

Global Market Report

한-EU FTA 문화협력의정서를 활용한 유럽 문화콘텐츠 시장 진출전략



CONTENTS

목 차

요 약

I. 한-EU FTA 문화협력의정서 주요내용 / 1

- | | |
|---|--------------------------|
| 1 | 1. 한-EU FTA 전체 발효 개요 |
| 4 | 2. 한-EU FTA 문화협력의정서 주요내용 |

II. EU 주요국 문화콘텐츠 산업 동향과 지원제도 / 7

- | | |
|----|---------|
| 7 | 1. EU |
| 22 | 2. 벨기에 |
| 29 | 3. 프랑스 |
| 39 | 4. 스페인 |
| 49 | 5. 이탈리아 |
| 59 | 6. 영국 |
| 66 | 7. 독일 |

III. 우리기업 진출 전략과 정부 지원 방안 / 83

첨 부 : 우리나라 지원제도 / 92

요 약

1. 한-EU FTA 문화협력의정서('15.12.23 발효) 주요내용

- (목적) 한-EU 간 문화활동, 문화상품 및 서비스, 시청각 분야 협력 틀 구축
- (주요내용) ① 시청각 분야(애니메이션, 영화, 방송콘텐츠) 공동제작물에 대한 내국민 대우

요건	애니메이션 (그 외)	- 참여국가 수 : 한국과 3(2)개국 이상의 EU 회원국 - 재정적 기여도 : 한국 및 EU 측 각각 최소 35%(30%) 이상 - 기술적·예술적 기여도 : 각 당사국의 재정적 기여대비 10%p(20%p) 이내
혜택	시장 접근상 자국산과 동등하게 취급하여 재정 지원 및 쿼터 우회	

- ② 영화 및 TV 프로그램 촬영을 위해 필요한 기술자재·장비의 일시반입 허용
- ③ 제3국도 총 제작비의 20% 범위 내 참여 가능(UNESCO 문화다양성협약 비준국 限)

2. EU 문화콘텐츠 지원제도 및 한-EU 합작 사례

- (지원제도) Creative Europe 2014-2020 주요 지원내용(총 예산규모 : 14억 6천만 유로)
 - TV 제작 지원 : 픽션, 애니메이션의 경우 제작예산의 12.5% 이내 최대 50만 유로 지원
 - 국제 합작물 제작지원 : 영화, 애니메이션 등 총예산의 80% 이내 최대 40만 유로 지원
 - 게임 제작지원('14년 신설) : 총예산의 50% 이내 1~15만 유로 지원
 - 공통요건(게임 제외) : 유럽문화산업 기여도, 홍보·유통 상업화 정도, 분업화 정도를 점수화 하여 선정
- (콘텐츠 보호제도) EU 콘텐츠 방송 쿼터에 따라 총 방송분량의 10%를 EU산 방영 의무화
- (국별 지원 및 국내물 보호) EU 회원국은 Creative Europe의 틀 내에서 재정지원, 인재육성 등 지원
- 한-EU 주요국 합작사례
 - (한-불) ① 애니메이션 : 물랑(15, 국내 인기 캐릭터/KOIRA 지원), 미라클러스(14, 프랑스 만화/KOCCA 지원), 2편 모두 프랑스의 재정기여 100%, 기술 및 예술기여 양측이 각 50%
 - ② 영화 : 어프루브드 포 어답션(12, 국내 로케), 두만강(09), 밤과 낮(08, 해외로케) 등 5편, 5편 모두 '06년 한-불 공동제작 협정 체결 이래 제작
 - (한-서) 애니메이션 합작 : 아이언키드('06), 캐니멀('11, 이상 KOCCA 지원), 빼꼼('07)
 - (한-이) 애니메이션 합작 : 유후와 친구들 시즌4(오로라월드-몬도TV) 공동제작 진행 중

3. 우리기업 진출전략

- 유럽 영상 마켓(MIFA, MIPTV, MIPCOM) 참여를 통한 홍보 확대 및 잠재 투자가 발굴
- 영어 및 현지어 더빙, 자막 제작 등 해외 수출에 필수적인 언어 접근성 강화
- 라이선싱(캐릭터 등을 활용한 파생상품) 시장성 검토 등 구체적 자료로 파트너 물색
- EU의 문화적 이질성을 고려, 지나친 한류 강조보다는 보편적 스토리와 캐릭터 개발
- 문화협력의정서를 활용한 한-EU 공동제작 확대 및 내국산에 주어지는 혜택 향유
- 현지 소비 트렌드와 국가별 문화를 고려한 콘텐츠 개발

I

한-EU FTA 문화협력의정서 주요내용

1. 한-EU FTA 전체 발효 개요

□ 한-EU FTA는 '11.7.1일 잠정 발효 이후, '15.12.13일 전체 발효

- 잠정적용 기간 동안 효력이 제외되었던 문화협력의정서 및 지재산 형사집행 일부조항 포함 효력 발효
 - 한-EU FTA는 제15.10.5조에 따라 협정의 일부 규정에 대하여 잠정 적용을 배제할 수 있도록 규정하고 '10.9월 EU 이사회 결정에 따라 일부 조항은 미발효
- EU측 협정 서명국인 27개 회원국의 국내 비준이 국별로 달리 진행됨에 따라, EU의 배타적 권한인 공동통상정책(관세 및 비관세조치 등)은 '11.7.1일부로 잠정 발효
 - 회원국이 많은 EU측 절차 지연으로 인한 협정 발효지연을 방지하기 위해 잠정 발효 형식으로 관세인하 등은 효력 발휘
- 각 개별국 비준이 필요했던 사항을 완료하여 잠정 발효에서 제외되었던 지재산 및 문화협력의정서를 포함하여 최종 전체 발효

※ 한-EU FTA 주요일지

'07.5.6일	한-EU FTA 협상 개시
'09.7.13일	한-EU FTA 협상 타결
'10.10.6일	한-EU FTA 정식 서명
'11.7.1일	한-EU FTA 잠정 발효
'15.12.13일	한-EU FTA 전체 발효

< 한-EU FTA 전체 발효에 따른 추가 적용 규정 >

- ◇ (문화협력의정서) 예술가·문화전문가·실연자 간 협력, 시청각공동제작협정 관련 협력, 방송·공연예술·출판·문화재 등에 관한 협력 등
- ◇ (지재산 형사집행) 상표권·저작권·저작인접권 침해, 지리적 표시 및 디자인 위조 시 형사처벌 절차 및 처벌의 유형(자산 압수, 징역형, 벌금형 등) 규정

자료원 : 산업통상자원부 보도자료('15.12.12일)

