

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『유럽 디지털 음악 시장』

◎ 작성 취지

- 유럽의 디지털 음악 산업 및 시장 분석을 통해 유럽 음악 산업의 현황 및 환경을 이해하고자 함.
- 2011년 발간된 IFPI (International Federation of the Phonographic Industry)의 <Digital Music Report 2011> 통계를 토대로 정리 및 분석
- ※ 작성자 : 유지연 (워릭대학 문화산업 박사과정)

◎ 작성순서

1. 「유럽 디지털 음악 시장 현황」
2. 「유럽 디지털 음악 시장 분석」
3. 「제안/시사점」

1. 『유럽 디지털 음악 시장 현황』

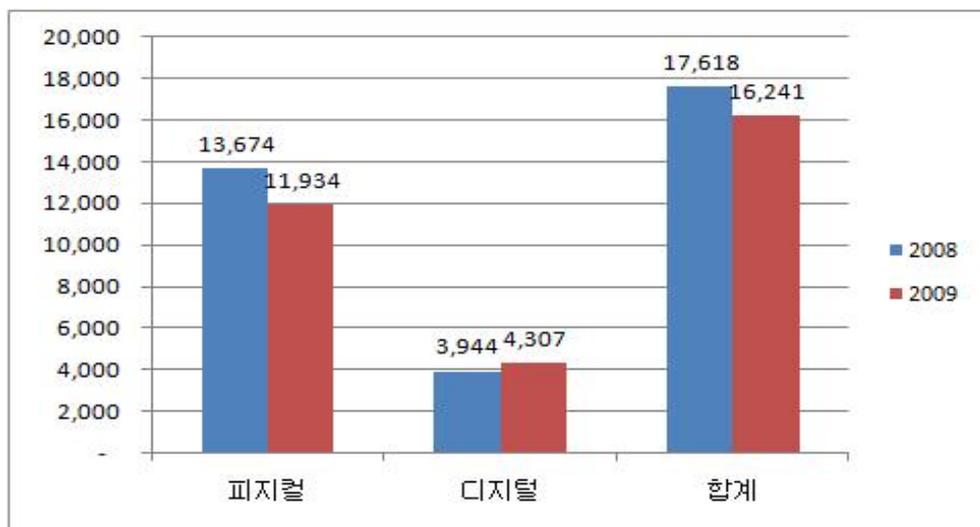
■ 세계 디지털 음악 시장 현황

○ 디지털 음악 시장의 성장

- 전 세계 음반시장은 1999년 이래 매년 판매가 감소하고 있는 반면, 디지털 음악 시장은 꾸준히 성장하고 있음.
- 2009년 전 세계 음반 시장 수입은 총 170억 달러로 2008년도에 비해 7.2% 하락한 반면, 디지털 음악 수입은 총 43억 달러로 2008년도 대비 9.2% 증가를 보임.

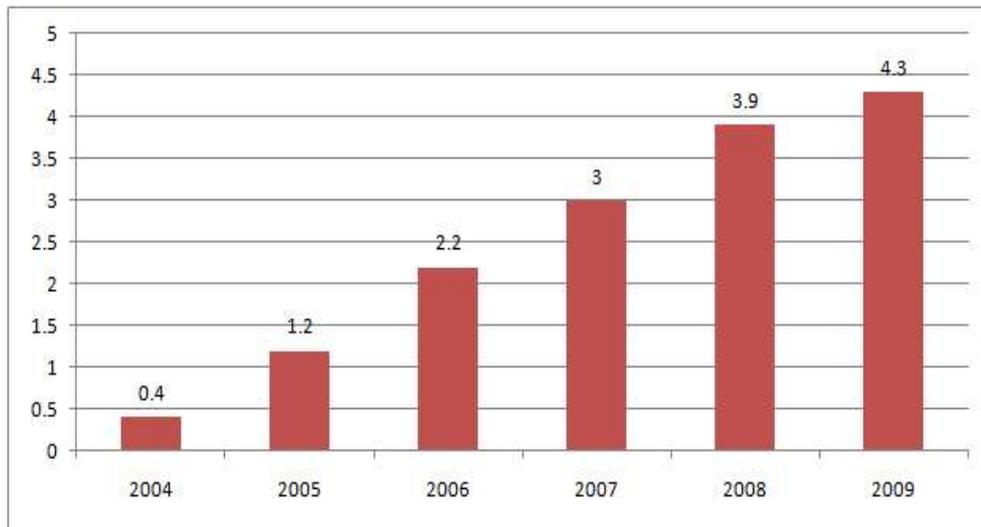
- 새로운 판매 채널 개발, 기존의 브랜드나 메이저 인터넷 플레이어들과 같은 업체와의 파트너십 등 노력에 힘입어 꾸준히 수입 상승
- **소셜 네트워크 대중화 및 새로운 추천 기능 등이 추가된 기능과 스마트폰의 폭발적 수요 증가 및 디지털 음악 관련 어플리케이션의 개발로 다양한 서비스가 가능해짐에 따라 주요 시장에서 음악 다운로드가 증가**
- 새로운 비즈니스 **파트너십이 레코드 회사, ISPs (Internet Service Provider), 모바일 오퍼레이터** 간에 이루어지고 있으며 이러한 노력의 결과로 다양한 디지털 장비를 통해 음악을 접할 수 있는 공간과 기회가 증가. 이런 요인이 디지털 음악 수요 확산에 긍정적 영향을 미친 것으로 평가됨.
- 이러한 변화를 통해, 산업 전체에서 디지털 음악 수입의 증가를 가져왔으며, 2010년 전 세계에서 **음악 산업 전체의 약 29%를 디지털 음악이 차지하는 것으로 집계**. 이것은 약 4억 6천만 US달러의 가치로 2009년 약 25%에서 증가된 수치임.
- 그러나 여전히 **불법 디지털 음악 시장은 음악 산업 전체에 가장 큰 위협이 되고 있음**. 2004년에서 2010년까지 디지털 음악 시장이 1,000% 성장했음에도 불구하고, 전 세계 음반 판매 수입은 같은 기간 31% 이상이 감소한 것으로 나타남. 이러한 수치는 불법 음악 다운로드로 인해 **디지털 음악 시장 성장에도 불구하고 여전히 합법적 시장 규모 감소를 막기에는 역부족임을** 여실히 보여줄 뿐만 아니라, 어떠한 특별한 조치가 취해지지 않는다면 이러한 음악 산업 전체 규모가 감소되는 것을 막을 수 없을 것으로 보임.

