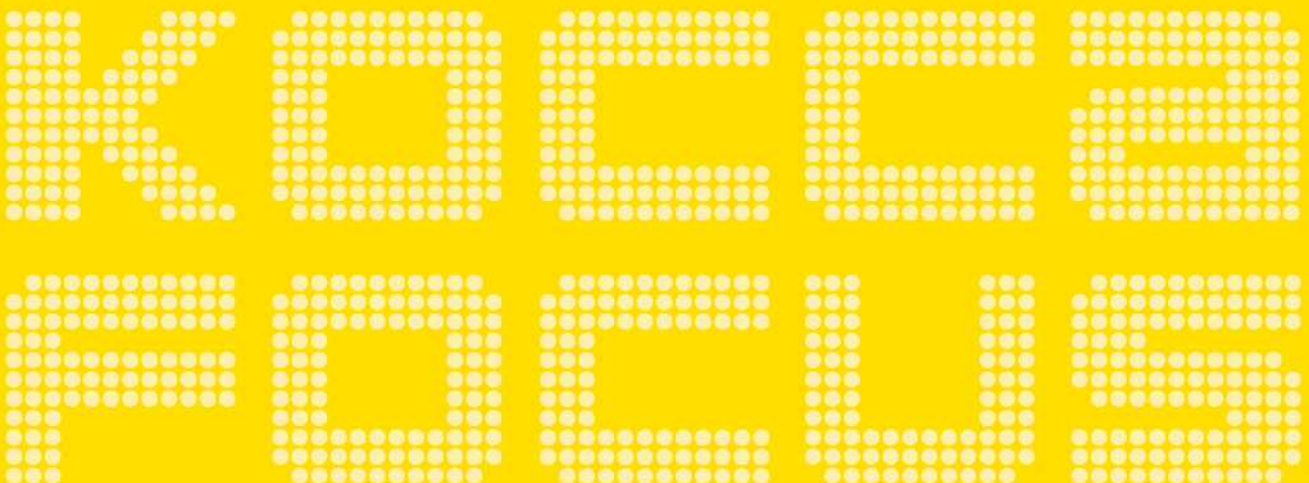


프랑스 지상파 DTV 다채널 정책과 시장 동향

2010. 12.

1. 프랑스 지상파 DTV 추진현황과 방송시장의 동향
2. 지상파 DTV 다채널 정책
3. 지상파 DTV 다채널 서비스의 특성
4. 다채널 정책과 규제완화
5. 시청률과 광고매출의 변화
6. 결론



요 약

□ 프랑스 지상파 디지털 전환 개요

○ 전환 일정과 전환방식

- 2000년 8월 1일 법 제정 이후 프랑스 고등 시청각 위원회(CSA)는 지상파 디지털 전환을 본격적으로 추진하였고 2007년 3월 5일 디지털 전환 관련 법 제정하였으며 2011년 11월 30일 아날로그 방송 종료 예정.
- 아날로그 신호 송출은 권역별로 단계적으로 중단하되 사용자가 디지털 전환을 완료한 지역부터 시작하여 이중 송출을 최소화함.

○ 프랑스 방송시장의 구조

- 디지털 전환 전에도 지상파 방송만을 시청하는 가구가 절대적으로 많으며 유료 시장의 성장은 매우 더디게 진행되어 옴.
- 프랑스에서 지상파 DTV를 수신하는 가구 수는 2005년 첫 방송을 시작으로 꾸준히 증가하여 2009년 상반기부터는 위성, 케이블, IPTV 사용 가구 수를 모두 합한 것보다 높은 사용 가구 수를 기록.

□ 지상파 DTV 다채널 정책

○ 주파수 운영과 채널 정책

- 프랑스는 디지털 전환에서 정책적 판단의 가장 중요한 부분이 바로 디지털화를 통한 주파수 효율성을 어떻게 활용할 것에 있는데, 이 점에서 프랑스는 2005년 3월 말 첫 지상파 DTV 방송에서 HD 대신 SD급 다채널을 선택함.

- 이후 방송의 현대화와 미래의 TV에 관한 2007년 3월 5일 법에서 HDTV의 정의, 주파수 사용을 포함한 사업자 허가, HD 수신기기 제조에 관한 내용을 담은 법적 근거를 마련.
- 법적 보완 이후 HDTV 현황을 보면 현재 기존의 지상파 채널인 TF1, France 2, M6이 멀티플렉스 R5에서 HD방송을 제공하고 있고 Canal+와 Arte가 각각 멀티플렉스 R3과 R4에서 HD방송을 제공.

□ 지상파 DTV 다채널 서비스의 특성

○ 지상파 무료 다채널 서비스

- 2005년 3월 31일 우선적으로 허가된 총 14개의 무료 채널들이 첫 DTV 방송을 시작하였고, 그해 7월 프랑스 CSA는 4개의 무료 전국채널을 추가로 허가하여 오늘날 총 18개의 지상파 디지털 무료전국채널의 구성이 마무리됨.

