로 줄어들었다

배우들의 출연료는 2008년도의 경우 총 영화 제작비의 8%를 차지했었는데 2009년도에는 1.2%가 감소되어 평균적으로 총 영화 제작비의 6.8%가 지불되었다.

경제 불황의 여치는 프랑스 TV 채널들의 영화 투자예산에도 부정적인 영향을 미쳤으며 지금까지 유명한 영화 프로덕션에 투자를 해 온 프랑스의 주요 사설 방송국인 TF1의 투자비용을 29.8%나 축소하게 만들었다. 2009년에 공영 텔레비전 방송국 프랑스 텔레비지옹(France Televisions)도 영화에 투자되는 비용을 25.8% 축소했고, M6은 19.8% 그리고 유료 텔레비전 방송국인 채널 플러스(Canal Plus)는 5.3%를 감축한 것으로 조사되고 있다. 이와 반대로 프랑스와 독일의 사설 채널방송 아르테(Arte)는 2009년 영화 투자 예산을 2008년 보다 83.6%를 올린 것으로 나타났다.

2008년에는 4,000만 유로가 넘는 큰 예산 영화들이 3년 정도 제작되었으나 2009년도에는 이러한 큰 예산의 영화제작이 적었다. 2009년도에는 프랑스의 주요 프로덕션들이 4,000만 유로 이상의 고예산 작품 제작을 줄이면서, 저예산 영화들이 선전하는 결과가 나타났다. 프랑스 영화 산업은 총 예산의 16.2%를 400~700백만 유로의 예산 영화를 위해서 비축하면서 중저가 예산 영화들에 더 많은 후원과 투자를 지원했고, 그 결과 2008년에 비해 2009년도에 제작된 중저가 예산 영화들은 11.4%나 증가하였다

2009년 평균 영화 제작비는 510만 유로로 2008년보다 훨씬 낮았다 그 중에서 가장 큰 예산이 지출된 영화는 총 3134만 유로가 투자된 뤽 베송(Luc Besson)의 <어드벤처 오브 아델리 브랑 섹(Adventure of Adele Blanc Sec)>이라는 영화와 총 2,962만 유로의 제작비가 지출된 로만 폴란스키(Roman Polanski)의 <유령작가(The Ghost Writer)> 그리고 파비엔 온테니엔테(Fabien Onteniente)의 코미디 영화 <캠핑 2(Camping 2)>가 총 2,307만 유로의 제작비로 제작되었다.

2) 2010년 상반기 영화시장 현황

월드컵이 개최된 6월을 제외하고는 작년보다 많은 관객들이 영화관을 찾은 것으로 나타났다 2009년은 총 관객수 2억 93만 명으로 이는 두 번째로 많은 관객수를 기록한 한해였다 이러한 자료를 감안할 때 2010년 상반기와 더불어 하반기 역시 높은 기록을 세울 것으로 예상되고 있다 2010년 상반기에만 극장을 찾은 관객은 1억 명을 넘어섰으며, 작년 같은 기간과 비교해서 8.9%가 증가한 수치로 나타난다 특히 1-2월 관객이 급증한 것으로 나타나, 이는 영화 <아바타>의 흥행력이 미친 영향력으로 보고 있다

8) 한국콘텐츠진흥원(2010.3.15.)

<표 III-20> 상반기 프랑스 영화시장 관객수

(단위: 만 명)

구분	2010	2009	변화
1월	1,905	1,529	+24.6%
2월	2,102	1,903	+10.5%
3월	1,851	1,774	+4.3%
4월	1,854	1,739	+6.6%
5월	1,633	1,493	+9.4%
6월	1,070	1,119	-4.4%
상반기 총 관객수	10,415	9,561	+8.9%
지난 1년간 총 관객수	21,000	18,364	14.4%

자료원: CNC

2010년 프랑스에서 개봉한 영화 중 가장 많은 관객수를 기록한 작품은 <이상한 나라의 엘리스> 로 약 450만 명의 관객을 극장으로 불러들인 것으로 조사되었다. 영국 시장과 비교해서 프랑스 시장은 파테와 고몽 등 박스오피스 순위에서 자국내 배급사의 작품들이 상대적으로 많은 것으로 나타나며, 또한 <오션스>와 같은 다큐멘터리형 작품이 Top 10에 진입한 점도 눈에 띄는 부분이다. 2010년 박스오피스15 위권 내에 프랑스 영화 5편이 자리를 차지하고 있으며, 2D 애니메이션 <공주와 개구리>의 선전은 애니메이션에 대한 선호도가 높고 전체 관람가 영화가 강세를 보이는 프랑스 시장의 특성들이 반영된 결과라고 볼 수 있다.