<한-EU FTA 전체 협정문 구조>

서 문

제 1 장 목적 및 일반정의

제 2 장 상품에 대한 내국민대우 및 시장접근

- 부속서 2-가 관세 철폐
 - 대한민국 관세양허표
 - 유럽연합 당사자 관세양허표
- 부록 2-가-1 대한민국
- 부록 2-가-2 유럽연합 당사자
- 부속서 2-나 전자제품
 - 부록 2-나-1
 - 부록 2-나-2
 - 부록 2-나-3
 - 부록 2-나-4
- 부속서 2-다 자동차 및 부품
 - 부록 2-다-1
 - 부록 2-다-2
 - 부록 2-다-3
- 부속서 2-라 의약품 및 의료기기
- 부속서 2-마 화학물질

제 3 장 무역구제

- 부속서 3 농업 긴급수입제한조치

제 4 장 무역에 대한 기술장벽

- 부속서 4 무역에 대한 기술장벽 조정자

제 5 장 위생 및 식물위생 조치

제 6 장 관세 및 무역원활화

제 7 장 서비스 무역 · 설립 및 전자상거래

- 부속서 7-가 약속 목록
- 부속서 7-가-1 유럽연합 당사자 제7.7조에 합치하는 약속 목록
(국경 간 서비스 공급)
- 부속서 7-가-2 유럽연합 당사자 제7.13조와 합치하는 약속 목록 (설립)
- 부속서 7-가-3 유럽연합 당사자 제7.18조 및 제7.19조에 합치하는 유보 목록
(핵심인력과 대졸연수생 및 상용서비스 판매자)
- 부속서 7-가-4 대한민국 제7.7조, 제7.13조, 제7.18조 및 제7.19조에 합치하는
구체적 약속에 관한 양허표
- 부속서 7-나 최혜국대우 면제

부속서 7-다 최혜국대우 면제 목록
 부속서 7-라 금융서비스에 관한 추가적 약속 양해
 부속서 7-가(약속 목록)의 약속목록에 약속된 보험서비스의 국경 간
 공급에 관한 양해
 대한민국의 우편개혁계획에 관한 양해
 통신서비스에 관한 구체적 약속에 관한 양해
 용도지역지구제 · 도시계획 및 환경보호와 관련된 규제에 관한 양해

제 8 장 지급 및 자본이동

제 9 장 정부조달

부속서 9 건설 · 운영 · 이전 방식 계약 및 공공사업 실시 협약

제 10 장 지적재산

부속서 10-가 농산물 및 식품에 대한 지리적 표시
 부속서 10-나 포도주, 방향포도주 및 증류주에 대한 지리적 표시

제 11 장 경쟁

제 12 장 투명성

제 13 장 무역과 지속가능한 발전

부속서 13 무역과 지속가능한 발전에 관한 협력

제 14 장 분쟁해결

부속서 14-가 비관세조치에 대한 중개 메커니즘
 부속서 14-나 중재절차 규칙
 부속서 14-다 중재패널 구성원과 중개인에 대한 행동 규범

제 15 장 제도 · 일반 및 최종규정

의 정 서

‘원산지 제품’의 정의 및 행정협력의 방법에 관한 의정서
 세관 분야 상호 행정지원에 관한 의정서
 문화협력에 관한 의정서

자료원 : www.fta.go.kr

* 한-EU FTA 문화협력의정서 전문은 아래 링크를 통해 확인

<http://www.fta.go.kr/eu/doc/1/>

2. 한-EU FTA 문화협력의정서 주요내용

- 시청각 공동제작 관련 한-EU 간 배타적 혜택 등 문화협력 증진을 위해 문화협력 의정서를 FTA 협정문의 일부로 포함
 - 한-EU 간 문화 활동, 문화상품 및 서비스, 시청각 분야에서 협력의 틀을 구축하기 위한 목적
 - 문화 및 시청각 분야 이해 증진과 정보교환, 지식재산권 보호를 위한 대화채널(문화협력위원회) 설치 등을 규정
 - 예술가, 배우, 기술자, 문화전문가 및 공연자 등에 대한 입국 및 체류 원활화 지원(입국 및 체류는 1년에 90일까지 허용)
 - 특히, 시청각 분야(영화, 방송, 애니메이션)에서 우리나라와 EU가 공동 제작할 경우, 혜택을 부여하는 내용 포함
 - 우리나라와 EU 회원국 간 공동 제작한 시청각물에 대해 각국의 시장접근 관련 제도상 혜택을 부여
 - 동 문화협력의정서에서 규정하는 일정 기준을 충족하는 공동 제작물은 우리나라와 EU 회원국에서 자국물로 인정
 - 쿼터 제도 우회, 자국물에 대한 제도적 및 재정적 지원 수혜 가능
- 시청각물 등 문화콘텐츠 강대국인 EU와의 협력 기회 확대 계기
 - 최근 재정위기로 동 분야에 대한 신규투자가 정체되어 있으나, 유럽은 전통적으로 영화, 애니메이션 등 영상물 제작 강국
 - 세계 문화콘텐츠 시장규모(매출액) Top 15 국가 중 5개국* 포함
 - * 독일(4위), 영국(5위), 프랑스(6위), 이탈리아(9위), 스페인(13위)
 - ** 미국(1위), 일본(2위), 중국(3위), 한국(8위), 인도(15위)
 - *** 자료원 : 문화콘텐츠진흥원
 - 우리나라 문화콘텐츠 산업의 투자유치 국가도 미국, 일본, 중국에 편중되어 EU 국가와의 투자교류는 미진한 편
 - 미국 70%, 중국 및 일본 등 아시아 국가가 20%인데 반해 EU 국가로부터의 투자유치는 6% 정도에 머무르고 있음.
 - 향후 양국 기업 간 활발한 투자교류 기대

□ 한-EU FTA 협정의 부속서로 체결된 문화협력의정서는 총 10개 조항으로 구성

- 모든 분야에 동일하게 적용되는 '수평적 규정'과 분야에 따라 다르게 적용되는 '분야별 규정'으로 구분
 - 분야별 규정은 다시 시청각 분야와 시청각 외 문화분야로 구분
- 수평적 규정 : 의정서의 적용주체와 의사결정 주체, 분쟁해결방법 등
- 분야별 규정의 적용범위
 - 시청각 분야 : 애니메이션, 방송 콘텐츠, 영화 등
 - 시청각 이외 분야 : 공연예술, 출판, 문화유산 등

<한-EU FTA 문화협력의정서 구조>

제 1 조	적용범위, 목적, 정의
제 2 조	문화교류 및 대화의 필요성
제 3 조	문화협력위원회 설치 및 분쟁해결
제 4 조	예술가 교류
제 5 조	시청각 공동 제작물
제 6 조	기타 시청각 협력
제 7 조	관련 장비 및 자재 구입
제 8 조	공연 예술
제 9 조	출판
제 10 조	문화유산 보호

□ 시청각 공동제작물에 대한 정의

- 우리나라와 EU 양측의 제작사가 투자하여 제작한 시청각물
 - 양측의 관련 법령에 합치되어야 하며, 양측의 중앙 및 지방 문화 콘텐츠 진흥체제로부터 혜택을 받을 수 있음.
- 제작사 요건
 - 한국과 EU의 국가 또는 국민이 직·간접적으로 소유한 기업
 - 공동제작 기업의 대표이사 또는 관리자가 각각 한국과 EU 회원국의 국적을 소유하며, 그 영역 내에 거주

□ 시청각 공동제작물의 혜택을 받는 요건

- 의정서에서 정한 참여국가 수 및 기여도가 충족되어야 함.
 - 아래의 요건을 충족한 공동제작물은 한국 및 EU 작품의 지위를 부여받게 됨.