○ 지상파 유료 채널 서비스

- 유료 채널의 경우 2005년 9월 이후부터 방송을 시작하는 것을 목표로 채널을 선정하였는데 현재 최종적으로 총 9개의 유료 채널이 서비스를 제공.
- 관례적으로 소재거리가 되었던 의학, 법정, 수사를 넘어 요리, 방송, 스포츠, 패션 등 전문직 소재가 매우 다양해짐.

○ 다채널 구성의 특성

- 채널의 구성을 보면 기존 아날로그 채널과는 차별화되는 신규 채널 혹은 이미 케이블이나 위성에서 방송하던 전문 테마 채널에게 추가적으로 지상파 방송을 허가함.
- 생방송, 음악, 오락, 공연, 정보, 어린이 등에 관한 전문 채널들을 골고루 선정하여 기존의 유료방송 못지않은 다양성 구색을 갖추.

1. 프랑스 지상파 DTV 추진 현황과 방송시장의 동향

□ 프랑스 지상파 디지털 전환정책

○ 전환 일정

- 2000년 8월 1일 법 제정 이후 프랑스 고등 시청각 위원회(CSA)는 지상파 디지털 전환을 준비함.
- 2007년 3월 5일 디지털 전환 관련 법 제정
- 2011년 11월 30일 아날로그 방송 종료 예정.

○ 법적 근거와 주요 목표

- ‘방송의 현대화와 미래의 텔레비전 법’(디지털 전환에 관한 법으로 2007년 3월 5일에 제정)에서 구체적인 전환 일정을 명문화.
- 지상파 방송 수신환경 최적화.
- 디지털 전환 이후에도 지상파 무료 보편적 서비스의 연속성 보장.
- 가능한 최고의 지상파 디지털 신호 커버리지 달성: 95% 목표.
- 아날로그 방송 종료 예정일 준수.

○ 아날로그 방송 종료방식

- 프랑스 공영방송사 France Télévisions의 채널들 중 지역 채널을 담당하고 있는 France 3의 권역 구분을 활용하여 단계적으로 디지털 전환 추진.
- 아날로그 신호 송출은 권역별로 단계적으로 중단하되 사용자가 디지털 전환을 완료한 지역부터 시작함.

- 이중 송출을 최소화함으로써 채널 사용사업자들의 비용을 줄이기 위해 단계적 아날로그 종료 조치를 취함.

○ 주파수 정비 계획

- 아날로그 신호가 종료된 후에는 몇몇 디지털 주파수가 다시 재정비되고 권역별로 새로운 서비스를 제공.
- 늦어도 2015년 6월까지 아날로그를 종료하는 인접 국가의 아날로그 주파수에 방해가 되지 않도록 프랑스는 아날로그 종료 이후에도 주파수 관리(제한)를 해야 할 의무.
- 프랑스 인접 국가들이 아날로그를 종료할 시점부터 프랑스 지상파 디지털 TV에 사용되는 주파수는 가장 효율적으로 관리될 수 있다고 봄(유럽 전체의 디지털 전환이 완료되는 2015년부터 국가 간 디지털 주파수 정비 계획(Plan-Cible)이 발효될 예정).
- 지상파 방송 디지털 전환 후 전파재원의 일부분을 지상파 디지털 라디오에 사용해야 함.

○ 무료 보편적 서비스 보장

- 지상파 디지털 신호의 95% 커버리지를 목표로 하고 나머지 난시청 지역 5%는 위성망 활용(전 국민 100% 무료 지상파 방송 수신 보장).
- 지상파 디지털 전환 후에는 어떤 방송 네트워크를 사용하든(지상파, 케이블, 위성, 광케이블, ADSL 등) 지상파 디지털 채널들을 수신할 수 있도록 법적으로 보장함(1986년 9월 30일 법 96-1)

□ 지상파 DTV 수신 현황

- 프랑스는 TV 수신이 가능한 단말기는 텔레비전 수상기만 고려할 때 한 가구당 1.8대이고 모든 TV 수신 가능 단말기를 계산하면 2.2대임.
- 최근 모바일 기기나 컴퓨터 모니터가 TV 수신 단말기로 이용되면서 TV 수신 가능한 단말기가 다양해지는 양상을 보임.

<표1> 프랑스 TV 수신 단말기 현황

TV 수신 가능 단말기	가구당 TV 수신기기 보유 현황
텔레비전 수상기: 46.4백만	프랑스 가구수: 25.5백만
모바일 기기: 9.4백만	가구당 TV 수상기: 1.8대
TV 수신 컴퓨터: 30만	가구당 TV 수신가능 단말기(모바일, 컴퓨터 포함): 2.2대
총 수신기능 단말기: 56.1백만	프랑스 총가구의 97.7%가 적어도 한 대 이상의 TV수상기 보유
	프랑스 총가구의 53.7%가 적어도 2대 이상의 TV수상기 보유

출처: CSA(2009). Guide des chaînes numériques.

