EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF **EUROPE**

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소

kocca KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

주간 심층이슈

『유럽 애니메이션 시장 트랜드』

◉ 유럽 주요국가 경제 현황 분석 및 애니메이션 시장 트랜드 분석
- Summary

◉ 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 동부유럽 및 러시아
- 경제 현황 분석
- 방송 시장 분석

1. 유럽 주요국가 경제 현황 및 애니메이션 시장 트랜드

유로존 국가 경제 현황 및 방송 시장 동향

Summary

- 유럽의 애니메이션 시장은 금융위기의 영향과 인수합병으로 인해 많은 변화를 겪고 있음, Animation World Network 조사 결과 세계 애니메이션 시장은 £200bn의 가치를 지니고 있는 것으로 나타남, 유럽 시장 전체적으로 보았을 때 시장 규모는 증가 했지만 경기 침체로 인해 유로존 대부분의 주요 시장에서 성장이 정체했음, 또한 유로 사용국가의 채무 초과로 인해 지불 불능 상태에 빠짐으로써 그리스, 스페인, 포르투갈, 아일랜드 이후 어떤 나라에서 다시 재정위기가 나타나게 될지에 대한 걱정이 늘어나고 있음,

- 2008년 신용경색으로 인해 광고 수익과 자금 조달 방법에 많은 변경이 생겼으며, 시장 자체에서도 애니메이션 산업의 안정화를 위해 기존에 안정적인 성장을 보여주었던 회사들도 인수되거나 청산 되는 경우가 발생,

- 어린이 텔레비전 마켓은 세계적으로 크게 두 가지 추세를 보여주고 있음, '다채널화의 증가' 및 '어린이 전문 채널의 인기 상승', 이에 더해 2012년에 아날로그 방식이 송출이 중단될 예정으로 디지털 채널들의 수가 증가하고 인기가 상승하고 있음, 이러한 변화들은 어린이 텔레비전 시장을 더 키움과 동시에 세분화하였음, Euopean Audiovisual Observatory에 따르면 2010년 유럽에서는 224개의 어린이 채널이 있었고 그중 17개가 2009년에 생겨났음,

- **이러한 세계적 경제 흐름과 어린이 텔레비전 시장의 동향을 보았을 때, 애니메이션 산업에 당면한 가장 큰 문제점은 새로운 콘텐츠 개발과 생산을 위한 자본을 확보임,** 이제 따라 공동 제작 파트너십이 자본 부족을 함께 해결해 나갈 수 있는 가장 중요한 요소가 됨, 기존 미디어에서 인기를 끌던 상품을 다른 플랫폼에서 사용하는 것은 자연스러운 일이 되었고 특히 온라인이나 모바일 플렛폼 기반 콘텐츠의 중요성이 높아지고 있음, **특히 유럽에서의 디지털 채널 증가로 신청자들을 끌어들이기 위한 채널 사이의 경쟁이 심화되어 더 많은 콘텐츠들이 필요하게 됨,**

- 소셜미디어의 성장 또한 아이들의 TV프로그램 시청 방식과 전통적인 콘텐츠의 방영과 획득 방법에 영향을 미침, 모시 몬스터 (Moshi Monsters) 제작자는 전통적인 미디어 커미셔닝과 달리 Moshi TV가 시청자들의 손에 의해 결정 되는 방법을 사용, 소셜 미디어와 유저 제작 콘텐츠 (UGC)의 증가는 전통적인 콘텐츠의 사용방식에 영향을 미쳤고 기존의 방식에 대한 새롭고 흥미로운 시각을 제공해줌,

2. 영국

영국 경제

- 영국의 경제는 침체를 벋어 날려고 노력 하고 있지만 현 정부의 긴축재정으로 인해 회복 속도가 더뎌지고 있음, 물가상승율은 4.0%에 다다르고 있고 취업 시장의 인력 과잉에 따른 정리해고는 불안정한 상태를 보이고 있으며 경제 성장률도한 전망치보다 낮은 실정임

방송 시장 동향

○ 거대 기업들이 지배하고 있던 영국 애니메이션 시장은 현재 재정 압박에 시달리고 있음, 세계적 기업이었던 Hit Entertainment는 다가올 8월에 모회사인 Apax Media의 결정에 따라 회사가 매각 될 수도 있을 전망, Hit Entertainment의 인수를 원하는 회사들은 현재 회사 수익의 80%를 차지하고 있는 토마스 (Thomas the Tank Engine)에 관심을 집중 하고 있음,