【그림 1】 전 세계 2008년 ~ 2009년 음악시장 규모 (단위: US\$million)



※ 출처 : IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 자료 편집

■ 그림 2 ■ 전 세계 2004년 ~ 2009년 디지털 음악 판매량 변화 (단위: US\$billion)



※ 출처 : IFPI-Recording Industry in Numbers 2010

■ 유럽 디지털 음악 시장 현황

○ 디지털 음악 시장은 성장

- 합법적인 디지털 음악 사이트가 꾸준히 증가: 전 세계에 걸쳐 2010년 말까지 약 400개 이상의 합법적 음악 서비스가 제공되고 있으며, 유럽 내에서는 영국이 약 67개로 유럽 국가 중 가장 많은 합법 디지털 음악 서비스를 제공하고 있음.
- 유럽의 대표적 합법 디지털 음악 서비스로는 **Spotify, Deezer, We7** 등이 있는데, 이는 무료 광고 지원형 스트리밍 서비스와 프리미엄 유료 서비스의 두 등급으로 나누어짐. 이중 **Spotify**는 노르웨이와 스웨덴에서 제일 인기 있는 서비스이고 유럽 전체에서는 **iTunes** 다음으로 인기 사이트이자 두 번째로 큰 디지털 음악 수입의 원천임. **Deezer**는 프랑스에서 인터넷 유저의 13%가 사용할 정도로 인기 있는 사이트임.
- 유럽의 디지털 음악 수입은 2010년에 예상치를 넘은 것으로 평가됨. 전체적으로 약 20% 성장을 보였고, 대부분 주요 시장에서 두 자리 숫자의 증가세를 보임.
- 유럽의 레코드 회사들은 여전히 미국에 비해 피지컬 포맷에 더 의존하는 경향이 있음. 이는 2010년 디지털 채널을 통한 수입이 여전히 전체의 20% 미만을 차지하고 있는 사실로도 입증됨. 그러나 점차 수입 창출을 디지털 음악 다운로드 부문에서 창출하고자 하는 노력이 증가. 음반사의 카탈로그를 디지털화 하거나 합법적 온라인 음악 서비스와의 라이선스 딜을 협상 하는 등 디지털 시대에

맞도록 노력과 투자 집중.

- 이는 CD 판매 격감으로 발생한 손해를 상쇄 시킬 정도는 아니지만, 디지털 음악 부문에서의 수입은 꾸준히 오르고 있음. 영국의 경우 2010년 전체 음악 시장의 24.5%가 디지털 음악이 차지하고 있으며, 2009년 19.2%에 비해 상승한 것으로 나타남.

【 표 1 】 2011년 유럽 각 국가별 합법적 디지털 음악 사이트 현황 (단위:개)