<표 III-21> 상반기 흥행영화 순위

순위	영화명	배급사	개봉일	개봉관수	관객수
1	이상한 나라의 엘리스	월트디즈니	3.24	774	4,498,565
2	캠핑 2	파테	4.21	782	3,921,061
3	공주와 개구리	월트디즈니	1.27	700	3,828,695
4	하트 브레이커	유니버설	3.17	443	3,702,823
5	우리가 꿈꾸는 기적 : 인빅터스	위너	1.13	497	3,109,022
6	서터 아일랜드	파라마운트	2.24	542	3,058,274
7	일제 단속	고몽	3.10	707	2,851,291
8	오션스	파테	1.27	588	2,847,873
9	아이언맨 2	파라마운트	4.28	722	2,551,310

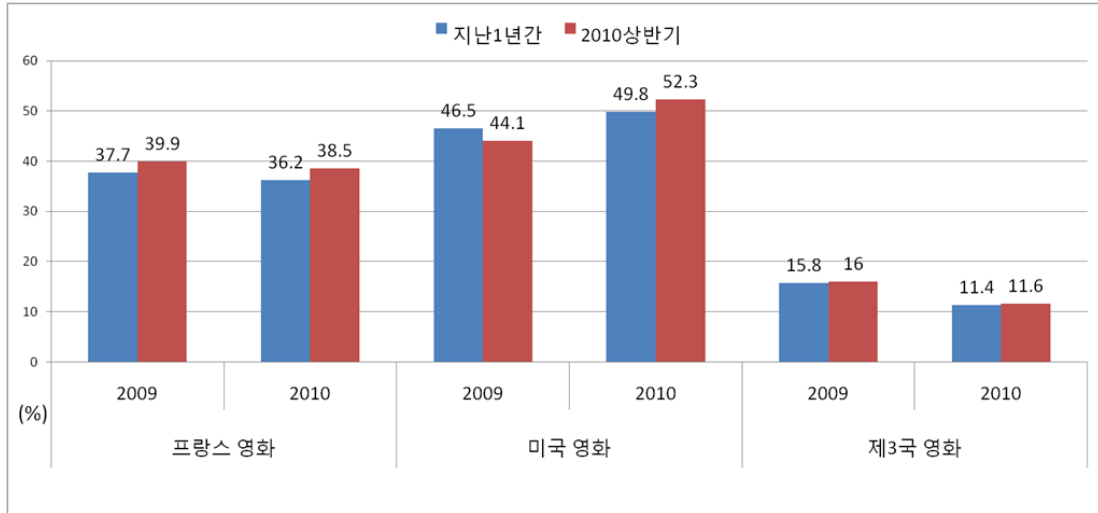
자료원: 『Ecran Total』, No.810, pp.27-30; KOFIC, 2010.8.31. 재인용

프랑스 영화시장의 자국영화 점유율은 전년도와 비교해서 모두 증가한 것으로 나타나고 있으며, 이는 다음의 [그림 III-14]를 통해 확인할 수 있다. 2010년 프랑스 영화시장에서 자국영화의 점유율은 38.5%를 차지하고 있으며, 미국 영화가 52.3%, 그 밖에 제 3국의 영화가 11.6%를 차지하고 있는 것으로 나타나고 있다.

한편, 2009년 7월부터 2010년 6월까지 지난 1년간 프랑스 영화 점유율은 36.2%였으며 같은 기간 미국 영화 점유율은 49.8%를 차지한 것으로 나타났다. 특히, 지난 1년간 미국 영화 점유율이 52.3%로 상반기

기 49.8%에 비해 높게 나타나는 것은 2009년 말 개봉한 <아바타>의 흥행이 영향을 미친 것으로 분석된다.

[그림 III-14] 2010년 상반기 프랑스 영화시장의 자국영화 점유율



자료원: CNC

2010 상반기 프랑스의 홈비디오 시장을 살펴보면 총 6억 3,215만 유로로, 전년도 대비 6.9%가 성장한 수치가 나타나고 있다. DVD가 5억 5,699만 유로의 매출을 기록하며 1.5% 성장한 것과 달리 블루레이 시장은 7,516만 유로의 판매를 기록하며 75.3%가 성장한 것으로 조사되었다

비디오 시장의 전체 판매량은 6,296만장으로 전년도 같은 기간 대비 4.5%가 늘어난 수치이다. DVD는 5,902만장, 블루레이는 394만장이 판매되었으며, 블루레이는 전년도 같은 기간과 비교해서 99.1%로 크게 증가한 것이 특징이다.

2010년 상반기 DVD의 평균가격은 17.81유로, 구작DVD는 평균 8.48유로였다. 신작 블루레이의 경우 24.52유로, 구작은 15.76유로에 판매되어 상대적으로 높은 가격대를 형성하고 있다. 판매된 DVD 중에는 8유로 미만이 전체 판매량의 31.1%를 기록해 가장 큰 비중을 차지했으며, 한편 17-20유로 사이의 DVD는 판매량의 26.5%였다.