인정기준	애니메이션	-참여국가 수 : 한국과 3개국 이상의 EU 회원국 -재정적 기여도 : 한국(총합) 및 EU 측(총합)이 각각 최소 35% 이상 -국별(EU는 개별회원국) 재정 기여도는 최소 10% 이상 -기술적·예술적 기여도 : 각 당사국의 재정적 기여 대비 10%p 이내 <i>(예)한국의 재정기여도가 40%인 경우, 기술·예술적 기여도는 30~50% 범위 내여야 함.</i> -한국 또는 EU 중 한 당사국의 총 기여도는 65% 이하여야 함.
	애니메이션 외	-참여국가 수 : 한국과 2개국 이상의 EU 회원국 -재정적 기여도 : 한국(총합) 및 EU 측(총합)이 각각 최소 30% 이상 -국별(EU는 개별회원국) 재정 기여도는 최소 10% 이상 -기술적·예술적 기여도 : 각 당사국의 재정적 기여 대비 20%p 이내 <i>(예)한국의 재정기여도가 40%인 경우, 기술·예술적 기여도는 20~60% 범위 내여야 함.</i> -한국 또는 EU 중 한 당사국의 총 기여도는 70% 이하여야 함.
제3국 참여		유네스코 문화다양성협약* 비준국만이 총 제작비의 20% 범위 내에서 참여 가능
자격부여기간		-동 의정서 적용 후 3년 간 -일방이 3개월 전 서면통보하지 않는 한 기간 자동 연장

* UNESCO 문화다양성 협약 : '07.3월 발표한 협약으로 당사국의 문화다양성 보호 및 증진 권리 인정, 시청각 공동제작 등 국제협력 및 정보공유, 분쟁해결절차 마련을 주 내용으로 함.

□ 양국의 영토 내에서 시청각물 촬영을 지원하기 위한 규정도 마련

- 영화 및 TV 프로그램 촬영을 위해서 필요한 기술자재 및 장비의 일시반입(무관세) 허용

II

EU 주요국 문화콘텐츠 산업 동향과 지원제도

1. EU

가. EU 시청각물 및 게임 산업 동향

□ 개요

- '13년 기준, EU 시청각 산업 전체 매출규모는 총 1,330억 유로*를 기록하며 전년대비 0.1% 감소

* 동 금액은 영화, TV 제작물, 애니메이션, 비디오 게임, 출판 등 모든 시청각물 및 배급을 포함.

- 전세계 시청각물 산업에서 EU 시청각물이 차지하는 비중은 15.4%
 - 전년대비 2% 감소, '09년 대비 5.3% 감소하여 다소 침체된 양상으로, 이와 같은 감소는 미국 시청각물의 전세계 시장점유가 지속적으로 확대되고 있기 때문.

* 세계 시청각물 시장의 EU 점유율 추이(%) : 20.7('09)→19.7('10)→17.5('11)→17.4('12)→15.4('13)

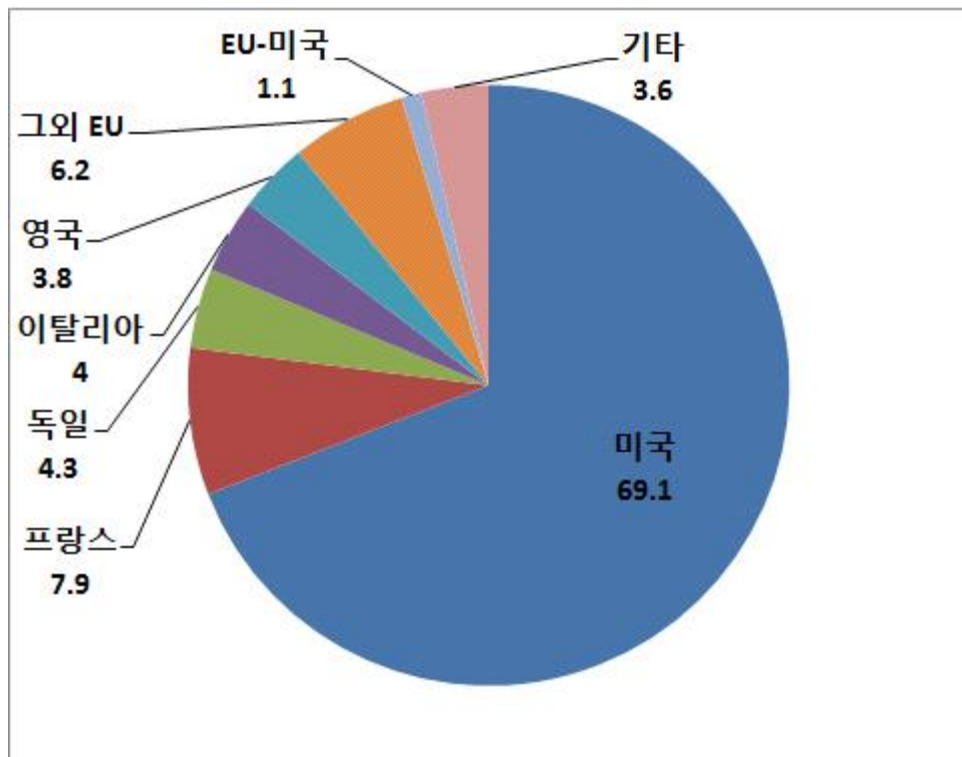
* 세계 시청각물 시장의 미국 점유율 추이(%) : 59('09)→61.8('10)→65.3('11)→66.8('12)→68.7('13)

□ 영화

- (제작국) EU 영화산업을 이끄는 국가는 프랑스, 독일, 영국, 이탈리아, 스페인 5개국으로, EU 전체 영화산업에서 차지하는 비중은 80%에 달함.
- (업체 및 종사자) EU 영화산업에 관련된 업체 수는 총 7만 5천여 개로, 관련 종사자 수는 37만 명에 이름.
- (제작예산) EU 집행위에 따르면, 제작 예산규모는 EU 회원국별로 상이하나, 전체 제작비 중 90%를 순수 제작에, 약 10%를 배급 예산으로 사용하는 것으로 나타남.
 - 국가별 평균 제작비용은, 영국이 1,100만 유로, 독일 및 프랑스가 500만 유로, 헝가리 및 에스토니아의 경우 30만 유로 등