국가	현황
영국	67
독일	42
스페인	29
프랑스	27
이태리	27

※ 출처 : BPI/IFPI

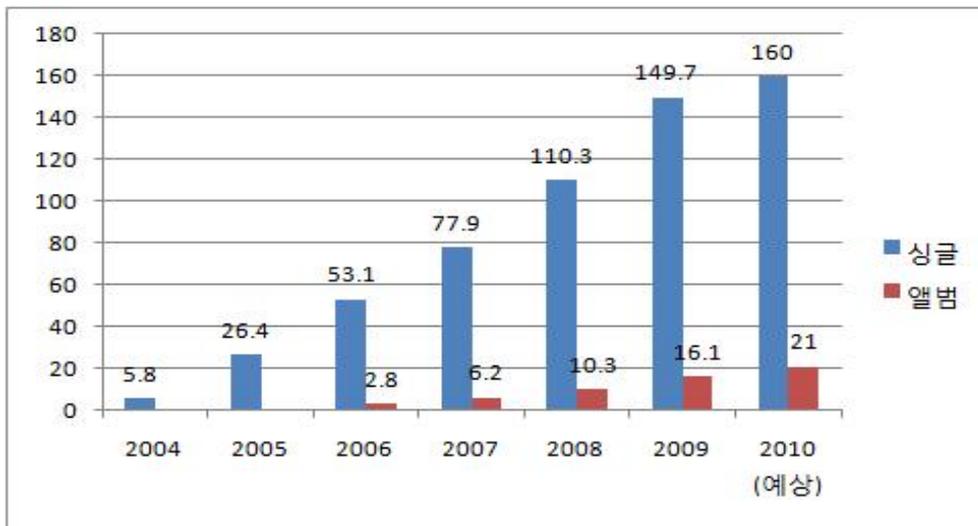
■ 유럽 주요국의 디지털 음악 시장 분석

○ 영국 디지털 음악 시장 현황

- 전 세계 세 번째로 큰 음악시장이자 유럽에서 제일 큰 음악 시장으로, 2009년 전 세계 음악시장의 9.2%를 차지하고 있으며, 전 세계에서 미국 다음으로 다양한 음악 레퍼토리를 가진 음악시장.
- 합법적 디지털 음악 시장은 최근 몇 년간 성장세를 보이고 있음. 2010년까지 약 **67개의 합법적인 디지털 음악 서비스**가 제공되고 있으며 이는 유럽 다른 나라보다 가장 많은 서비스가 운영되고 있음 (출처: BPI, 2010)
- 2010년 5억장의 디지털 싱글 트랙이 합법적인 디지털 유통 채널을 통해 판매된 반면, (출처: OCC (Official Chart Company), 2010) 1,200,000,000개의 싱글 트랙이 불법 채널을 통해 다운로드된 것으로 나타남 (출처: Harris Interactive, 2010)
- 2004년 디지털 음악 시장 초기 단계에는 가치가 £5백만이었던 2009년에는 £2억 8천 5십만으로 성장. 이는 전체 음반 시장의 20%를 차지하고 있음. 이것은 **디지털 다운로드가 메인스트림 음악시장에서 어느 정도 자리를 잡은 것으로 평가되며, 이것은 싱글 시장에서 99%의 판매가 디지털 음악의 형식으로 되고 있는 사실도 이러한 변화를 뒷받침해 줌.**

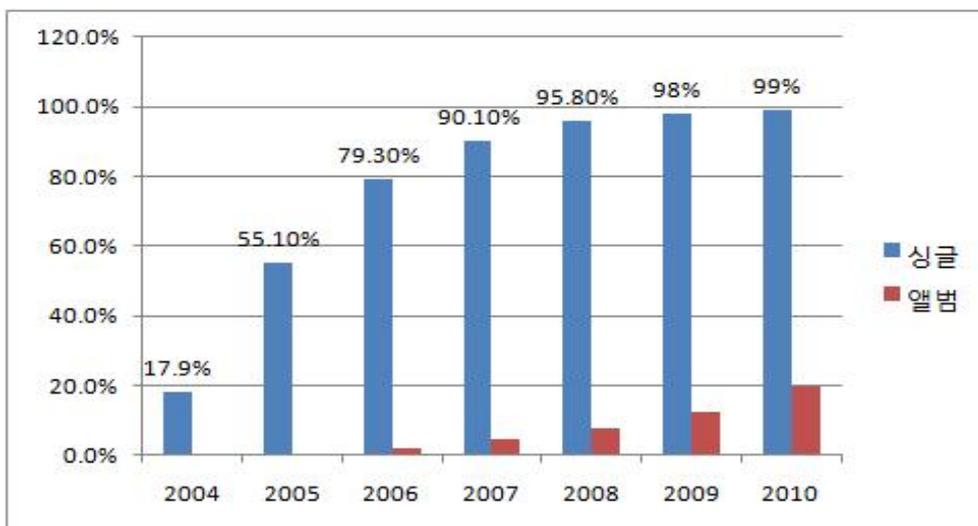
- 그러나, 2010년, 영국에서 디지털로 유통된 음악의 3/4이 불법으로 다운로드 되었고 보고되었고, 합법적인 디지털 음악 제공 서비스인 iTunes, Spotify, Last.fm, We7 등에 대한 인지도가 높아지고 정착됨에도 불구하고, 여전히 만연적인 불법 다운로드의 문제는 해결되지 않고 있음. 이것은 실질적으로 아티스트, 송라이터, 음악 회사들의 실질적 수입의 감소를 가져왔을 뿐만 아니라 합법적 디지털 음악 전체의 발전을 저해하는 요소로 꼽히고 있음.