<표 III-22> 2010년 상반기 비디오 시장

구분	타이틀	변화(%)	총매출액(백만 유로)	변화(%)
DVD	59.02	1.3	556.99	1.5
블루레이	3.94	99.1	75.16	75.3
계	62.96	4.5	632.15	6.9
지난1년간	143.84	6.4	1430.49	3.9

자료원: CNC-GFK<Baromètre : video CNC-GFK 1er semestre 2010>; KOFIC, 2010.8.31

4. 독일 영화 시장

가. 독일 영화 시장 규모 및 전망

2009년 36억 8,600만 달러 규모였던 독일 영화 시장은 2010년에 38억 2,000만 달러 전년 대비 3.6%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 4.9%의 성장세로 2015년에는 48억 6,400만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 독일 시장 역시 영국프랑스와 마찬가지로 홈비디오 대여 시장의 규모 감소와 온라인·모바일 시장의 성장이 예상되며, 특히 박스오피스(극장용) 시장의 성장이 매우 높게 나타나고 있다

<표 III-23> 독일 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

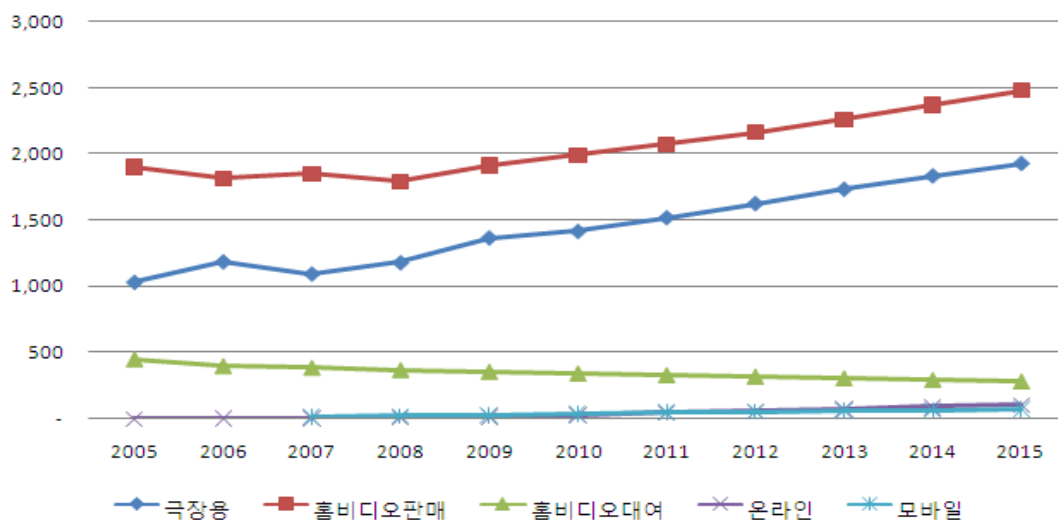
구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
극장용	1,034	1,188	1,097	1,182	1,368	1,418	1,522	1,627	1,735	1,835	1,929	6.4%
홈비디오	합계	2,346	2,212	2,233	2,161	2,270	2,334	2,401	2,479	2,565	2,662	3.4%
	판매	1,901	1,817	1,850	1,795	1,916	1,993	2,071	2,161	2,260	2,368	4.4%
	대여	445	395	383	366	354	341	330	318	306	294	-3.7%
온라인	2	4	5	13	19	30	44	59	75	88	103	28.1%
모바일			12	19	29	38	46	53	61	68	75	14.3%
합계	3,382	3,404	3,347	3,374	3,686	3,820	4,013	4,218	4,437	4,654	4,864	4.9%
전년대비 성장률		0.7%	-1.7%	0.8%	9.2%	3.6%	5.0%	5.1%	5.2%	4.9%	4.5%	

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

독일 영화시장의 분야별 규모 추이는 홈비디오 판매 시장과 극장용 박스오피스 시장의 성장에 두드러진 가운데, 온라인 시장이 28.1%, 모바일 시장이 14.3%의 성장률을 보이고 있다

[그림 III-15] 독일 영화 시장 분야별 규모 추이

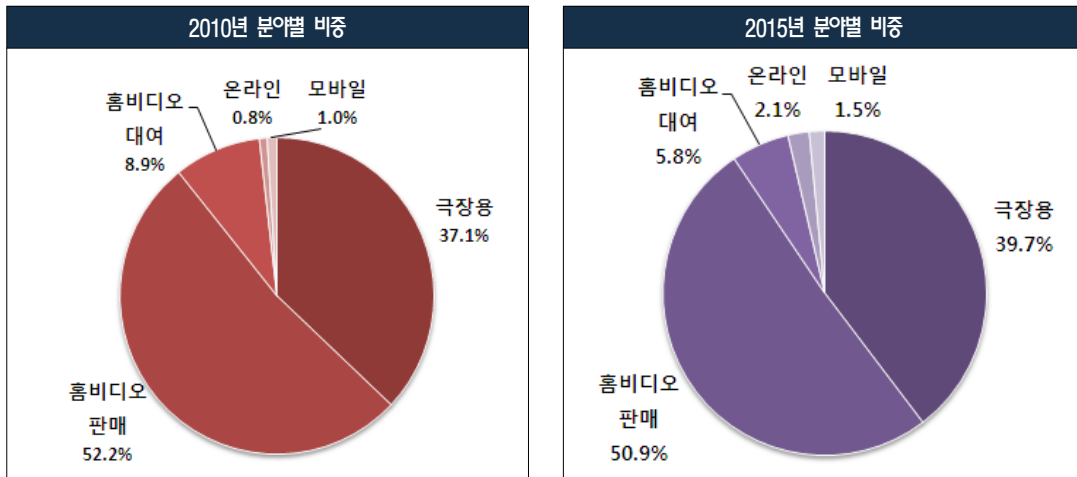
(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