- 현재 애니메이션 업계는 영국 애니메이션 시장의 경쟁력을 상승 시키고 독립 제작자들이 우수한 스텝을 확보하고 양질의 애니메이션을 제작 할 수 있도록 지속적으로 세금 혜택에 대한 로비를 하고 있음, 영국 정부는 현재 프랑스와 아일랜드캐나다 영화 산업등과 경쟁이 가능하도록 영화 산업에 세금 혜택을 지원하고 있음, 세금 혜택이 애니메이션 산업에 까지 확장되지 않을 경우 영국 애니메이션 산업의 생산 중단 가능성을 우려, 제작 산업의 인수합병은 RDF Media Group과 Zoodiak Entertainment 인수합병 및 De Agostini Group의 Zodiak Media Group인수로 거대한 공룡기업을 탄생시킴,

- 영국 메인 채널은 BBC의 6세에서 12세 대상의 채널인 CBBC와 미취학 아동을 대상으로 한 CBeebies가 지배하고 있고, 채널 5의 Mikshake 브랜드는 미취학 아동을 위한 채널로 성장 중이며, CBBC는 6세에서 12세 아동들이 가장 많이 시청하는 채널임

- BBC의 어린이 부분의 소관이 명시하는 바로는 BBC의 방영 프로그램의 대다수 콘텐츠들이 영국에서 만들어진 것이여야 하고, **CBeebies의 경우 주로 영국에서 생산된 프로그램 방영하고 특히 연간 4,500시간 이상의 방영 시간을 제공해야 하고 프로그램 중 적어도 투자의 75%가 자국 제작 프로그램 이여야 함**, Pay-TV 시장에서는 디즈니 채널이 자사의 미취학 아동 및 2세에서 7세를 겨냥한 Disney Junior 브랜드를 런칭 하였음

3. 프랑스

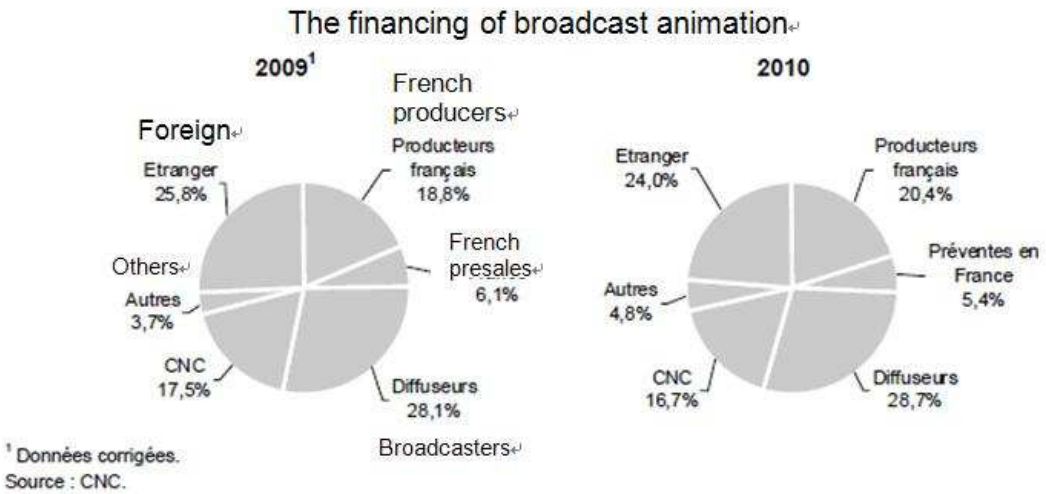
프랑스 경제

- 프랑스 경제는 2011년 1분기에 빠른 회복속도를 보이며 1% 경제 성장률을 보여줌,

방송 시장 동향

- **지상파 방송인 TF1, France2, France3, France5, Canal+와 M6는 지난 한해 애니메이션을 4,005시간 방영, 만화(Cartoon)의 경우 전체 프로그램에서 2009년 보다 5.5% 감소된 8.1%의 비율을 차지함**, M6는 지난 10년 동안 평균 303시간의 애니메이션을 방여하였고 지난해 보다 2.6% 성장한 320시간 방영에도 불구하고 개인 소유의 무료 TV로 인해 수치상으로만 감소한 것으로 나타남, **2010년에 프랑스 애니메이션 제작비용중 20% 이상이 해외 투자였음, 공동 제작 비율이 증가한 것으로 해석됨,**