- **(박스오피스)** '15년 기준 EU 박스오피스는 총 9억 8,000만명의 관객수를 기록하며, '09년 이후 최다 기록 달성
 - EU의 시청각 보조금, 각 국별 영화산업의 안정적 성장 등에 기인
 - * '09년 박스오피스는 총 9억 8,200만명으로 당시 10년 내 가장 많은 관객수를 기록한 해임.
 - 독일 박스오피스가 전년대비 14.4% 증가로 가장 큰 증가율 기록, 이어서 폴란드(10.5%), 영국(9.2%), 이탈리아(8.9%), 스페인(8.2%) 순으로 증가
- **(시장점유)** '13년 기준으로 EU 영화산업 내 미국이 69.1%를 점하고 있으며, 유럽 점유율은 26.2%에 그침.
 - 이 중, 프랑스 영화는 7.9%를 차지하며 EU 회원국 중 가장 높은 점유율을 기록, 이어서 독일(4.3%), 이탈리아(4%), 영국(3.8%) 순

<유럽 영화시장 내 주요 국별 점유('13)>

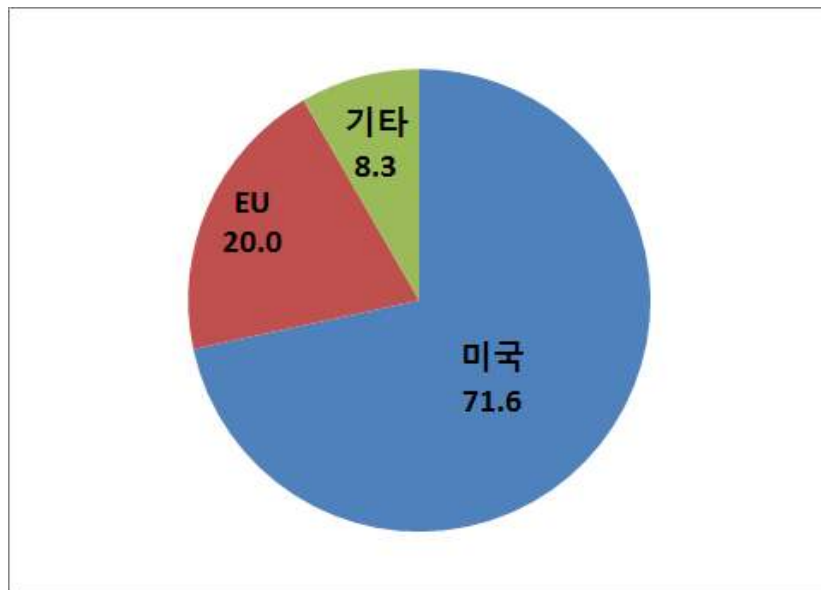


자료원: EU의회('14.12 발간자료)

□ 애니메이션

- (제작) 유럽 시청각연구소(European Audiovisual Observatory)에 따르면 '14년 기준, 유럽에서 상영된 애니메이션물은 총 188개로 이중 107개가 유럽 제작물(56.9%)인 것으로 나타남.
- 다만, 유럽에서 상영된 44개의 미국 애니메이션물이 유럽 박스오피스를 장악하여 유럽 애니메이션물의 시장점유율은 상대적으로 낮음.
- 미국 시장점유율은 71.6%로 유럽시장에서 압도적인 점유율을 기록 중이며, 유럽 애니메이션물의 현지 시장점유율은 20.0%에 그침.

<유럽 애니메이션 시장 내 주요국별 점유('14)>



자료원 : 유럽 시청각연구소

- '10년~'14년간 제작된 유럽 애니메이션 제작물은 총 250개로, 이 중 40% 가량이 프랑스, 스페인, 영국, 스웨덴 등 총 4개국에서 제작된 것으로 나타남.
- (예산) 애니메이션 예산 제작규모는 회원국별 상이하며, 주요 국별 평균 제작 예산은 아래와 같음.

<EU 주요 국별 애니메이션 평균 제작예산 규모>

(단위 : 만 유로)

국명	극장용	TV용
독일	805	154
벨기에	80	104
프랑스	593	303
스페인	413	190
이탈리아	148	146
영국	404	330
포르투갈	100	695
네덜란드	470	130

자료원 : 유럽 시청각연구소

- (박스오피스) '14년 한 해 유럽 애니메이션 박스오피스는 총 1억 2,870만 명의 관객수 기록, 약 7억 5,430만 유로의 매출액 달성
 - '10~'14년 EU 애니메이션 박스오피스 평균 매출액은 1억 4,210만 유로
- (스크린) '14년 기준, 유럽 스크린 수는 총 29,395개이며 디지털 스크린 설치율은 85%에 이름.

□ 게임

- (현황) EU 내 게임시장이 가장 활발한 국가는 영국, 독일, 프랑스, 스페인, 이탈리아 등 5개국이며, 그 중 영국, 독일, 프랑스가 특히 강세
 - '15년 기준, 독일 게임시장 매출규모가 29억 9,400만 유로를 기록, EU 최대 규모

<주요 국별 게임시장 매출규모 추이>

(단위 : 백만 유로)

	2013년	2014년	2015년
독일	2,410	2,744	2,994
영국	2,521	2,756	2,989
프랑스	1,916	2,073	2,377
이탈리아	663	686	768

자료원 : ISFE (유럽 인터랙티브 소프트웨어 연합)

- (전망) EU 내 인터넷 접근성 확대로 소비자들의 온라인 게임에 대한 관심 역시 증가 추세
 - '14년 기준 EU 인터넷 보급률은 81%로 전년대비 2%p, '07년 (55%) 대비 26%p 증가(Eurostat)
 - EU 집행위에서 '14년부터 게임 개발제작에 대해 15만 유로까지 지원하는 제도를 시행, 게임 산업이 보다 활성화 될 것으로 기대

□ Creative Europe 2014-2020

- (개요) EU는 유럽인들의 초국가적 문화예술 향유를 위해, 7년 주기로 문화콘텐츠 산업 육성정책을 시행
 - '14년~'20년에는 예산규모 총 14억 6천만 유로의 Creative Europe 프로그램 시행중
 - 동 프로그램은 Culture, Media, Media Mundus '07-'13을 계승하는 프로그램
- (목적) Creative Europe의 목적은 디지털 시대에의 적응 및 시장접근성 확대, 신규 문화산업 소비자층 확보, 예술분야 종사자들의 커리어 창출
 - Culture, Media, Media Mundus '07-'13은 EU 미디어분야 내 경쟁력 강화 및 다양한 작품 배포, 문화 간 소통이 주목적이었음.
- (분류) Creative Europe의 지원 분야는 크게 문화(Culture)와 시청각 미디어(Media) 분야로 분류됨