- 지상파, 위성, 케이블 혹은 IPTV 등 하나의 매체로 TV에 접속하는 가구 수는 약 80.9%를 차지하고 있는데 약 18.3%가 두 가지 이상의 매체로 TV에 접속함.
- 순수하게 DTV를 기준으로 해서 볼 때 지상파 DTV를 사용하는 가구 수는 56.5%로 위성, 케이블, IPTV의 DTV 이용가구를 합한 수치를 넘어섬.

<표> 프랑스 디지털 방송 수신 가구 추이

	2007년 상반기	2007년 하반기	2008년 상반기	2008년 하반기	2009년 상반기	2009 하반기	2010 상반기
지상파 DTV	16.1%	22.5%	31.7%	35.8%	43.1%	48.3%	56.5% (15.1백만)
위성 DTV	14.3%	14.6%	14.6%	15.1%	14.7%	15.5%	16.1%
IPTV	7.7%	10.6%	13.2%	14.4%	17.2%	18.6%	21.7% (5.8백만)
케이블 DTV	5.4%	5.8%	6%	6.1%	6.9%	7.5%	8.4%

출처: CSA(2010). Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de TV numérique. 1er semestre 2010-5ème vague d'étude.

□ 프랑스 방송시장의 구조

- 프랑스 방송시장에서 특징적인 것은 오늘날까지 지상파 방송만을 시청하는 가구가 절대적으로 많으며 유료 시장의 성장은 매우 더디게 진행되어 왔다는 점.
 - 최근 지상파 방송이 디지털 전환과 함께 다채널화 되었기 때문에 시청자가 유료시장으로 이동하는 경우는 매우 제한적일 것으로 예측됨.
 - 프랑스에서 지상파 DTV를 수신하는 가구 수는 2005년 첫 방송을 시작으로 꾸준하게 증가하여 2009년 상반기부터는 위성, 케이블, IPTV 사용 가구 수를 모두 합한 것보다 높은 사용 가구 수를 기록.
 - 여기에 여전히 지상파 아날로그 방송을 수신하는 가구 수를 합하면 프랑스 국민의 60% 이상이 여전히 지상파로 TV를 수신하고 있음.

<표3> 프랑스 디지털 방송 수신 가구수 변화

		2007년 상반기	2007년 하반기	2008년 상반기	2008년 하반기	2009년 상반기	2009 하반기	2010 상반기
디지털 TV	지상파	16.1%	22.5%	31.7%	35.8%	43.1%	48.3%	56.5% (15.1백만)
	위성 (무료)	14.3%	14.6%	14.6%	15.1% (3.6%)	14.7%	15.5% (5%)	16.1% (4.8%)
	IPTV	7.7%	10.6%	13.2%	14.4%	17.2%	18.6%	21.7% (5.8백만)
	케이블	5.4%	5.8%	6%	6.1%	6.9%	7.5%	8.4%
아날로그 TV	지상파	-	-	29.1%	-	-	12.9%	7.9% (2.1백만)
	케이블	-	-	8.5%	-	-	3.5%	3.5% (1백만)
	위성	-	-		2.9%	-	0.9%	0.9%(0.2백만)

출처: CSA(2010). Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de TV numérique. 1er semestre 2010-5ème vague d'étude.

<표4> 유료 방송매체 이용 가구 매체별 분포

	2009년 말	비중
유료 DTV 이용 총가구수	11.2백만	100%
케이블	2.2백만	20%
위성	4.1백만	37%
IPTV	4.3백만	39%
유료 지상파 DTV	0.4백만	4%

출처: CSA(2010). Bilan de l'économie des chaînes payantes Année 2009.

2. 지상파 DTV 다채널 정책

□ 주파수 운영과 채널 정책

- 지상파 디지털 전환 정책에서 가장 중요한 부분은 바로 주파수의 효율적 운영에 있음.
 - 디지털 압축 기술은 주파수 재원을 절약할 수 있게 해 주므로 아날로그 기술에 비해 같은 주파수 대역에 더 많은 채널을 보낼 수 있음
 - 프랑스는 디지털 전환에서 정책적 판단의 가장 중요한 부분이 바로 디지털화를 통한 주파수 효율성을 어떻게 활용할 것에 있음
 - 주파수의 효율적 운영은 지상파 DTV의 채널수와 화질(SD or HD)에 직접적으로 연관성을 가지며, 추가적으로 채널의 다양성, 방송사 재원 보장, 여분 주파수의 활용 등의 문제가 파생됨.
- 프랑스 정부는 지상파 DTV를 준비하면서 SD와 HD 사이에서 고민과 논의를 거치게 되는데, 이 문제는 결국 지상파 DTV 채널수와 결부되는 사안.
 - HDTV가 성공하기 위해서는 방송사는 제작과 전송 과정에서 HD 기술을 사용해야 하고 시청자가 HD 방송을 수신할 수 있는 TV 수상기를 갖추어야 함.
 - 즉 HDTV는 제작, 전송, 수신까지 모든 과정에서 필요한 조건이 충족되어야 하지만 프랑스는 지상파 디지털 전환을 준비하는 시기에 이러한 조건을 모두 충족시키기 어려운 환경에 있었음.
 - 디지털 압축 기술의 눈부신 발전은 오늘날 큰 용량의 HDTV를 가능하게 하지만 프랑스가 지상파 DTV의 개시를 목전에 둔 당시 MPEG2는 안정적인 기술로 인정받고 있었음.