■ 그림 3 ■ 2004-2010 영국 디지털 판매 점유율 (단위: %)



※ 출처 : OCC (Official Chart Company)

■ 그림 4 ■ 2004-2010 영국 디지털 다운로드 판매 (단위: million unit)



※ 출처 : OCC (Official Chart Company)

○ 유럽 주요 3국 디지털 음악 시장 비교

- 영국

▷ 유럽에서 가장 큰 시장인 영국은 2009년 디지털 음악 판매에서 전년 대비 47.6%의 상승으로 큰 성장을 보임. CD 판매 감소에도 불구하고 다운로드를 통한 디지털 음악 판매가 증가하고 있으며, 2009년에 디지털 포맷으로 1천6백만 장의 앨범이 판매됨. 이것은 전년 대비 56% 증가를 보이고 있으며, 전체 앨범 판매의 12.5%를 차지할 정도로 디지털 음악 시장의 영향력이 증대되고 있음. 2009년 디지털 음악 판매 포맷 비율을 온라인 싱글 트랙 판매가 전체의 44%, 앨범이 36%를 차지하고 있음.

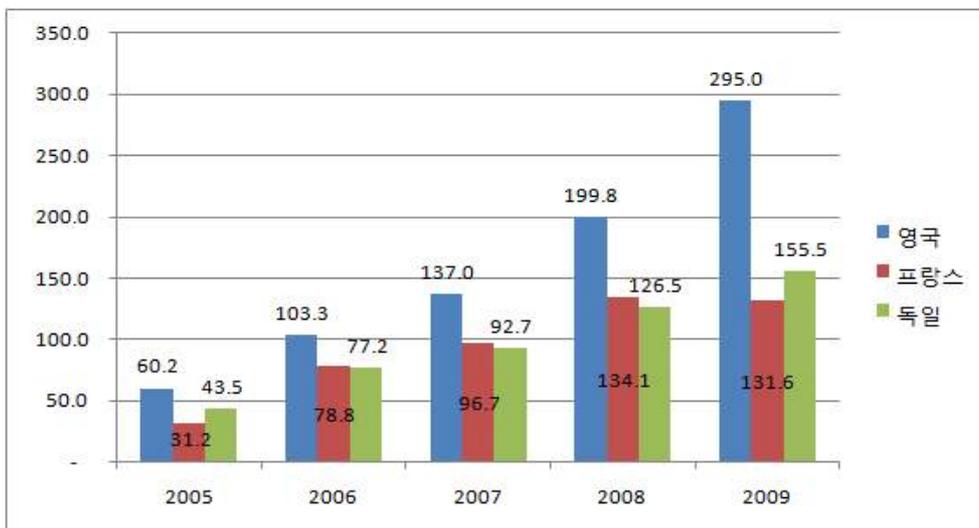
- 독일

▷ 영국에 이어 유럽에서 두 번째로 큰 음악시장으로 여전히 피지컬 음반 판매의 의존도가 높은 시장이나 디지털 음악 시장 또한 지속적인 성장세를 보임. 2009년 디지털 음악 판매 현황을 살펴보면, 온라인 앨범이 39%로 가장 많은 부분을 차지하며 다음으로는 온라인 싱글 트랙 판매가 28%를 차지.

- 프랑스

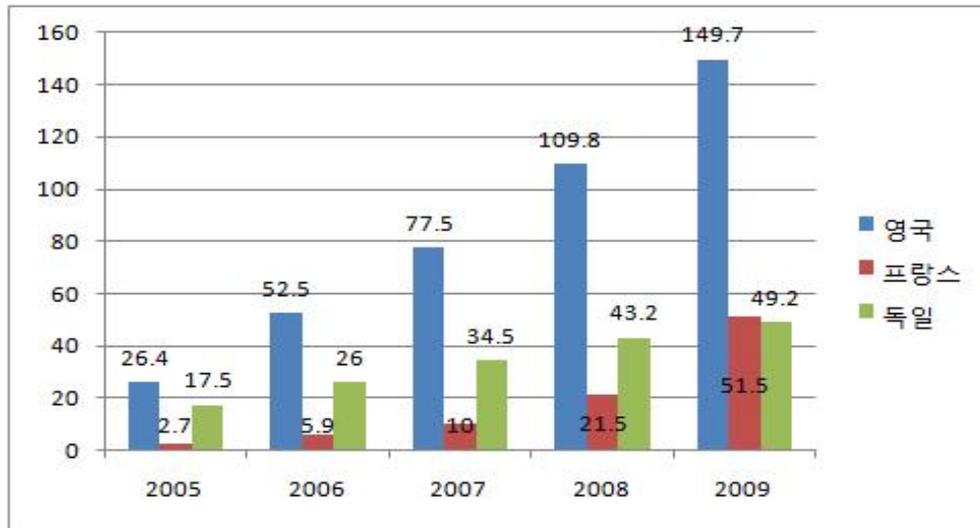
▷ 디지털 음악 시장은 디지털 싱글과 앨범 판매량이 증가했음에도 불구하고 전체 디지털 음악 판매 시장은 1.9% 감소하였는데, 이것은 모바일의 배경음악 다운로드 감소와 연관된 수치로 분석됨. 반면, 스트리밍과 다운로드 등 온라인 음악 판매 부문이 크게 성장. 프랑스는 영국이나 독일과는 다르게 모바일 배경음악 다운로드의 판매 비중이 높으며, 온라인 앨범과 싱글 트랙 판매 비율이 각각 21%, 19%로 비슷한 수치를 보임.