문화(Culture)	시청각미디어(Media)
문학작품 번역출판, 문화예술 프로젝트 기획, 유럽 예술관계자간 네트워크 구축	영화, 애니메이션, TV 드라마, 다큐멘터리 등 제작, 시청각 행사/페스티벌, 뉴미디어(New media)

- (수혜국) Creative Europe 시청각미디어 프로그램 수혜국은 기본적으로 EU-28 회원국이지만 스위스 포함 EFTA, EU 가입후보국 등 일부 비회원국도 수혜 가능

* 근거법령 : Creative Europe '14-'20 EU지침 No. 1295/2013 제8조

나. EU 문화콘텐츠 산업 지원 제도

□ 제작지원

○ TV 제작물

분류	내용
분야	픽션, 애니메이션, 창작 다큐멘터리 · 픽션물 : 분량 90분 이상의 제작물 · 애니메이션 : 24분 이상의 제작물 · 창작 다큐멘터리 : 50분 이상의 제작물
지원대상	시청각물 제작사
연간예산	1,250만 유로('16년)
지원규모	· 픽션, 애니메이션의 경우 제작 예산규모의 12.5%내에서 최대 50만 유로 까지 지원. 창작 다큐멘터리의 경우, 총 제작예산의 20% 내에서 최대 30만 유로까지 지원 · 픽션물의 경우, 시리즈 분량이 최소 6회분 이상이어야 함. · Creative Europe 수혜국가들간의 합작물로 총 제작비 1,000만 유로 이상이며, 최소 6회분 이상의 픽션 시리즈물인 경우 최대 100만 유로(혹은 총 제작비의 10%)까지 지원 가능
선정방식 (100점)	· 유럽문화산업 발전기여도(30/100점) · 프로젝트 품질, 자원조달 능력(30/100점) · 제작물 홍보, 유통 및 상업화(30/100점) · 제작구성, 제작팀별 분업화 정도(10/100점) * 시청각 제작물 편수가 낮은 국가에서 지원하는 경우, 자동 5점 가점 * 어린이용 제작물일 경우 자동 5점 가점
지원신청	온라인 비딩(EACEA* 홈페이지)
유의사항	· 지원을 받기 위해서는 Creative Europe 프로그램 수혜국 중, 최소 3개국 내 3개 방송사 이상이 프로젝트에 참여해야 함. · 최소 50% 이상의 제작비 재원이 역내로부터 확보되어야 하며, 제작사들은 총 제작비의 최소 50%에 대해 보증할 수 있어야 함. · 프로젝트의 총 제작기간은 30개월을 초과할 수 없음. (다만, 시리즈물인 경우에는 42개월까지 연장 가능)

* EACEA : Education, Audiovisual and Culture Executive Agency로, EU 집행위 산하 시청각미디어 분야 전담수행기관

○ 국제 합작물 제작지원(International Co-production Funds)

분류	내용
지원대상	Creative Europe Media 프로그램 수혜국이 비수혜국과 프로젝트를 합작으로 진행하는 경우에 지원가능
분야	60분 분량 이상의 장편 제작물, 애니메이션, 다큐멘터리
연간 예산	150만 유로('16년)
지원규모	해당 프로젝트 전체 예산의 80%를 넘지 않는 선에서 최대 40만 유로까지 지원
선정방식 (100점)	· 유럽문화산업 발전기여도(40/100점) · 프로젝트 품질, 재원조달 능력(25/100점) · 제작물 홍보, 유통 및 상업화(30/100점) · 제작 구성, 제작팀별 분업화 정도(5/100점)
지원신청	온라인 비딩(EACEA 홈페이지)
유의사항	· 제작비의 20%~70%가 EU 제작사로부터 확보되어야 함. (픽션, 애니메이션 제작물의 경우 최소 재원비중은 20%이 아닌 25%) · 이 밖에도, 제작사들은 작품 제작 이후 Creative Europe Media 프로그램 수혜국 1개국을 포함한 최소 3개국 내에서 작품을 유통해야 함.
성과	'14년 수혜 프로젝트(총 5개): · TFL Distribution Fund(이탈리아), WCF EUROPE PROGRAMME(독일), IBF Europe(네덜란드), HBF + Europe(네덜란드), Sarajevo City of Film Fund(보스니아헤르체고비나)

○ Single Project 제작지원

분류	내용
대상	단일 프로젝트
분야	픽션, 애니메이션, 창작 다큐멘터리
연간예산	500만 유로('16년)
지원규모	· 픽션 : 3만~5만 유로 · 애니메이션 : 최대 6만 유로 · 창작다큐멘터리 : 최대 2만 5천 유로
선정방식 (100점)	· 유럽문화산업 발전기여도(50/100점) · 프로젝트 품질(10/100점) · 제작물 홍보, 유통 및 상업화(20/100점) · 제작구성, 제작팀별 분업화 정도(10/100점) · 프로젝트의 잠재적 영향(10/100점) * 시청각 제작물 편수가 낮은 국가에서 지원하는 경우, 자동 10점 가점 * 어린이용 제작물일 경우 자동 10점 가점
지원신청	온라인 비딩(EACEA 홈페이지)
성과	'15년 총 78개 프로젝트 수혜

○ Slate Funding 제작지원

분류	내용
대상	3~5개의 복수 프로젝트
분야	픽션, 애니메이션, 창작 다큐멘터리
연간예산	1,250만 유로('16년)
지원규모	프로젝트 전체예산의 50%를 넘지 않는 선에서 7만~20만 유로 지원 * 동 지원액은 프로젝트 복수 프로젝트 총 지원액으로, 개별 프로젝트당 지원규모는 1만~6만 유로선임
선정방식 (100점)	· 유럽 문화산업 발전기여도(20/100점) · 프로젝트 품질도(20/100점) · 제작물 홍보, 유통 및 상업화(20/100점) · 제작구성, 제작팀별 분업화 정도(10/100점) · 프로젝트의 잠재적 영향(10/100점) · 작품 혁신성(20/100점) * 시청각 제작물 편수가 낮은 국가에서 지원하는 경우, 자동 10점 가점
성과	'15년 총 75개 프로젝트 수혜
지원신청	온라인 비딩(EACEA 홈페이지)

□ 시청각물 배급 및 홍보 우선 지원(Distribution Selective)

분류	내용
대상	분량 60분 이상의 픽션, 애니메이션, 다큐멘터리
지원자격	· 관련 제작물 배급사가 최소 7개 이상인 프로젝트의 경우에만 지원가능 · 배급 지원인 만큼, 제작이 이루어진 해당국 국내 유통인 경우에는 지원불가(타국으로의 유통배급에만 지원)
연간 예산	900만 유로('16년)
지원규모	2,800~15만 유로(상영규모 및 배급국가에 따라 상이)
지원내용	작품 홍보(자막/더빙 등) 및 배급에 필요한 자금지원
선정방식	제작물 유통 배급사의 수가 많을수록, 또한 제작편수가 적은 국가 작품에 한해 우선지원
지원신청	온라인 비딩(EACEA 홈페이지)
유의사항	독일, 스페인, 프랑스, 이탈리아, 영국에서 만들어진 제작물의 경우, 총 제작비용이 1천만 유로를 초과하지 않아야 함.