- DVB-T/MPEG4는 막 등장한 상황이었고 고화질을 위한 MPEG4 HD 표준화 역시 막 준비되고 있는 상황에서 결국 지상파 DTV 무료 채널을 MPEG2와 SD급 화질을 선택.
 - 초기에는 지상파 유료 채널에도 MPEG2를 표준으로 선택하였으나 TF1과 M6과 같은 주요 민영 채널들의 반발로, 이후 지상파 유료방송은 MPEG4를 사용하도록 결정.
 - 프랑스가 지상파 DTV에서 HD를 구현하기 어려웠던 주요 이유는 지상파 DTV를 다채널화하기로 결정하였고 여분의 주파수가 충분하지 못하기 때문.
 - MPEG2를 사용할 경우 한 멀티플렉스에서 하나의 HD채널만 전송가능한 반면, MPEG4를 사용할 경우 한 멀티플렉스에서 3개의 HD채널을 송출할 수 있다는 결론이 나옴.
- 한편 프랑스 규제기구와 정부는 향후 HDTV는 국제적으로 보편화될 것이라는 판단 하에 빠르게 정책을 수정함.
- 방송의 현대화와 미래의 TV에 관한 2007년 3월 5일 법에서 HDTV의 정의, 주파수 사용을 포함한 사업자 허가, HD 수신기기 제조에 관한 내용을 담은 법적 근거를 마련.
 - 이 HDTV는 바로 MPEG4의 사용을 전제로 함.
 - 현재 프랑스에서는 기존의 지상파 채널인 TF1, France 2, M6이 멀티플렉스 R5에서 HD방송을 제공.
 - 또한 Canal+와 Arte가 각각 멀티플렉스 R3과 R4에서 HD방송을 제공하고 있다.
 - 프랑스 본토의 약 60%의 인구가 이 5개의 HD 채널을 수신할 수 있는 상황이며 기술적으로 HD방송을 수신하기 위해서는 HD 수신기기가 필요.

<표5> 멀티플렉스별 지상파 DTV의 채널 구성

R1	R2	R3	R4	R5	R6
France2	i>Télé	Canal+	M6	France 2 HD	TF1
France3	BFM TV	Canal+Cinéma	W9		NRJ12
France5	Direct 8	Canal+Sport	NT1	TF1 HD	TMC
Arte	Gulli	Planète	Paris Première		LCI
LCP/Sénat	Virgin 17	TPS Star	ARTE HD	M6 HD	Eurosport
Canal local ou F3 ou FÔ	France4				TF6

출처: www.ddm.fr *이탤릭: 지상파 DTV 유료 채널

3. 지상파 DTV 다채널 서비스의 특성

- 지상파 방송에서 디지털 기술이 제공하는 많은 장점들 중 여전히 작고 전통적인 일반 TV 수상기를 보유하고 있는 많은 프랑스 시청자에게 가장 흥미를 끄는 것은 화질의 개선보다는 채널수의 확대에 있었음.
- 프랑스는 위성이나 케이블의 다채널을 시청하지 않는 과반수를 훨씬 웃도는 프랑스 인구에게 가장 크게 소구할 수 있는 무료 채널의 확대를 핵심 정책과제로 선택.
- 프랑스 방송위원회(CSA)는 2001년 지상파 DTV 전국채널을 공모하였는데, 프랑스 DTV 채널의 선정에서 특이한 점은 무료(공영과 민영)와 유료로 구분된다는 점.
- 2005년 3월 31일 우선적으로 허가된 총 14개의 무료 채널들 첫 DTV 방송을 시작하였는데, 이것은 DTV가 빠르게 확산될 수 있도록 하기 위함.

- 같은 해 7월 프랑스 CSA는 4개의 무료 전국채널을 추가로 허가하여 오늘날 총 18개의 지상파 디지털 무료전국채널의 구성이 마무리됨.

<표6>프랑스 지상파 DTV 무료 방송 채널

채널	아날로그 방송	채널 번호	위성	편성	소유
TF1	o	1	민영	종합	TF1 그룹
France 2	o	2	공영	종합	France Télévisions
France 3	o	3	공영	종합, 지역	France Télévisions
Canal +	o	4	민영	영화, 스포츠	Canal+ 그룹
France 5	o	5	공영	지식, 발견	France Télévisions
M6	o	6	민영	종합	M6 그룹
Arte	o	7	공영	문화	프랑스 독일 공동출자
Direct 8	x	8	민영	생방송, 매거진, 보도	Bolloré 그룹
W9	x	9	민영	음악	M6 그룹
TMC	x	10	민영	종합	AB 그룹, TF1 그룹
NT1	x	11	민영	종합	AB 그룹
NRJ 12	x	12	민영	오락	그룹 NRJ
LCP, Public Sénat	x	13	공영	정책	의회(상·하원)
France 4	x	14	공영	공연, 이벤트	France Télévisions 그룹
BRM TV	x	15	민영	경제 정보	Nextradio 그룹
iTELE	x	16	민영	정보	Canal + 그룹
Virgin	x	17	민영	청소년 음악	Lagardère 그룹
Gulli	x	18	공·민영	어린이, 가족	France Télévisions 그룹, Lagardère 그룹

○ 유료 채널의 경우 2005년 9월 이후부터 방송을 시작하는 것을 목표로 채널을 선정하였는데 현재 최종적으로 총 9개의 유료 채널이 서비스를 제공.