┃ 그림 5 ┃ 2005-2009 영국, 프랑스, 독일
디지털 음악 판매 규모 변화 (단위:US& million)



※ 출처 : IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

■ 그림 7 ■ 2005-2009 영국, 프랑스, 독일
디지털 음악 판매량 변화 (단위: million unit)



※ 출처 : IFPI-Recording Industry in Numbers 2010 편집

2. 『유럽 디지털 음악 시장 분석』

■ 유럽 디지털 음악 시장 환경 변화

○ 전략적 파트너십: ISPs (Internet Service Provider)와 모바일

- 레코드 회사들은 ISPs(Internet Service Providers)와 모바일 오퍼레이터들과의 전략적 파트너십을 지속적으로 추진하고 있음. 그들과의 파트너십은 주로 서브스크립션 기반의 서비스를 제공하는 것인데, **브로드밴드 비용에 번들로 포함하거나 별도의 유료 서비스를 제공하는 두 가지 방식으로 제공됨.**
- ISPs와 모바일 오퍼레이터들에게 음악 콘텐츠 서비스는 경쟁이 심해지고 시장이 포화되는 현실에서 새로운 고객을 유치하는데 중요한 마케팅 톨이자 유동 고객을 줄이고 기존 고객을 유지하는 데에도 중요한 역할을 한다고 판단됨. 따라서 이러한 전략적 파트너십은 서로에게 **윈-윈 전략으로 평가됨.**
- **모바일 오퍼레이터에게도** 음악 콘텐츠는 모바일폰 기기를 통해 가시적 유통이 가능하고 직접적인 과금 시스템이 가능하기 때문에 이러한 제휴가 매력적으로

평가됨.

- 2010년 3월, <Ovum>의 리포트 'Is There a Commercial Argument for ISP Music Services?'에 따르면 영국 단독으로만 이러한 새로운 음악 서비스로 2013년까지 연간 £1억 이상의 추가 수입을 올릴 수 있을 거라고 전망. 또한, <Informa Telecoms & Media>의 'Unlocking the Real Value of Mobile Music' 리포트에 따르면, 유럽의 대형 모바일 오퍼레이터는 Spotify와 같은 이미 정착된 음악 서비스와 파트너십을 맺는 경우 첫 해부터 연간 7억 팔천만 유로의 수입을 달성할 수 있을 거라고 전망하기도 함.

- 유럽 대표적 국가의 디지털 음악 서비스와 ISP 전략적 파트너십 사례

▷ **스웨덴과 핀란드:** ISP인 Telia는 Spotify와 손잡고 모바일 패키지에 가입했을 때 4달간 무료 서비스 제공. 2009년 Telia 기업 수입 상승에 주요 원인 중 하나라고 평가됨

▷ **덴마크:** ISP인 TDC는 무제한 음악 다운로드 서비스를 그들의 모바일과 브로드밴드 고객에게 제공. 2010년 11월에 TDC는 2억 5천만 곡이 런칭 이후로 다운로드 되었으며 이것은 덴마크의 각 개인이 인당 45곡을 다운로드 받은 것과 동일한 수치라고 분석됨. 런칭 이래로 매달 평균 52% 이상의 스트리밍이 증가.

▷ **노르웨이:** Telenor는 모바일 콘텐츠 제공자와 가장 큰 체인 음반 매장과 합동으로 WiMP라는 서브스크립션 서비스를 제공. 이러한 모바일 콘텐츠 제공자와 음악 서비스가 제휴한 서비스는 고객들이 원하는 콘텐츠를 제공하고 새로운 고객을 확보함으로써 시너지를 창출해낸 윈-윈 전략으로 평가되고 있음.

▷ **이태리:** Fastweb도 2010년 11월 Dada와 손잡고 음악 서비스를 제공하기 시작. 월 6유로의 비용으로 메이저와 인디 레이블의 수백만곡을 제공.

▷ **아일랜드:** Eircom도 2010년 12월 음악 서비스 MusicHub 제공. Eircom의 브로드밴드 고객에게 4백만 곡의 무제한 스트리밍 서비스를 제공하고 고객들은 소셜네트워크 기능을 통해 플레이리스트를 만들고 곡 추천을 할 수 있는 서비스 제공.

- 모바일: 보다폰 (vodafone)은 유럽에서 가장 많은 유료 디지털 음악 서브스크립션 회원을 가지고 있고, 8개의 유럽 국가에서 600,000명 이상의 사용자를 보유하고 있음. 불법 다운로드로 음악 시장 수입이 현저히 줄어든 스페인에서조차도

보다폰은 가장 큰 디지털 음악 제공 업체로 300,000명 이상이 가입. 영국에서도 보다폰은 100,000개의 곡을 번들로 판매하고 있음.