2010년 독일 영화 시장의 분야별 비중을 살펴보면 홈비디오 판매가 52.2%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 극장용 박스오피스 시장이 37.1%, 홈비디오 대여 시장이 8.9%, 온라인이 0.8%의 순으로 나타난다. 2015년에는 박스오피스(극장용) 시장이 37.1% → 39.7%로, 온라인 시장이 0.8% → 2.1%로, 모바일 시장이 1.0% → 1.5%로 증가세가 예상되는 가운데 홈비디오 시장은 판매가 52.2% → 50.9%로, 대여가 8.9% → 5.8%로 감소세가 전망되고 있다.

[그림 III-16] 2010년과 2015년 독일 영화 시장 권역별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

나. 독일 영화 시장 현황 및 특징

2010년 독일 상반기 박스오피스 Top 10 순위를 살펴보면 <섹스 앤 더 시티2>가 1위를 기록한 것을 확인할 수 있다. 다음으로 <로빈후드>, <이상한 나라의 앨리스>, <타이탄>, <셜록홈즈>가 차지하면서, 독일 영화 시장에서의 할리우드 영향력을 확인할 수 있다. <섹스 앤 더 시티2>의 경우 미국 시장보다 오히려 유럽권 국가에서 좋은 반응을 얻은 것으로 나타나고 있다.

<표 III-24> 2010 Top Stars 10

순위	관객수	극장수	영화제목
1	595.000	720	섹스 앤 더 시티2
2	554.992	712	로빈후드
3	543.814	452	이상한 나라의 앨리스
4	478.888	628	타이탄
5	416.024	599	셜록홈즈
6	394.286	767	슈렉4
7	339.476	473	서터아일랜드
8	336.777	371	프렌스 쉽
9	332.506	512	바운티 헌터
10	322.272	633	아이언 맨 2

자료원: www.insidekino.de

최근 3년간 1분기 개봉영화 편수를 비교해보면, 전체적으로 증가와 감소를 반복하고 있으며 2010 년에 는 1월 개봉편수가 급감하고 2월에 다시 증가한 것으로 나타나고 있다. 이는 2009 년 말에 개봉한< 아바 타>의 장기흥행에 따른 결과로 판단되며, 2009년에는 다른 해에 비해 상대적으로 개봉영화의 편수가 많 은 것으로 집계되고 있다.

<표 III-25> 2007-2010 제1분기 개봉영화 편수 변화

월	2007	2008	2009	2010
1월	44	42	58	38
2월	31	29	31	37
3월	47	43	44	42
합계	122	114	133	117

자료원: FFA

2007년부터 2010년까지 1분기에 개봉된 국가별 영화현황을 살펴보면, 독일영화가 37 편, 프랑스영화가 11 편, 영국영화가 2 편, 미국영화가 43 편, 기타 유럽국가 영화가 6 편, 기타 18 편으로 총 117 편이 개봉된 것으로 나타난다. 독일 영화는 2009년 41 편의 많은 영화가 개봉했으며, 프랑스는 큰 변화 없이 일정규모 가 개봉되고 있다. 영국영화는 2편으로 올해 그 수가 급감하였으며, 미국영화는 43 편으로 전년도와 일치 한다. 이는 2-3년 전 경기침체로 영화시장이 위축되면서 제작편수가 감소한 요인이 시간이 지나면서 나 타난 결과로 해석된다.

<표 III-26> 2007-2010 제1분기 국가별 개봉영화 편수 변화

국가별	2007	2008	2009	2010
독일	32	33	41	37
프랑스	9	12	11	11
영국	6	4	7	2
미국	43	47	43	43
기타 유럽국가	11	9	11	6
기타	21	9	20	18
합계	122	114	133	117

자료원: FFA

2010년 10월 9일을 기준으로 입장객수는 6,038 만 명으로 집계되고 있으며, 이는 전년도에 비해 7% 가 감소한 수치로 나타난다. 그러나 실제 박스오피스 수익은 전년도에 비해 5.2%가 증가한 4 억 4,306 만 유 로로 나타나, 13.1% 상승한 티켓가격으로 인한 결과로 분석된다. 이는 전세계 영화시장에서 공통적으로 나타나는 현상으로 전체적인 영화 관람객수는 감소하였으나, 3D 입체 상영의 증가와 티켓 가격의 상승으 로 실제 수익은 증가하는 결과를 가져오게 되었다.