- Canal+는 이미 디지털 전환 이전부터 방송 시간대에 따라 유·무료 서비스를 혼합하고 있었던 채널로 디지털 전환에서도 같은 방식을 고수.

<표7>프랑스 지상파 DTV 유료 방송 채널

채널	채널번호	위상	편성	소유
Canal+	4	민영	영화, 스포츠	Canal+그룹
TPS star	30	민영	영화, 스포츠	TF1그룹
PARIS PREMIERE	31	민영	문화생활	M6그룹
Canal+Sport	32	민영	스포츠	Canal+그룹
Canal+CINEMA	33	민영	영화	Canal+그룹
PLANETE	35	민영	다큐멘터리	Canal+그룹
TF6	36	민영	젊은 성인	M6그룹, TF1그룹
LCI	38	민영	정보	TF1그룹
EURO SPORT	39	민영	스포츠	TF1그룹

- 채널의 구성을 보면 기존 아날로그 채널과는 차별화되는 신규 채널 혹은 이미 케이블이나 위성에서 방송하던 전문 테마 채널에게 추가적으로 지상파 방송을 허가함.
 - 생방송, 음악, 오락, 공연, 정보, 어린이 등에 관한 전문 채널들을 골고루 선정하여 기존의 유료방송 못지않은 다양성 구색을 갖추.
- 지상파 유료방송의 경우 케이블이나 위성 방송에 가입하는 것보다 채널수는 적지만 대신 더 저렴한 가격으로 매우 인기 있는 전문채널들을 시청할 수 있는 장점을 지님.
 - 시청자들은 유무료를 포함하여 지상파 방송으로도 케이블이나 위성 방송의 다채널에 부럽지 않는 서비스를 제공받을 수 있게 됨.

4. 다채널 정책과 규제 완화

□ 소유 규제

- 프랑스 정부는 디지털화를 통해 채널의 수를 늘릴 수 있다고 보고 2000년 8월 1일 법을 통해 반(反)소유집중 규제를 완화.
 - 프랑스는 다원주의를 보장하기 위해 반소유집중 규제를 적용하고 있는데 지상파의 디지털화를 통해 채널이 늘어남에 따라 기존의 반소유집중 규제로는 기존 사업자들이 투자하여 새로운 채널을 창설하기 어렵기 때문.
 - 2000년 법은 일인 혹은 한 법인이 디지털 방송 채널을 5개까지 소유할 수 있도록 소유한도를 완화.
 - 디지털 컨버전스 문제를 해결하기 위해 제정된 2004년 7월 9일 법은 한걸음 더 나아가 7개 채널까지 소유할 수 있도록 또 한 번 규제완화를 단행.

□ 광고 규제

- 지상파 방송의 다양성 확대를 위한 소유규제 완화와 12개의 다양한 신규 채널 허가는 사업자의 입장에서 볼 때 경쟁 심화와 광고수입 감소라는 문제를 야기.
 - 광고 기반의 지상파 채널에게 경쟁 심화로 인한 광고수입 정체 및 감소는 프로그램 투자비의 축소를 야기할 수 있으며 이 경우 결국 명목적으로 채널만 늘어날 뿐 시청자들에게 매력적인 프로그램이 증가하지 않게 됨.
 - 기존에 이미 케이블이나 위성 플랫폼에서 방송 서비스를 제공하던 신규 지상파 채널들의 경우에는 지상파 채널로써 추가적인 광고수익을 확보한다는 점에서 나름 이점이 있음.
 - 하지만 기존의 아날로그 채널들에게는 광고시장이 갑자기 팽창하지 않는 한 광고수입 감소는 어쩔 수 없는 기정사실이고 새로 창설된 채널들의 경우에도

광고수입을 두고 이미 시청자의 인지도가 높은 채널들과 경쟁해야 한다는 부담을 짐.

- 프랑스는 1992년 3월 27일 법에 따라 출판, 유통, 인쇄매체 세 분야의 TV광고를 금지하고 있었는데, 2003년 10월 7일 법 개정을 통해 이 세 분야의 TV광고를 허용.
 - 한편 이러한 조치는 일간지 광고시장에 영향을 줄 수 있다는 판단 하에 인쇄매체만이 2004년 1월 1일부터 모든 TV 광고를 할 수 있게 한 반면 출판과 유통의 경우 케이블과 위성 방송의 광고만 허가.
 - 디지털 전환이 확산되는 2007년에 와서 출판과 유통 분야도 지상파 광고가 허용되었는데 지상파 디지털 TV 채널들을 위해 광고시장을 확대하기 위함.