○ 클라우드 기반의 서비스 확대

- 클라우드 서비스는 개인 하드 드라이브나 저장 장치 등에 저장된 음악을 듣는 대신에, 중앙 스토리지에 저장했다가 필요할 때마다 온라인을 통해 음악을 들을 수 있고 이동 중에도 언제든지 접근이 가능한 서비스로 파일 손상이나 용량 한계 등의 문제없이 개선된 사운드로 **향후 디지털 음악의 새로운 대안**으로 떠오름.
- 현재 비즈니스 모델은 초기단계이지만, 최근 이동통신 기술의 발달로 급속히 보급되어 디지털 음악 시장에서 중요한 개념으로 자리 잡을 것이라고 평가됨. 이 서비스는 **소비자가 음악 콘텐츠와 장치와의 연결성(connectedness)**에 더욱 관심이 커져가는 것에 대응한 시장의 대응 톨이라 할 수 있음.
- 이미 소니의 Music Unlimited는 클라우드 기반의 음악 스트리밍 서비스를 2010년 12월 영국과 아일랜드에 처음으로 런칭 하였음. 이 서비스는 가입자가 그들의 음악을 별도의 서버 (클라우드)에 저장할 수 있는 시스템으로, 인터넷이 연결된 스마트폰, 게임 콘솔, TV, 블루레이와 같은 다양한 장치를 통해 이용할 수 있게 됨. 그밖에 2010년에 Carphone Warehouse도 클라우드 음악 서비스를 런칭 하였으며, 구글이나 테스코 등을 포함한 다른 기업들도 클라우드 서비스 참여에 의사를 보임.

○ 스마트폰의 대중화

- 아이폰이나 안드로이드폰과 같은 스마트폰의 시장 진출로 2010년은 모바일폰 기기로 직접 다운로드하는 비율이 높아짐.
- **스마트폰의 폭발적인 수요 증가**로 인해, 디지털 음악 서비스들이 모바일 어플리케이션을 통해 혜택을 보고 있음. 이는 프리미엄 서브스크립션 서비스의 가치를 올려주고 Spotify 등과 같이 기존 무료 광고기반 서비스에 유료 소비자 층을 넓히는 기회를 제공하고 있음.
- 또한 스마트폰의 어플리케이션은 페이스북이나 트위터와 같은 인기 있는 디지털 소셜 네트워크의 대중화와 함께 음악의 시장성에 대한 가치를 높여준다고 평가되며, 2011년도에도 역시 **음악 관련 어플리케이션**이 디지털 음악의 혁신에 중요한 열쇠가 될 것이라고 전망됨.

■ 유럽 디지털 음악 시장의 문제 및 대응 방안

○ 불법 다운로드의 위협

- 디지털 음악 침해는 엄청난 규모로 존재하고 있으며 전 세계적으로 늘어나고 있음. P2P에서의 **불법 파일 공유**가 가장 큰 문제이고 이밖에 불법 스트리밍 서비스와 포럼 등을 통한 불법 음원 유통이 여전히 심각한 문제로 남아있음.
- 침해로 인한 피해는 나라마다 다양함. 그 중 유럽 국가에서는 스페인이 가장 많은 불법 서비스가 존재하는 국가이며 액티브한 인터넷 유저의 44%가 승인받지 않는 불법 사이트를 이용하는 것으로 조사됨. 이는 유럽 탑 다섯 개 국가 전체에서 불법 사이트를 이용하는 유저가 23%를 차지하고 있는 수치와 비교할 때 상당히 높은 것으로 나타남. (The Nielsen Company, 2010년 10월)

- 스페인 케이스

- ▷ 불법 다운로드로 인해 **음악 산업 전체에 위협이 되고 있는 대표적인 사례**로, 스페인 전체 음악 판매는 2005년과 2010년 사이에 약 55% 감소했으며 이것은 전세계 평균을 훨씬 웃도는 높은 수치임. 2010년도만 시장 규모가 약 22% 감소.
 - ▷ 2000년까지 아티스트 발굴 및 계발이 활발했으나, 음악 시장 감소로 신인 아티스트가 설 자리를 잃게 됨. 2004년까지 적어도 한명의 스페인 자국 아티스트가 유럽 전체에서 백만 장 이상의 음반을 팔았다면, 최근 2년간 단 한명의 자국 신인 아티스트도 탑 50 판매 앨범 판매에 끼지 못하는 상황이며 이는 2003년 10명장의 앨범과 상당히 비교 되는 수치임. 2010년 **자국 아티스트의 판매** 또한 약 40% 감소했으며, 이는 2004년 규모에 비해 약 절반으로 격감된 수치임.
 - ▷ 불법 음악 단절을 위해 정부는 현재 법 제정을 추구하고 있으나 현재 매달 활발한 인터넷 사용자 중 21%나 차지하는 P2P로 인한 디지털 음악 불법 유통 문제를 해결 하는 데는 현재로서는 역부족으로 보임.
- 상대적으로 낮은 레벨의 불법 음악 파일이 유통되는 국가에서조차도, **불법 음악 소비가 합법적 음악 소비의 규모를 능가하는 것으로 나타남**. 영국에서 시행된 Harris Interactive 리서치에 따르면, 2010년 유통된 온라인 음악의 76%가 불법

적으로 유통된 것으로 나타남.