  - 대부분의 프랑스 애니메이션이 아침 5시부터 8시 30분 사이에 방영되기 때문에 **주 시청자 연령층은 4세에서 10세 사이임, 프랑스 자국 애니메이션이 대부분의 방영시간을 차지하고 있고 인기를 얻어 가는 것과 동시에 미국 콘텐츠 비율 또한 30%를 차지하고 있음**, 14.3%는 다른 유럽 국가들의 콘텐츠, 9.35%는 아시아나 호주 지역의 콘텐츠가 차지하고 있음, 2009년에 비해 2010년의 제작 투자는 약간 감소한 것으로 보임, 하지만 2006년부터 2010년 사이의 평균 비용을 감안했을 때 건강한 재정 상태를 보여주고 있음,



<표1, 애니메이션 자금 공급 비율>

- Lagadere의 Pay TV 채널인 Canal J는 시장에서 채널 브랜드 강화를 위해 가장 빨리 콘텐츠를 구매해서 방영 후 자사의 무료 방송 채널인 Gulli를 통해 재방영 한다는 전략을 세우고 있음, DTT채널에서 Gulli는 강한 성장세를 보여주고 있으며 현재 시장의 2%를 차지하고 있음, CNC 보고서는 프랑스 텔레비전이 Gulli의 지분을 현재 34%에서 추가로 더 늘리고 싶어 한다고 전함, 지분의 나머지 66%는 Lagardere가 소유, Eurodata에 의하면 지상파 방송인 TF1이 가장 시청률이 높은 것으로 나타남,

4. 독일

독일 경제

- 유로존 경제에서 가장 큰 부분을 차지하고 있는 독일이 2011년 1분기 1.5% 경제 성장률을 기록

방송 시장 동향

- 독일은 3천 7백만 명의 시청자를 지니고 있는 방송 시장으로 높고 치열한 경쟁률을 보이는 시장임, **중요 어린이 애니메이션 방송사는 Super RTL (월트디즈니가 50%, RTL Group이 50% 지분 소유)이고 KIKA가 FTA(Free to air) 시장을 지배**하고 있음, 지난 몇 년간 독일 방송 시장 또한 신설 및 합병의 시기를 거쳤음,

  - **2009년에 아날로그에서 디지털 방송으로 완전히 전환을 했고 90%이상의 독일 가정이 케이블이나 위성 TV를 보유하고 있음**, 또한 시청자들은 다양한 프로그램을 가진 30개 이상의 무료 공익 채널과 상업 채널을 즐기고 있음, 하지만 이러한 무료 채널로 인해 Pay-TV의 성장을 저해 함, 대부분의 채널들이 케이블과 위성으로 중계됨에 따라 Pay-TV 모델은 발전이 많이 되어 있지 않은 상태임, 따라서 상업방송들은 광고를 통해 수익을 올리는 수익구조를 사용,

5. 이탈리아

이탈리아 경제

- 유로존에서 3번째로 큰 경제 국가인 이탈리아는 유럽에 불어 닥친 경제적 위기가 자국으로 퍼져나갈 것이라는 전망이 계속 해서 나오고 있음, 파이낸셜뉴스의 보도에 따르면 이탈리아의 주식시장이 7월초부터 폭락하였음,

방송 시장 동향

- 이탈리아의 애니메이션 산업은 재정 부족과 정부의 지원 부족으로 단편적인 사업으로 취급되고 있음, 최근 아날로그에서 디지털로의 전환에서도 많은 이슈들이 발생, Pay-TV 채널 플랫폼을 통해 예산을 만들어 내던 채널들이 디지털 채널로 전화됨에 따라 제작의 금융지원 류트를 잃음, 주 방송사들은 어린이 애니메이션 프로그램 시간을 줄이고 있음, **이탈리아는 프랑스의 CNC처럼 정부가 보조해주는 구조가 없기 때문에 주된 펀딩 모델로 공동 제작 방식을 사용하고 있음**,

  - DTT 채널의 증가로 전통적인 무료 방영 채널에 압박이 더해지고 있으며, 상업 방송 채널과의 경쟁도 치열해지고 있음, 도한 콘텐츠들이 전세계적인 경쟁을 통해 판매되고 있기 때문에 애니메이션 산업에 대한 압박도 심해짐, **2011년 초 Rai Tre는 자사의 모든 어린이 채널을 없애고 Rai Gulp와 Rai Sat Yoyo에 집중하겠다고 발표함**,

  - 디지털로 전환됨에 따라 지난 Jetix 매니지먼트 팀이 만든 Switchover Media에서 새로운 채널들이 탄생함, 2개의 메인 채널은 K2와 Frisbee로 구성되어 있음, K2sms 6세에서 12세 남자 아동을 대상으로 한 채널이고 Frisbee는 여자 아동을 대상으로 한 채널임, 2009년에 시작한 신생기업임에도 불구 Switchover Media는 이탈리아 방송의 전환점에 나타나 어린이 채널 시장에서 두 번째로 큰 채널로 성장 하였음, 어린이 방송의 선두인 Mediaset의 Italia Uno는 최근 어린이 프로그램 방송 시간을 줄였음,