□ 페스티벌·행사 지원

분류	내용
분야	시청각미디어 관련 페스티벌/행사
지원대상	유럽 시청각미디어 관련 기관
지원규모	· 행사규모에 따라 상이하나 장편물의 경우 27,000~75,000 유로, · 단편물인 경우 19,000~33,000 유로 지원 · 지원액은 행사 총 예산규모의 50%를 초과할 수 없음.
지원자격	· 페스티벌 전체 상영작 중 최소 100개 제작물 또는 전체 상영작 중 70% 이상이 유럽 작품으로 구성되어야 함(단편물인 경우 최소 상영작 수는 400개). · Creative Europe Media 수혜국 중 최소 15개국 이상이 참가해야 함.
연간 예산	300만 유로('16년)
신청방식	온라인 비딩(EACEA 홈페이지)
성과	'15년 38개 영화축제 내 총 1,649,000 유로 지원

□ 게임 제작지원('14년 신설)

분류	세부 사항
분야	디지털 비디오 게임
지원규모	게임 콘텐츠 총 제작비의 최대 50% 내에서 1만~15만 유로 지원
연간예산	260만 유로('16년)
선정방식 (100점)	· 게임콘텐츠 품질 및 독창성(20/100점) · 프로젝트 혁신성(20/100점) · 게임콘텐츠의 국제적 상업화(20/100점) · 홍보 및 유통전략(20/100점) · 개발팀별 분업화 및 창의성(10/100점) · 자금조달 및 실현가능성(10/100점) * 12살 미만의 어린이용 게임일 경우, 자동 5점 가점
지원신청	온라인 비딩(EACEA 홈페이지)
유의사항	· EU의 지원승인을 받기 전에 게임개발에 착수할 수 없음. · 게임 제작기간은 지원요청일로부터 30개월을 초과해서는 안 됨.

- **(금융조달) 보장기금(Fond de garantie)**
 - EU는 1억 2,100만 유로규모의 보장기금(Fond de garantie) 마련, 시청각미디어 분야 중소기업들의 금융대출 지원
 - 기업의 대출상환이 어려운 경우, EU가 동 기금을 통해 은행에 환불해주는 시스템
 - 이 같은 EU의 환불보장으로 시청각미디어 분야 중소기업에 대한 금융기관의 대출이 용이해져, 유럽 시청각산업이 활성화될 전망
 - 동 기금은 '16년부터 시행될 예정인 것으로 밝혀졌으나, 시행방법 등 세부내용은 미발표('16.04.05기준)
- **(인재 육성을 위한 교육 프로그램) 마케팅, 디지털화, 첨단기술 등 시청각미디어 분야 종사자들의 역량제고 지원**
 - Creative Europe Media 수혜국에서 개최하는 시청각미디어 산업 인재육성 워크숍 등 다양한 교육 프로그램 예산의 60~80% 지원
 - '16년 총 예산은 730만 유로로, 지원내역은 강사초빙, 숙박, 통역, 교통편 등 제반 부대비용 포함

<EU 운영 문화콘텐츠 인재육성 교육 프로그램('16.4월)>

국명	프로그램명	담당기관명
프랑스	ACE continuous training programme for advanced producers	ATELIERS DU CINÉMA EUROPÉEN (ACE)
	Archive-based documentary development workshop(Archidoc)	LA FÉMIS - ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DES MÉTIERS DE L'IMAGE ET DU SON
	Ateliers d'Angers	ASSOCIATION PREMIERS PLANS
	L'Atelier Ludwigsburg-Paris	LA FÉMIS - ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DES MÉTIERS DE L'IMAGE ET DU SON
	Multiple Revenue Stream Training for Future Films	EWA NETWORK

국명	프로그램명	담당기관명
독일	Atelier Ludwigsburg-Paris	FILMAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH
	UP.GRADE	DEUTSCHE FILM- UND FERNSEHAKADEMIE BERLIN GMBH
영국	Inside Pictures-a film business training programme for senior EU producers and executives	NFTS - NATIONAL FILM AND TELEVISION SCHOOL
스페인	MEGA PLUS(European Master in Audiovisual Management)	MBS MEDIA BUSINESS SCHOOL (FUNDACIÓN CULTURAL MEDIA)
네덜란드	Production Value(The European Scheduling & Budgeting Workshop)	STICHTING FOCAL RESOURCE
덴마크	Animation Sans Frontières(ASF)	THE ANIMATION WORKSHOP VIA UNIVERSITY COLLEGE
룩셈부르크	PUENTES(Europe-Latin America Producers Workshop)	EAVE, EUROPEAN AUDIOVISUAL ENTREPRENEURS
폴란드	ScripTeast (East European Scriptwriters Lab)	NIEZALEZNA FUNDACJA FILMOWA INDEPENDENT FILM FOUNDATION
체코	Ex Oriente Film Follow-up Programme	INSTITUTE OF DOCUMENTARY FILM (IDF)
	Ex Oriente Film Workshop	INSTITUTE OF DOCUMENTARY FILM (IDF)

자료원 : EU 집행위원회 Creative Europe Media 프로그램

○ (자국물 보호제도) EU 콘텐츠 방송 쿼터

- EU는 시청각미디어 서비스지침(Audiovisual Media Services Directive; AVMSD)을 마련, 방송사에서는 총 방송분량의 10% 이상을 EU 콘텐츠로 하도록 규정

* 관련 법령 : 유럽 의회 및 EU 이사회 지침 2010/13/EU 제17조

□ 주요 지원기관 개요

기관명	EACEA(Education, Audiovisual and Culture Executive Agency)
소재지	벨기에 브뤼셀
설립연도	2006년
중점분야	시청각 미디어
주요 지원 사업	시청각미디어 및 문화예술 분야 재정지원 (총 예산 : 12억 5백만 유로)
주요 성과물	시청각미디어 및 문화예술 분야 관련 종사자 총 25만명 지원, 2,000개 영화관 지원, 800개 영화 지원, 4,500권의 관련 도서 번역출판 지원 중
연락처	+32 22991111
홈페이지	http://eacea.ec.europa.eu/index_en.php

- 이외에도, EU는 각 지원국별에 전담 사무소를 설치하여, 지원 프로그램에 대한 각종 문의사항에 대해 대응 중. 국별 전담 사무소 (Creative Europe Desk) 현황은 아래 주소에서 확인 가능

http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/tools/creative-desks_en.htm