<표 III-27> 2010 독일 영화 시장 현황

(단위: 유로)

입장객수			박스오피스 수익			입장료		
2009	2010	'09-'10	2009	2010	'09-'10	2009	2010	'09-'10
64,915,036	60,380,717	-7.0 %	421,353,942	443,068,135	5.2 %	6,49	7,34	13.1 %

자료원: FFA (2010.10.9. 기준)

독일 영화 관객이 시장에서 차지하는 비율은 최근 2년간 최근 5년 동안 증감을 반복하다가 2008년부터 증가하기 시작했다. 월간 시장점유율의 연평균 비율은 2008년 25.6%, 2009년 27.1%로 나타났다. 월별로 살펴본 점유율은 대체로 9~10월 또는 2~3월 시즌의 수치가 높게 나타나는 특성을 보였다.

<표 III-28> 2005-2009 독일 영화 관객 수 시장 점유율

연도	2005	2006	2007	2008	2009
1월	19.3%	19.9%	14.1%	30.5%	26.0%
2월	29.9%	21.9%	31.1%	42.2%	32.1%
3월	17.7%	39.8%	24.5%	39.1%	44.1%
4월	23.4%	12.3%	22.7%	42.4%	27.6%
5월	11.5%	10.6%	15.8%	22.9%	8.4%
6월	9.3%	11.2%	9.6%	12.1%	7.2%
7월	7.5%	11.5%	6.0%	9.2%	4.4%
8월	15.3%	20.4%	10.7%	10.2%	19.9%
9월	24.5%	45.3%	15.5%	17.3%	43.5%
10월	24.8%	56.5%	16.6%	37.2%	50.8%
11월	13.4%	36.4%	37.0%	20.6%	27.7%
12월	11.5%	9.2%	29.5%	23.7%	33.1%
연평균	17.3%	24.6%	19.4%	25.6%	27.1%

자료원: FFA

5. 이탈리아 영화 시장

가. 이탈리아 영화 시장 규모 및 전망

2009년 21억 1,800만 달러 규모였던 이탈리아 영화 시장은 2010년에 21억 3,400만 달러 전년 대비 0.8%의 성장을 보였다. 향후 5년간 연평균 3.8%의 성장세로 2015년에는 25억 6,700만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 특히, 온라인과 모바일 시장의 성장률이 눈에 띈다.

<표 III-29> 이탈리아 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

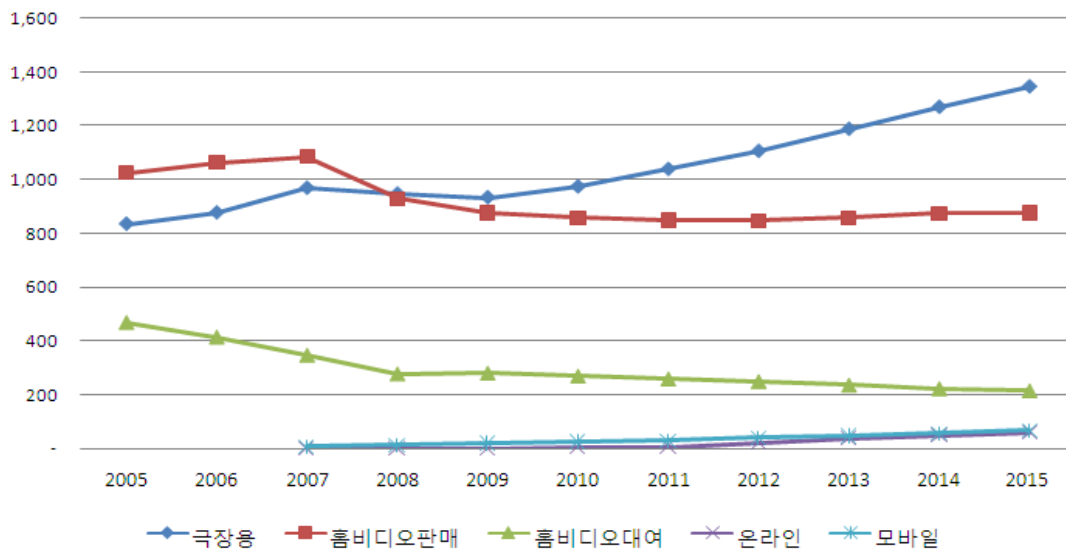
구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
극장용	835	877	969	947	934	974	1,039	1,105	1,187	1,269	1,345	6.7%
홈비디오	합계	1,495	1,480	1,433	1,207	1,159	1,128	1,111	1,099	1,094	1,094	-0.6%
	판매	1,026	1,064	1,084	927	876	856	849	847	856	872	0.5%
	대여	469	416	349	280	283	272	262	252	239	226	-4.4%
온라인	-	-	1	1	2	4	8	21	37	50	60	72.0%
모바일	-	-	11	16	23	28	30	43	50	59	68	19.6%
합계	2,330	2,357	2,414	2,171	2,118	2,134	2,187	2,268	2,368	2,475	2,567	3.8%
전년대비 성장률		1.2%	2.4%	-10.0%	-2.5%	0.8%	2.5%	3.7%	4.4%	4.5%	3.7%	

자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

이탈리아 영화 시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면 홈비디오 대여 시장을 제외한 그 외 시장은 성장세가 예상되며, 반면 홈비디오 대여 시장은 향후 5년간 점차적으로 규모가 감소할 것으로 보인다. 박스오피스(극장용) 시장규모 증가추이가 가장 눈에 띄는 가운데 홈비디오 시장은 약 1.4%의 성장률을 보이며 일정한 수준을 유지할 것으로 전망된다.