  - **2012년은 아날로그 송출방식이 끝이 남에 따라 디지털 송출 방식 시장이 계속 성장할 것으로 전망,** Boing은 Mediaset과 Cartoon Network가 공동으로

소유하고 있는 디지털 무료방송임, DTT는 이탈리아 텔레비전 시장의 전문 디지털 채널 증가에 많은 영향을 미쳤고 무료 TV 시청자에게 다양한 선택권과 방송사들에게 더욱 경쟁적인 시장을 가져다줌, 콘텐츠 공급자에게는 다양한 플랫폼이 생긴 긍정적인 측면과 전통적인 채널의 프로그램 생산량을 줄이는 부정적인 면을 동시에 안김,

6. 스페인

스페인 경제

- 유럽에서 4번째로 큰 시장인 스페인 또한 제정 위기에 놓여 있는 상태이지만, 포르투갈, 그리스, 아일랜드가 격은 구제 금융 상태에 빠지지 않기 위해 지난 3년간 긴축정책을 펼쳤음, 파이낸셜 타임즈는 스페인이 긴축정책 덕분에 최악의 상태가지는 가지 않을 것이라고 전망했음,

방송 시장 동향

- 다른 유럽 국가에 불어 닥친 경제 침체와 같이 스페인 또한 방송 시장에서 인수합병이 발생, 소규모의 채널뿐만 아니라 대규모 방송사들도 포함됨, 2009년에 Telecino는 라이벌 채널인 Cuatro를 인수 했음 (인수 결정 과정이 두 채널에 걸쳐 중앙집중화 한 것으로 지역 채널에 부정적인 영향을 가져다 줄 것으로 전망),

  - **RTVE는 메인 애니메이션 방송 채널로 아날로그와 디지털 넷 Clan TV를 통해 애니메이션을 방영중**, 지난 한 해 동안 방송사들은 프로덕션 펀드 지원을 받았음, 2010년에 새로운 법이 통과 되어 상업방송사들이 추가 부담금을 TVE를 위한 공동 제작 펀드에 내야했고 이것은 국가 방송사들이 애니메이션에 더 투자를 하도록 유도하는 정책임,

  - 애니메이션 전문 디지털 채널인 Clan TV는 디지넷에서 1위를 차지하고 있고 지난 2월에는 3.2%의 시청률을 차지했음, Antena3 그룹의 Neox는 2.6%를 차지, Clan TV는 시간대 별로 각기 다른 시청자들을 대상으로 방송을 하고 있음, 아침에는 미취학 아동, 점심시간대에는 4세에서 7세 어린이, 저녁 6시

이후에는 8세에서 12세, 저녁 10시 이후로는 청소년층을 대상으로 한 프로그램 방송, 반면 급성장하고 있는 DTT는 기존의 소규모 채널들의 경쟁력을 저하시켜 기존 채널들이 제작하고 있는 어린이 콘텐츠 제작에서 리스크를 스스로 줄이게 만듦,

- 그 이외 대형 메이저 프렌차이즈 회사인 Turner와 Nickelodeon의 투자가 증가해 인기 프로그램들을 무료 TV에 방영하거나 기존의 완구제작 기반의 스튜디오와 함께 일하며 기존 인기 상품들을 지속적으로 개발 하고 있음,

7. 동유럽 국가 및 러시아

동유럽 국가 및 경제

- 러시아 경제는 2009년에 8% 하락하였고 물가상승률은 9% 기록, 기름 가격도 한 불안정한 상태를 격음, 이러한 상황들은 경제의 안정적인 성정에 영향을 줌, 반면 완구 시장은 30%이상 성장 했고, $4bn의 시장가치를 가지고 있는 것으로 조사되었고 아직도 BRICS 국가 중 하나로 이머징 마켓으로 분류되고 있음,

방송 시장 동향

- 다른 유럽국가와 마찬가지로 동유럽에서도 위성이나 DTT 채널이 증가하고 있음, 이에 따라 신규 네트워크도 증가하였음, TOP 4 채널 중 Channel One, CTC, TNT 채널은 유럽뿐만 아니라 세계적으로 지속적인 콘텐츠 구매를 하고 있음,

- 동유럽 전체적으로 어린이 콘텐츠를 구매하고 있는 곳은 헝가리의 Megamax, 우크라이나의 Inter TV, 라트비아의 LTV, 에스토니아의 ETV가 있음,