□ 디지털 전환 가속화

- 2005년 3월부터 2011년 11월까지 디지털 전환기간 동안 지상파 채널들은 경제적인 부담을 안고 가야하는 어려움이 발생.
 - 기존의 지상파 방송은 아날로그와 디지털로 동시에 방송하는 이중 부담을 안게 됨.
 - 기존의 지상파 채널의 경우 광고 매체의 인지도를 유지할 수 있지만 신규 지상파 DTV 채널은 수신가구수가 빠르게 증가하지 않을 경우 장시간 광고 매체로서의 경쟁력이 유보되는 문제가 발생.
 - 이러한 문제를 해결하기 위해 프랑스 정부는 지상파 디지털 전환 속도에 박차를 가하는 정책을 수립하였으며, 무엇보다 디지털 방송신호의 커버리지의 확대를 목표로 삼음.
- 프랑스는 빠르게 지상파 디지털 커버리지를 확대하기 위한 연구를 실시하였고

프랑스 정부는 2007년 기존의 전환 일정에 수정을 가하였으며 2008년 12월 23일 마침내 지상파 디지털 전환과 아날로그 방송 종료 국가 계획 발표

- 마침내 2011년 11월 30일에 아날로그 방송의 종료가 결정되었고 지상파 DTV의 목표 커버리지를 95%로 정하였으며 지리적 조건에 따라 일부 지역에서 단계적으로 일찍 종료하기로 결정.
- 지리적 문제로 어쩔 수 없는 난시청 지역은 위성을 통해 시청자가 최소한의 장비 비용만으로 지상파 DTV를 수신할 수 있도록 제도를 마련.
- 프랑스 지상파 DTV 커버리지는 계획대로 빠르게 확대되고 있으며 2010년 말에는 커버리지가 93%에 도달.

<표8> 프랑스 지상파 DTV 커버리지 진행상황

시기	2005 3월	2005 10월	2006 6월	2006 10월	2007 3월	2007 말	2008 말	2009 말	2010 말	2011 말
커버리지	35%	50%	58%	66%	70%	85%	89%	92%	93%	95%

출처: CSA

5. 시청률과 광고매출의 변화

□ 시청률

- 2005년 3월 말 지상파 DTV가 본방송을 개시하면서 프랑스 방송의 시청률에 큰 변화가 야기되고 있음.

- 지상파 공영채널의 시청 점유율은 1990년대는 40~45%까지 유지되었는데 2000년대 상반기에는 40% 초반을 유지하다가 지상파 DTV의 등장 이후 30% 중반에서 최근에는 30% 초반대로 줄어듦.
- 시청 점유율 하락은 지상파 DTV 신규 채널을 제외한 기존의 지상파 민영채널에서도 분명하게 드러남.
- 지상파 민영채널의 시청 점유율은 90년대에 50%를 상회하였고 2000년대에 와서는 점차적으로 줄어들어 최근에는 40% 수준까지 떨어짐.
- 중장기적 관점에서 보면 지상파 방송채널의 시청 점유율 감소는 근본적으로 유료 다채널 방송의 성장 때문이나 최근의 변동은 지상파 다채널의 영향 때문.
- 프랑스 유료 다채널 방송의 성장은 지금까지 매우 점차적으로 진행되어 왔는데, 2005년부터 기존의 지상파 공민영 6개 채널이 경험하고 있는 시청 점유율의 급격한 하락은 바로 지상파 DTV 신규 채널들의 시청률 잠식 때문.
- 현재 프랑스의 지상파 디지털 전환이 매우 진척된 상황에서 신규 채널들이 본격적으로 시청률 경쟁에 불을 붙임.
- 2007년에는 1개 채널을 제외하고 1% 미만의 시청점유율을 보이던 신규 10개 채널(국회방송 제외)의 점유율이 2009년 말 기준으로 과반수가 1% 이상의 시청점유율을 보이고 있으며 W9와 TMC의 경우 2.5~2.6%에 달함 .

<표9> TV 시청 점유율 추이(4세 이상)

(%)	2005	2006	2007	2008	2009	2008/2009
France 2	19.8	19.2	18.1	17.5	16.7	-0.8
France 3	14.7	14.7	14.1	13.3	11.8	-1.5
France 5	3.1	3.1	3.3	3.0	3.1	+0.1
Arte	1.8	1.6	1.8	1.7	1.7	0.0
공영채널	39.4	38.7	36.9	34.8	32.1	-2.7
TF1	32.3	31.6	30.7	27.2	26.1	-1.1