- 2010년 3월, Tera Consultants가 보고한 리포트 'Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries'에 따르면, 불법 유통으로 인해 영화, 음악, 소프트웨어, TV 산업 전체에서 발생하는 직업 손실은 2008년과 2010년 사이에 약 345,000개라고 발표함. 여기에서 만약 디지털 불법 유통 문제가 해결되지 않는다면, EU는 2015년까지 1백2천만 개의 일자리 감소가 발생할 것이고 같은 기간 소매 부문 수입에서 2,400억 유로의 손해가 발생할 것이라고 전망.

○ 불법 음악 시장 확장을 억제하기 위한 법적 정책 강화

- 디지털 불법 음악 유통은 윤리적인 문제뿐만 아니라 경제적 측면에서 그에 따르는 경제적 손실로 인해 심각한 문제로 대두됨. 불법 파일 공유와 불법 유통은 합법적인 산업 전반에 걸쳐 위협적 존재이며 아티스트의 투자에도 큰 장벽이 되고 있음.
- 이에 따라 ISPs와의 공조를 통한 해결 방법이 중요한 해결책이라고 인식됨. 자발적인 공조는 불가능하지만, 정부의 법규 규정에 의한 법적 정책 강화가 중요하다고 판단되었고, P2P 불법 유통에 대한 대응책으로 다수의 국가에서 인터넷 서비스제공업체 ISP와 연계된, 반복하여 저작권을 침해하는 이용자나 서비스에 대해서 인터넷 이용에 제한을 가하는 제도인 '삼진아웃제' 또는 '누적 대응' (graduated response) 법률 조항을 시행하였음.
- 유럽 주요국의 법적 정책 사례

▷ 프랑스

- 프랑스 전체 음악 시장 수입은 2009년에 2.7%만이 감소했고 이는 전 세계 시장의 7.2% 감소와 비교했을 때 비교적 적은 감소를 보이는 수치임. 2010년 동안 프랑스 음악 판매는 2% 감소를 보였는데, 이는 디지털 음악이 14% 성장하고 피지컬 음반 판매가 5% 감소세를 보인 결과임.
- 프랑스는 2007년 누적 대응 법률(graduated response)을 제정하여 현재 시행하고 있음. 2010년 9월부터 이 법을 적용하기 시작하였고 별도의 기관인 HADOPI를 두어 불법 행위에 대한 저작권법 위반 경고를 책임지고 있음.

▷ 스웨덴:

- 스웨덴은 기술적으로 발전된 시장으로, OECD국가 중 세 번째로 높은 브로드밴드 보급률을 가지고 있음. 인터넷 사용은 일찍 시작되었으며 그에 따라 기반이 약한 저작권 보호 환경으로 인해 **온라인 불법 침해가 활성화** 되었고, 그 결과 2003년과 2008년 사이에 음악 판매가 급감하는 결과를 낳음.
- 2009년에는 불법 유통 대응에 대항하는 중요한 변화의 필요성에 따라, 새 저작권 강화법인 **IPRED**를 제정. 이는 저작권자들에게 저작권 침해를 한계점을 공개할 수 있는 권리를 부여함으로써 저작권 위반이 유죄판결을 받게 하였고, 그 결과 동시에 Spotify가 가장 유명한 합법적 음악 서비스로 자리 잡게 되는 결과를 낳음.
- 2009년 4월 이 IPRED 법 시행 이후, 즉각적인 긍정적 영향이 나타났다고 분석됨. 2009년 4월 스웨덴의 인터넷 트래픽은 40% 감소했으며 자발적으로 사이트를 폐쇄한 사례도 보고되며, 2010년 5월 GfK에서 시행한 조사에 따르면 불법 파일 공유자의 52%가 이 법 제정 이후 활동이 감소되었다고 보고됨. 디지털 음악 수입은 2009년에 두 배 이상 증가했으며 2010년에는 약 80% 이상 증가하였음

▷ 영국:

- 영국은 2010년 4월에 ‘**누적 대응**’ (graduated response) 법률 조항을 제정한 세 번째 국가가 됨. 프랑스와 유사한 대처 방식이 ‘The Digital Economy Act’를 통해 불법 음악 유통 침해자에게 누적 경고를 보내내도록 되어있음.

▷ 아일랜드:

- 아일랜드의 가장 큰 ISP회사들과의 타협 끝에 ‘**누적 대응**’ (graduated response) 법률 조항이 도입되었음. 현재 시험 적용 단계에 있으며, 최근 지적재산권을 강화하는 방식이 데이터 보호권에 위반하지 않는다는 법원의 판결에 따라 정책 제정이 더욱 탄력을 받고 있음.

▷ 유럽 연합 (European Union):

- 유럽 연합 또한 온라인 불법 유통에 대처하기 위해 2010년 ‘**Gallo Report**’를 채택하여 저작물이 **온라인 보호를 필요로 한다는 점을 강조**하고 있음. 2011년 1월, 유럽공동체위원회 (European Commission)는 보고서 발표와 자문을

구하였고 온라인 침해를 막기 위해 보다 적극적인 인터넷 서비스 제공 업체의 참여 확장의 중요성과 법률 시행의 필요성을 강조함.