〈EU 주요국 시청각물 전담 사무소〉

연번	국가	전담 사무소
1	벨기에	Media Sub-programme Creative Europe Media Desk Vlaanderen Tel. : +32 2 553 41 07 Email : creativeeuropemedia@vlaanderen.be
2	프랑스	Media Sub-programme Relais - Culture - Europe Tel. : +33 1 53 40 95 10 Email : infos@europecreativefrance.eu
3	스페인	Media Sub-programme Europa Creativa Desk - Oficina MEDIA España Tel. : +34 91 512 01 78 Email : peter@oficinamediaespana.eu
4	이탈리아	Media Sub-programme Istituto Luce Cinecittà srl - MEDIA Office Bari Tel. : +39 080 9752900 Email : bari@media-italia.eu
5	영국	Creative Europe Desk UK MEDIA - London Tel. : +44 (0) 20 7173 3221 Email : england@mediadeskuk.eu
6	독일	Media Sub-programme Creative Europe Desk Hamburg Tel. : +49 40 390 65 85 Email : info@ced-hamburg.eu

다. EU의 문화협력 성공사례

□ EU 국가와 EU 역외국가의 합작 사례

작품명		The Congress
합작국	국명	프랑스, 벨기에, 독일, 폴란드, 이스라엘 * 국별 세부기여도는 미공개
콘텐츠	제작시기	2008년
	방영시기	2013.5.15~
	종류(매체)	애니메이션 영화
	내용(소재)	- 공상과학 소설의 대가 스타니스와프 렘의 <미래학 회의> 원작 소설을 토대로 제작. 전반부는 실사로, 후반부는 애니메이션으로 구성된 독특한 구조가 특징 - 줄거리: 잘나가던 미녀 여배우 로빈 라이트는 세월이 흐르면서 점차 대중에게 외면받기 시작함. 그러던 어느 날 세계 최대의 영화제작사인 미라마운트사가 로빈에게 젊은 시절의 모습을 스캔해 영원한 젊음을 주겠다는 제안을 해옴. 단, 이 제안을 받아들이면 스캔된 디지털 배우가 연기를 하게 되고, 스캔된 이미지의 소유권은 영화사에 귀속돼 더 이상 배우로서 활동할 수 없다는 조건을 검. 로빈은 다시는 연기할 수 없다는 현실과 영원히 아름다운 배우라는 이상 사이에서 갈등하다 결국 제안을 받아들리게 됨. 20년 후 실제로 로빈은 평범한 인간으로 살고 있지만 그녀의 캐릭터는 젊고 아름다운 CG캐릭터 여배우로 남아있게 됨
		
지원 수혜 내역	지원기관	EACEA
	지원내역	232,500 유로(총 제작비 : 929만 유로)
성공 요인	-	SF와 애니메이션을 교차 사용하는 영화적 실험을 성공적으로 이끌었다는 평

라. EU 영상 마켓 행사 정보

□ MIFA : 프랑스 Anncey 국제애니메이션 페스티벌

행사명	Annecy International Animated Film Festival
개최장소	프랑스 안시(Annecy)
개최주기	매년 6월
개최일	2016.6.13~18
규모	· 국제 애니메이션 페스티벌 중, 세계 최대 규모 · 63개국 555개사 전시 참가, 230개 프로젝트 발표
주최기관	Festival international du film d'animation d'Annecy
연락처(메일)	info@citia.org
홈페이지	www.annecy.org
비고	전통과 규모를 자랑하는 애니메이션 전문 축제로 기존의 상업 애니메이션뿐만 아니라, 독립 단편 애니메이션을 함께 선보이며 예술과 상업성을 적절히 조화시킨 행사로 손꼽히고 있음

<Annecy 애니메이션 페스티벌>



자료원 : www.filmfestival.com

□ MIP TV : 프랑스 Cannes TV, 필름 및 미디어 프로그램 박람회

행사명	Le Marché international des programmes de télévision
개최장소	프랑스 칸(Cannes)
개최주기	매년
개최일	2016.4.4~7
분야	영상콘텐츠(방송용)
규모	전세계 107개국 내 총 11,000명 이상이 참관, 이 중 4,000명 이상의 바이어들이 참가
참가업체	방송사, 제작사, 콘텐츠 유통업체 등
목적	제작물 거래 및 다양한 컨퍼런스 등을 통해 관련 지식을 교류 하고 글로벌 콘텐츠 시장 트렌드 분석
주최기관	Reed Midem
연락처(메일)	mike.williams@reedmidem.com
홈페이지	www.miptv.com
비고	1965년부터 개최된 세계 최대의 미디어 콘텐츠 행사로 방송프로그램, 인터넷, 뉴미디어 콘텐츠들이 소개됨.

□ MIPCOM : 프랑스 Cannes 방송 콘텐츠 마켓

행사명	Marche Internationale de Programmes Communications
개최장소	프랑스 칸
개최주기	매년
개최일	2016.10.17~20
분야	영상콘텐츠(기타)
참가업체	방송사, 제작사, 콘텐츠 유통업체 등
규모	108개 국가에서 약 13,700명이 참여, 이 중 4,500명의 바이어 참가
주최기관	Reed Midem
연락처(메일)	mike.williams@reedmidem.com
홈페이지	www.mipcom.com

2. 벨기에

가. 벨기에 시청각물 및 게임 제작산업 동향

□ 영화

- (박스오피스) '15년 관객수 총 21,146,370명을 기록하며, 전년대비 3.5% 증가, 매출규모는 전년대비 5.3% 증가한 1억 6,600만 유로를 기록
 - 주요인으로 쥘라기 공원, 스타워즈 등 대규모 블록버스터 영화들의 잇따른 상영이 작용하였다고 분석됨.
- (배급) 총 508개 영화관 내 293개 영화 상영
- (소비성향) 벨기에 일간지 7sur7에 따르면, 벨기에 인들은 1년에 평균 2번 영화를 관람

□ 애니메이션

- (시장규모) '12년 기준, 시장 규모는 1억 달러로, 벨기에인들의 꾸준한 애니메이션 선호에 힘입어 연평균 2.4%의 성장률 기록
- (유형) 극장용 애니메이션 시장보다는 방송용 애니메이션 시장이 보다 활성화 되어 있음.

□ 게임

- (시장규모) '12년 기준 총 4억 800만 달러를 기록, 모바일 게임 수요 증가와 더불어 '17년에는 4억 7,400만 달러까지 확대 전망
- (유형) 전체 게임 중 콘솔게임이 74%를 차지, 온라인 게임과 모바일 게임의 경우 각각 6%, 8%에 그침.

나. 벨기에 문화콘텐츠 산업 지원 제도

□ 세제혜택(Tax Shelter)

○ 개념 및 연혁

- Tax Shelter는 영화 및 시청각 영상 제작산업의 부흥을 위해 '04년 도입된 투자제도로 벨기에의 대표적인 시청각 분야 지원제도
- 벨기에 정부는 동 제도를 통해 투자자에게 감세 혜택을 부여, 투자유치 활성화 뿐 아니라 벨기에 영화·영상 산업의 부흥 및 일자리 창출을 꾀함.
- '04년 도입 이래 '15년까지 2천 명 가량의 투자자들이 10억 유로 규모를 투자했으며, 총 600개 이상의 영화가 동 제도를 통해 제작됨.