M6	12.6	12.5	11.5	11.0	10.8	-0.2
Canal+	3.6	3.4	3.4	3.3	3.1	-0.2
민영채널	48.5	47.5	45.6	41.5	40.0	-1.5
Direct 8	-	-	0.2	0.7	1.4	+0.7
W9	-	-	0.9	1.8	2.5	+0.7
TMC	-	-	1.2	2.1	2.6	+0.5
NT 1	-	-	0.6	1.0	1.4	+0.4
NRJ 12	-	-	0.4	1.0	1.5	+0.5
France 4	-	-	0.4	0.9	1.1	+0.2
BFM TV	-	-	0.2	0.4	0.7	+0.3
i>télé	-	-	0.3	0.3	0.5	+0.2
Virgin 17	-	-	0.4	0.5	0.7	+0.2
Gulli	-	-	0.8	1.5	1.8	+0.3
그 외 채널	12.1	13.8	17.5	23.7	27.9	+4.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

출처: CNC(2010). Audience de la télévision

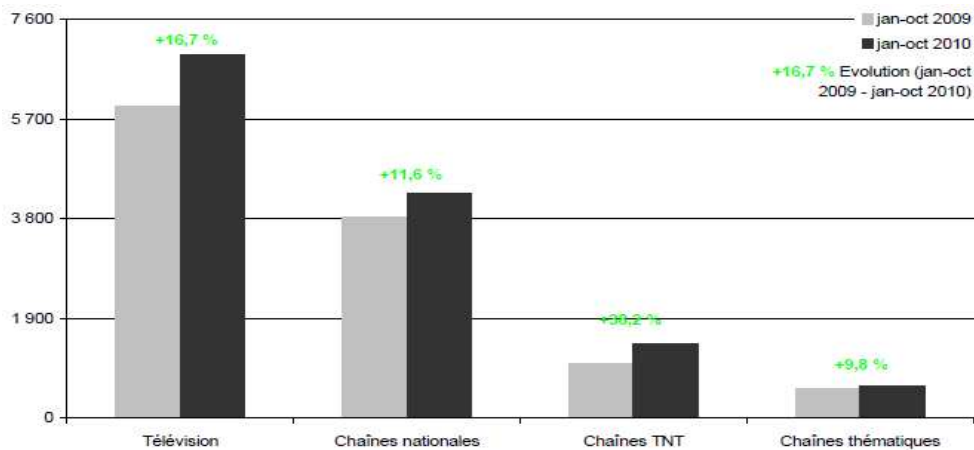
*그외 채널: 신규 지상파 채널(유무료), 전문채널, 지역채널, 외국채널

□ 광고 매출

- 프랑스의 2010년 텔레비전 광고 총매출은 금융위기 이후 경기 회복에 힘입어 2009년 대비 16.7% 증가함.
- 기존의 지상파 6개 채널의 광고 총매출은 11.6% 증가하였고 유료매체 전문PP의 총매출은 9.8% 증가함.
- 반면 신규 지상파 채널의 광고 총매출은 38.2%가 증가하여 지상파 신규 채널들의 성장이 명확히 드러남.

- 신규 지상파 채널의 광고수익 증가는 다음 몇 가지 측면에서 분석됨.
 - 첫째, 지상파 디지털 신호의 커버리지가 확대(2010년 말 93%)되고 국민들이 수신기기를 갖추어 아날로그에서 DTV로 빠르게 이동함에 따라 시청률이 빠르게 증가하게 되었고 결국 광고 수주가 활성화되었기 때문.
 - 둘째, 프랑스에서도 IPTV가 등장하고 Orange와 같은 거대 통신사가 본격적인 방송콘텐츠 사업에 진출하여 급성장하고 있음에도 불구하고 기존에 지상파 아날로그 방송의 시청자가 유료방송으로 이동하기보다는 대부분 지상파 DTV로 이동하고 있기 때문에 지상파 DTV는 여전히 가장 효과적인 광고매체임.
 - 셋째, 공영방송의 개혁으로 단계적으로 광고를 축소함에 따라 그 광고가 기존의 지상파 민영채널 뿐만 아니라 신규 지상파 채널에게도 흘러갔을 것으로 예측됨.

<그림 1> 텔레비전 광고 시장(단위: 백만 유로)



출처: CNC(2010). Baromètre du marché publicitaire

* 회색: 2009.1~10 총매출. 흑색: 2010.1~10 총매출.

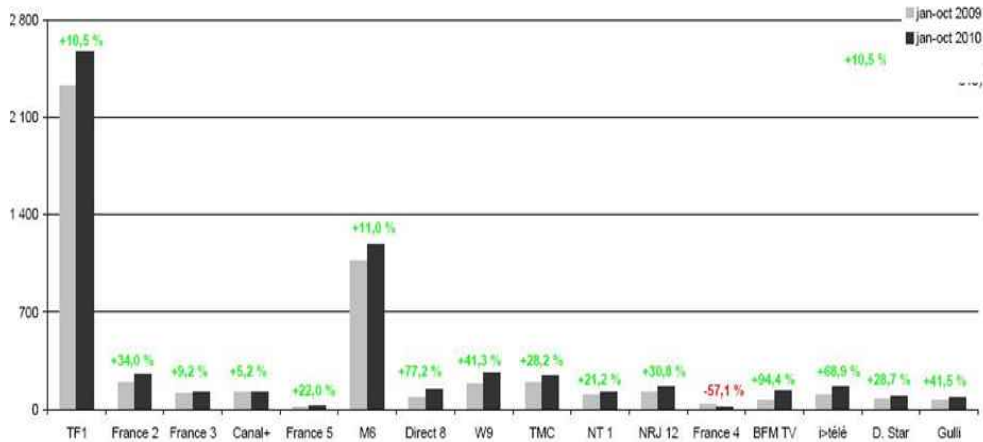
** chaînes nationales: 기존의 지상파 6개 채널. chaînes TNT: 신규지상파 DTV채널. chaînes thématiques: 전문채널(PP).