3. 『제안/시시점』

○ 디지털 테크놀로지를 통한 새로운 기회

- 인터넷과 디지털 음악은 아티스트와 음악 레이블에게 잠재적 소비자와 연결할 수 있는 보다 다양한 방법을 제공해 줄 수 있는 틀임. 이것은 음악 제작과 홍보에 더 신선하고 창조적인 방법에 대한 필요성을 상승 시켜줌.
- 특히 페이스북(facebook), 트위터 (twitter), 유튜브 (YouTube) 등 온라인과 모바일 툴을 활용하여 인터랙티브한 홍보를 통해 인지도를 높이는 전략이 절실. 이미 이를 활용하여 성공한 대표적 아티스트는 영국의 고릴라즈 (Gorillaz)와 타이니 템파 (Tinie Tempa) 등을 들 수 있음.
- 클라우드 컴퓨팅을 통한 온라인 음악 서비스가 구글과 애플 등 주요 업체에서 곧 시작될 예정. 구글의 경우 음악 2만곡 이상을 다운 받을 수 있는 서비스가 곧 시작될 예정이며 애플도 아이클라우드(iCloud) 서비스를 통해 음악 1,400만곡을 다운 받을 수 있는 서비스가 런칭 예정.
- 따라서 디지털 시대는, 레코드 회사의 중요성을 감소시키기보다는, 아티스트 계발을 위해 레코드 회사와 인터넷 업체와의 공조를 더욱 요구함. 예를 들어, Myspace에 등록된 많은 아티스트를 발굴하고, 계발, 공동 마케팅 및 프로모션을 하는 역할이 이러한 업체들 간의 공조를 통해 과거보다 더욱 중요해질 것임. 디지털 테크놀로지는 더 쉽게 변하고 충성심이 약해진 팬을 아티스트와 연결시켜주고 그 관계를 깊게 만들어 주는 역할로서 더욱 중요성이 부각될 것임.

○ 교육에 대한 투자

- 불법 디지털 음악 확산을 막기 위해 합법적 음악사용을 위한 교육에 대한 인식이 높아지고 있음. 불법 다운로드와 파일 공유를 줄이기 위한 정부 참여 유도과 불법 사이트로의 접근을 막기 위한 'Music Matters'와 같은 프로그램을 통한 교육 전략이 시행되고 있음. 소비자들이 온라인 음악 서비스를 이용할 때 윤리적인 선택을 할 수 있도록, 이 'Music Matters'와 같은 캠페인은 합법적 디지털 음악 서비스를 확인시켜 주는 등 음악 소비자에게 올바른 합법적 사용을 위한 다채로운 교

- 육 프로그램에 투자.
- ‘Music Matters’는 영국에서 음악 산업에서 만들어진 프로그램으로, 아티스트, 소매업자, 송라이터, 레이블과 매니저 등이 포함. 이 캠페인은 많은 아티스트의 작업에 대한 짧은 비디오와 연주를 담고 있는데 이것은 음악의 중요성과 가치를 소비자들에게 각인시키고자 하는데 목적을 두고, ‘Music Matters’라는 신뢰 마크를 통해 소비자가 불법 서비스와 합법적 음악 서비스를 차별화하는데 도움을 주는 가이드 역할을 함.
 - 프랑스에서는 ‘Tous Pour La Musique’라는 교육 프로그램을 통해 창조산업의 콘텐츠 보호와 합법적 온라인 음악 서비스의 자각을 높이기 위한 노력. 특히 청소년을 주 대상으로 하여 프로그램을 전개하여 프랑스에서 합법적으로 이용 가능한 음악 사이트를 나열하여 정보를 제공.
 - 이같이 다양한 프로그램 개발 및 보급을 통해 불법 온라인 음악 파일 공유의 심각성을 깨닫고 합법적 방법을 통한 유통 정착화를 위한 투자와 노력이 더욱 절실함.

○ 앞으로의 당면 과제

- 불법 다운로드 근절뿐만 아니라, 현재의 불법 사이트 음악 사용자를 합법 사이트로 옮기는 전략을 찾는 것이 현재 당면하고 있는 문제임. 새로운 서비스들은 현재 움직이지 않는 소비자들을 공략하는 전략을 위한 노력이 필요.
- 부동의 소비자들은 음악에 돈을 지불할 의사가 있으나 어떻게 디지털 음악에 접근하지는 방법을 알지 못하는 소비자 계층으로, 오프라인 음반 매장을 통한 음반 구매는 예전에 비해 줄어들었으나, 여전히 음악에 대한 니즈는 결코 감소하지 않은 계층으로 이들을 공략할 음반사와 디지털 음악 서비스 업체들의 전략이 필요함.
- 라이브 공연 시장의 성장과 음반 시장의 축소에도 불구하고, 음악 상품에 대한 투자 없이 라이브 공연 단독으로 아티스트의 커리어를 개발하는 것은 적절한 대안적 해결방법은 아님. 아티스트의 핵심인 음악 판매를 기본으로 하고 그와 더불어 라이브 공연을 통해 팬 층을 두텁게 하는 방법만이 긴 커리어를 쌓아갈 수가 있는 열쇠가 될 것임.