[그림 III-17] 이탈리아 영화 시장 분야별 규모 추이

(단위: 백만 달러)

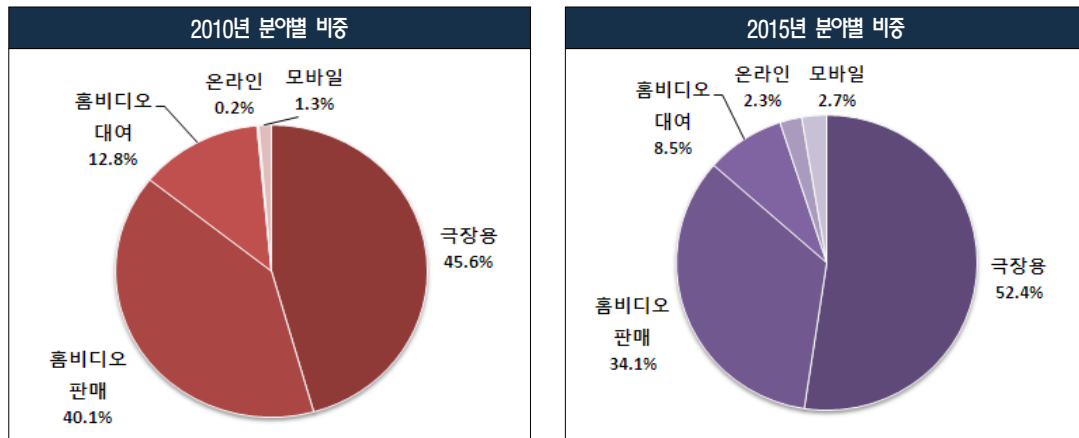


자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

2010년 이탈리아 영화 시장의 분야별 비중을 살펴보면 박스오피스가 45.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 홈비디오 판매 시장이 40.1%, 홈비디오 대여 시장이 12.8%, 온라인이 0.2%, 모바일이 1.3%의 순으로 나타난다. 2015년에는 극장용 박스오피스 시장이 45.6% → 52.4%로, 온라인 시장이 0.2% → 2.3%로, 모바일 시장이 1.3% → 2.7%로 증가세가 예상되는 가운데 홈비디오 시장은 판매가

40.1% → 34.1%로, 대여가 12.8% → 8.5%로 감소세가 전망되고 있다.

[그림 III-18] 2010년과 2015년 이탈리아 영화 시장 권역별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

나. 이탈리아 영화 시장 현황 및 특징

2010년 이탈리아 영화 시장의 박스오피스 순위를 살펴보면 전세계 영화시장을 강타한 영화<아바타>가 6,550만 유로의 수익을 얻으며 1위를 차지한 것으로 나타났다. <아바타>가 기록한 오프닝 기록은 지금까지 이탈리아 영화 시장에서 볼 수 없었던 수치로, 개봉일 200만 유로, 다음날인 토요일에 400만 유로, 총 3일간 960만 유로를 벌어들였다. 특히, 같은 기간 이탈리아의 자국영화 <Io, Loro e Lara> 와 <La Prima Cosa Bella>가 선전하고 있던 시기였기에 더욱 놀라운 결과라고 할 수 있다. 다음으로 <이상한 나라의 앨리스>가 약 3,000만 유로의 수익을 얻으면서 1위를 차지하였으나 1위인 <아바타>의 수익과는 거의 2배의 차이가 나타났다. 3위를 차지한 영화는 이탈리아 영화 <Io, Loro e Lara>로 1,576만 유로의 수익을 거둔 것으로 조사되었다. 이탈리아 시장의 특색은 유럽권 국가 중에서 자국 영화의 흥행성적이 매우 좋은 것으로, 2010년 6월 20일 기준으로 3위의 <Io, Loro e Lara>를 비롯한 총 5편의 영화가 박스오피스 Top 10에 진입하였다.