- 지상파 DTV 채널별로 광고매출을 보면 지상파에서 광고 점유율이 가장 높은

TF1과 M6은 2009년 대비 각각 10.5%와 11%의 증가율을 기록함.

- 한편 신규 지상파 DTV 채널들은 공영채널인 France 4만 제외하고 최소 20~70%대의 광고매출 성장을 기록.
- 특히 새롭게 창설된 생방송 전문채널인 Direct 8은 70% 이상의 광고성장을 기록했고, 뉴스 전문채널인 i>télé도 60% 이상의 성장을 보임.

<그림> 지상파 DTV 채널별 광고 매출(단위: 백만 유로)



출처: CNC(2010). Baromètre du marché publicitaire
 * 회색: 2009.1~10 총매출. 흑색: 2010.1~10 총매출.

- TV 광고시장의 점유율을 보면 기존의 지상파 채널들이 68%를 차지하고 있고 신규 지상파 DTV 채널들이 22% 나머지 유료방송의 전문채널들이 10%를 차지함.
- 프랑스 TV의 재원구조를 보면 광고수입 기반의 무료 지상파 방송과 유료 사용자 기반의 유료 방송이 명확하게 구분됨.
- 무료 방송 플랫폼과 유료 방송 플랫폼의 주재원이 뚜렷하게 구분된다는 것은

방송콘텐츠 서비스도 차별성을 갖게 해준다는 긍정적 측면을 가짐.

<그림3> TV 광고 시장 점유율



출처: CNC(2010). Baromètre du marché publicitaire

6. 결론

- 프랑스는 유럽의 몇몇 다른 선진국에 비해 늦게 전환을 추진한 면이 없진 않으나, 대신 체계적으로 지상파 디지털 전환을 일정에 맞추어 순조롭게 추진 중.
 - 프랑스 사례의 특징적인 것은 디지털 전환의 성공이 사용자의 호응에 달려있다는 판단 하에 우선 SD 방송을 결정하여 지상파를 다채널화 했다는 점.
 - 다채널화는 프랑스 국민들의 수신 장비를 고려하고 서둘러야 하는 디지털 전환을 위해 시기적으로 불가피한 정책임.
 - 그러나 디지털 기술의 빠른 발전과 함께 HD 방송의 발전이 불가피하다는 판단 하에 주요 채널들을 중심으로 HD 방송을 이후에 도입.
- 방송 사업자에게는 소유 규제와 광고 규제를 완화하여 다채널에 의해 야기되는

문제점을 최소화하기 위한 동반 정책을 마련.

- 또한 지상파 DTV 신규채널들의 빠른 경제적 안정을 위해 전환 일정을 서둘렀으며 지역에 따라 단계적인 아날로그 종료 방식을 채택.
- 프랑스 DTV 다채널 정책은 시청자의 복지와 방송콘텐츠 산업의 활성화를 위해 지상파 채널의 다채널화를 구현했다는 의미를 지님.

<참고자료>

- 김지현(2010). 佛 공영방송, 광고 전면 폐지 2년간 유예. KBS 해외방송정보.
- Besson E.(2008). France Numérique 2012. 이원 역(2009). 『디지털 프랑스 2012』. 과천: 정보통신정책연구원.
- Boyon M.(2002). La télévision numérique terrestre.
- Chaniac R. & Jezequel J. P.(2005). La télévision. Paris: La Découverte.
- CNC(2010). Baromètre du marché publicitaire.
- CNC(2010). Audience de la télévision.
- Cottet J. P. & Eymery G.(1999). La Télévision numérique terrestre hertzienne. Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication.
- CSA(2009). Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de TV numérique. 1er semestre 2009-3ème vague d'étude.
- CSA(2009). Guide des chaînes numériques.
- CSA(2010). Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de TV numérique. 1er semestre 2010-5ème vague d'étude.
- Flichy P.(1997). La question de la technique dans les recherches sur la communication, in Sociologie de la communication(dir. BEAUD Paul and ali.). Paris: Réseau/CENT.
- _____ (2003). L'innovation technique. Paris: La Découverte.
- Lecoeur L.(2001). Introduction. in Les dossiers de l'audiovisuel. N°98. Paris: INA.

Le Guen J. M.(2001). Télévision numérique et télévisions publiques. N° 2963.
Assemblée nationale.

Levrier P.(2001). De la TV haute définition à la TNT. in Les dossiers de
l'audiovisuel. N°98. Paris: INA.

Vasseur F.(1992). Les médias du futur. Paris: PUF.