<표 III-30> 2010 이탈리아 영화 시장 박스오피스 순위

(단위: 유로)

순위	영화명	배급사	수익
1	아바타	폭스	65,502,997
2	이상한 나라의 앨리스	디즈니	30,337,322
3	Io, Loro e Lara	WB	15,760,184
4	로빈후드	유니버설	10,844,776
5	Baciami Ancora	MED	9,156,272
6	Genitori & Figli	AUR	8,451,359
7	Männer al dente	01	8,232,007
8	아이언맨 2	유니버설	8,163,402
9	Kampf der Titanen	WB	7,787,392
10	서터아일랜드	MED	7,098,919

자료원: www.insidekino.com (2010.6.20.기준)

Cinetel의 박스오피스 자료에 따르면 2009년과 비교해서 2010년 이탈리아 영화시장은 시장규모의 26%가 증가하였으며, 314만 명의 관객수를 기록한 2009년 8월과 비교했을 때 약 90만 명의 관객이 증가한 400만 명 이상으로 집계되고 있다. 이는 3D 입체 상영에 따른 티켓 가격의 상승이 수익을 증대시키는 효과를 가져왔기 때문으로 분석되며, 전세계 영화시장에서 공통적으로 나타나고 있는 트렌드 현상이다. 전년도 대비 450만 유로의 수익을 기록하였으며, 1월 1일부터 8월 31일까지 공동제작을 포함한 이탈리아 영화의 시장점유율은 24.0%(21.0%-2009)로 전년도보다 상승한 것으로 나타난다. 미국 영화의 점유율은 67.0%로 2009년 64.0%와 비교해서 3.0%가 증가한 수치이다. 9)

6. 스페인 영화 시장

가. 스페인 영화 시장 규모 및 전망

2009년 17억 2,700만 달러 규모였던 스페인 영화 시장은 2010년에 17억 1,300만 달러 전년대비 0.8%의 감소를 나타냈다. 향후 5년간 연평균 6.0%의 성장세로 2015년에는 22억 9,600만 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 스페인 영화 시장은 다른 유럽권 국가들과 비교해서 박스오피스 시장과 온라인 시장의 성장률이 상대적으로 높게 예측되고 있으며, 홈비디오 대여 시장의 경우는 감소세가 높게 나타나고 있다. 영화 시장의 유통구조가 급격한 변화를 거칠 것으로 전망되고 있다.

<표 III-31> 스페인 영화 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
극장용	881	928	931	921	1,063	1,106	1,219	1,342	1,477	1,620	1,774	9.9%
홈비디오	합계	1,018	940	856	738	633	567	522	468	447	422	-5.7%
	판매	549	535	542	466	403	376	356	348	343	335	-2.2%
	대여	469	405	314	272	230	192	166	143	123	104	87
온라인	-	-	-	1	1	3	7	19	33	47	56	79.6%
모바일			15	23	31	37	41	31	40	42	43	3.2%
합계	1,899	1,868	1,803	1,682	1,727	1,713	1,790	1,883	2,018	2,156	2,296	6.0%
전년대비 성장률		-1.7%	-3.5%	-6.7%	2.7%	-0.8%	4.4%	5.2%	7.2%	6.8%	6.5%	

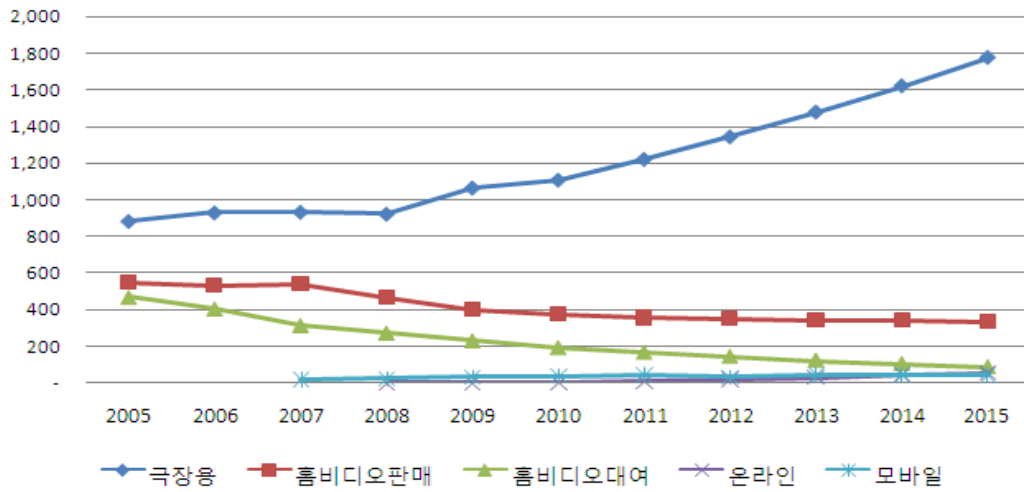
자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

스페인 영화시장의 분야별 규모 추이를 살펴보면 홈비디오 대여 시장을 제외한 그 외 시장의 성장세가 예상되는 가운데, 극장용 박스오피스 시장의 급속한 성장이 가장 눈에 띄게 나타나고 있다.

9) CINEUROPA, Avatar breaks records, Verdone and Virzi going strong, country focus Italy, 2010.1.18.

[그림 III-19] 스페인 영화 시장 분야별 규모 추이

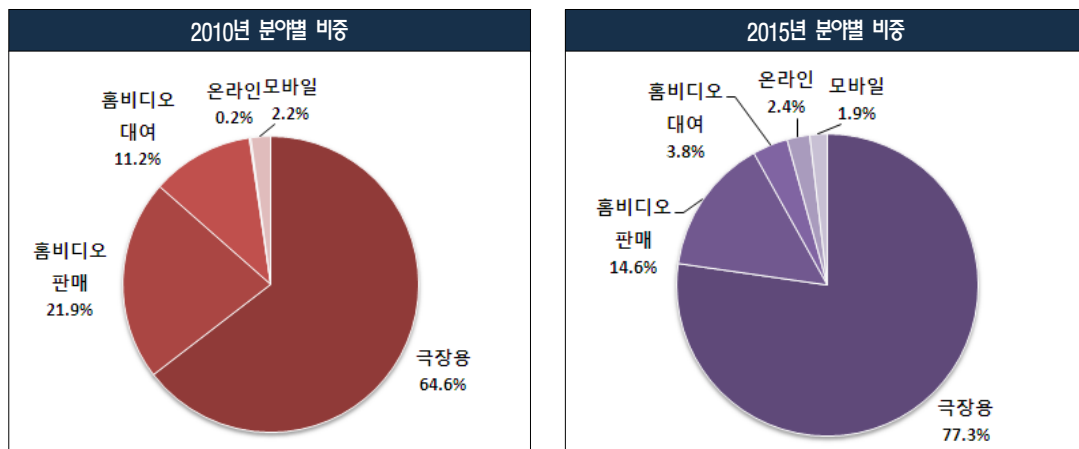
(단위: 백만 달러)



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

2010년 스페인 홈비디오 판매 시장의 분야별 비중을 살펴보면 박스오피스 시장이 64.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 극장용 홈비디오 판매 시장이 21.9%, 홈비디오 대여 시장이 11.2%, 모바일이 2.2%, 온라인이 0.2%의 순으로 나타난다. 2015년에는 극장용 박스오피스 시장이 64.6% → 77.3%로, 온라인 시장이 0.2% → 2.4%로 증가할 것으로 예상되는 가운데 홈비디오 시장은 판매가 21.9% → 14.6%로, 대여가 11.2% → 3.8%로, 모바일 시장은 2.2% → 1.9%로 감소세가 전망되고 있다. 스페인 영화 시장은 유럽권 주요 국가 중에서도 박스오피스(극장용) 시장의 비중이 매우 높은 곳으로, 향후 5년간 그 비중이 더욱 커지면서 부가수익을 창출할 수 있는 2차 시장이 큰 역할을 하지 못할 것으로 보인다. 이는 영화 산업의 위험을 분산시키고 수익을 극대화할 수 있는 윈도우 시스템이 큰 효과를 내지 못하는 것을 의미한다.

[그림 III-20] 2010년과 2015년 스페인 영화 시장 권역별 비중



자료원: MPAA(2010); PWC(2010); Informa(2007); 삼정KPMG 재구성

나. 스페인 영화 시장 현황 및 특징

스페인 영화는 최근 해외 시장에서 좋은 반응을 얻고 있으며, 같은 기간 국내 박스오피스의 수익 1억 4,037만 유로를 뛰어넘는 규모를 해외에서 벌어들인 것으로 나타나고 있다. 스페인 영화 제작자 협회 FAPAE(Federation of Spanish Audiovisual Producers Associations)에 따르면 이러한 성공에는 공동제작이 주요한 역할을 하고 있다고 언급하고 있다. 스페인의 공동제작 비율은 1/4 정도로 55%의 국제적인 비율과는 차이가 있다. 스페인 영화의 주요 수출대상은 유럽시장으로 전체 수익의 약 40% 정도인 5,000만 유로의 수익을 얻은 것으로 나타난다. 프랑스에서 1,800만 유로, 이탈리아 1,193만 유로, 영국 1,182만 유로의 수익을 벌어들였으며, 북미 시장에서의 수익이 크게 증가하는 추세이다. 문화적·지역적 접근성이 높은 유럽시장을 주요 타깃으로 하는 스페인의 경우는 공동제작을 통해 시장을 확대하는 기회로 활용할 수 있으며, 이는 진입장벽이 높은 시장에 진입할 경우 어려움을 해결해주는 장치가 될 수도 있다. 따라서 공동제작시스템을 활용한 해외시장 진출 전략을 모색할 필요가 있을 것이다.

최근 몇 년간 스페인 영화의 해외개봉현황을 살펴보면 <Planet 51>의 경우가 14개국에서 개봉되었고, <My Life In Ruins>는 13개국, <Che: Part Two>는 12개국, <Vicky Cristina Barcelona>는 8개국, <Chef's Special>과 <The Milk of Sorrow>는 6개국에서 개봉된 것으로 집계되고 있다.¹⁰⁾

10) CINEUROPA(2010.6.24.)