○ 지원내용

- **(대상)** 애니메이션, 영화, 드라마, 만 0~16세 대상 교육용 드라마 제작에 투자한 경우 감세혜택을 받을 수 있음.
- **(혜택)** 투자자는 투자액의 310%에 해당하는 세금을 감세받아 실질 과세소득이 낮아지는 효과

<예시 : 100,000 유로를 동 제도에 투자하는 경우의 납세총액 비교>

구분	Tax Shelter 투자 전	Tax Shelter 투자 후
과세대상 금액	€ 800,000	€ 800,000
Tax shelter 투자	없음	€ 100,000 투자
감세금액	-	€ 310,000(투자금액의 310%)
감세 후 실질과세액	-	€ 490,000 (800,000 ~ 310,000)
법인세율	33.99% 적용	33.99% 적용
납세총액	€ 271,920	€ 166,551

자료원 : Scope Invest

○ 유의사항

- 최대 감세액은 750,000 유로로 제한되며, 투자자가 해당 과세기간에 지불해야 하는 세금총액의 50%를 초과할 수 없음.
- 만약 투자액 회수가 이루어지지 않아 해당 과세 기간에 세금감면 혜택을 받지 못하게 되면 다음 과세기간으로 이월 가능
- 이 밖에도, 투자자는 투자금액 회수 안정성을 고려한 '15년 개정 법안(la loi du 12.5.2014)에 따라 투자금액의 최소 10%에 해당하는 금액상환을 보장받음.

□ 제작지원

○ VAF : Vlaams Audiovisueel Fonds(Vlaams Audiovisual Fund)

- 플랜더스 지방정부의 지원제도로, 플랜더스 지방 내에서 시청각 영상물이 제작되는 경우, 제작비의 일부를 지원
- 지원대상 : 픽션, 다큐멘터리, 애니메이션
- 예산 : 총 975만 유로
- 홈페이지 : www.vaf.be

○ CCA : Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel(Center of Cinema & Audiovisual)

- 왈로니아 및 브뤼셀 지방정부의 지원제도로, 왈로니아 및 브뤼셀 지방 내에서 시청각영상물이 제작되는 경우, 제작비의 일부 지원
- 예산 : 총 2,826만 유로
- 지원규모('14년 기준)

연번	구분	지원금액
1	장편물	6,164,000 유로
2	단편물	894,500 유로
3	다큐멘터리물	1,735,000 유로

- 홈페이지 : www.audiovisuel.cfwb.be

□ 게임지원

- '12년 신설된 제도로, 플란더스 지방 및 브뤼셀 지방에 거주중인 게임 개발자에게 지원해주고 있음.
- 분류 : 기능성게임(Serious Games)*과 오락게임(Entertainment Games)로 나뉘어 지원
 - * 기능성 게임 : 오락용 게임에서 한 단계 발전한 게임으로, 교육, 치료 등 특정 목적을 위해 만든 게임.
- 지원규모 : 기능성 게임의 경우 최대 20만 유로, 오락 게임의 경우 최대 55만 유로까지 지원
- 지원신청 : 온라인 접수
- 유의사항 : 반드시 관련 게임 프로젝트의 개발착수 전에 지원신청을 해야 하며, 이미 개발 진행중인 게임의 경우에는 수혜대상에서 제외
- 홈페이지 : www.vaf.be/gamefonds

□ 인재 육성

- 벨기에는 정부차원에서 아카데미를 운영하고 있지는 않으나, 시청각미디어 분야 관련 기관에서 시행 중인 교육 프로그램 참가비용의 일부를 지원
- 지원내용 : 참가비용의 최대 50%내에서 100~1,250 유로 지원
- 지원대상 : 벨기에 또는 벨기에 거주중인 EU 국적 소지자
- 지원신청 : 온라인 접수
- 연락처 : +32 2413 3472
- 홈페이지 : www.audiovisuel.cfwb.be

□ 자국물 보호제도 : EU 콘텐츠 방송 쿼터

- EU의 시청각미디어 서비스 지침(2010/13/EU)에 따라, 벨기에는 총 방송분량의 10% 이상을 EU 콘텐츠로 구성해야 함.

□ 주요 지원기관 개요

기관명	Cellule Tax Shelter, Service Public Fédéral Finances (벨기에 연방정부 재정부 소속)
소재지	벨기에 브뤼셀
설립연도	2004년
중점분야	투자지원
주요 지원사업	세제혜택(투자지원)
주요 성과물	The Artists, Grace of Monaco, La vie d'Adele 등
연락처	· Tel : +32 (0) 257 767 45 · E-mail : taxshelter@minfin.fed.be · Web : www.finances.belgium.be

기관명		Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel
소재지		벨기에 브뤼셀
중점분야		금융지원
주요 지원 사업	개발제작	938만 유로의 예산으로 23개 장편영화 제작지원('14년 기준)
	마케팅	40개 단·장편 영화 및 46개 다큐멘터리물 홍보지원
	인력양성	· 총 예산 1,286,000 유로('14년 기준) · 학교 내 시청각물 관련 방과후 활동 지원(총 13개 워크숍 프로그램 지원 중)
주요 성과물		Le tout nouveau testament, En Amont du Fleuve 등
연락처		· E-mail : audiovisuel@cfwb.be · Web : http://www.audiovisuel.cfwb.be/

기관명		FLANDERS AUDIOVISUAL FUND
소재지		벨기에 브뤼셀
설립연도		2002년
중점분야		금융지원
주요 지원 사업	개발제작	지원 총 예산규모: 975만 유로
	마케팅	영화, 시청각 행사 관련 홍보 자금지원 (예산규모액 비공개)
	조사연구	시청각 미디어분야 내 연구를 위한 자금지원 (예산규모액 비공개)
	인력양성	· 총 예산규모: 100만 유로 · 학교, 시청각미디어 관련 기관에서 개최중인 워크숍 프로그램 참가비 일부 지원
주요 성과물		Fly me to the moon 등
연락처		· Tel : +32 (0) 257 767 45 · E-mail : taxshelter@minfin.fed.be · Web : www.vaf.be

다. 벨기에의 문화협력 성공사례

□ 벨기에와 EU 역외국가의 합작 사례

작품명		Fly Me to the Moon
합작국	국명	미국, 벨기에 * 국별 세부기여도는 미공개
콘텐츠	방영시기	2008년 1월 30일(벨기에), 2008년 8월 15일(미국)
	종류(매체)	극장용 애니메이션
	내용(소재)	· 등장인물 : 내트, 스쿠터, 아이큐, 폼체프, 이고르 · 줄거리 : 새로운 도전을 꿈꾸는 모험심 넘치는 매력남 ‘내트’는 어린 시절부터 할아버지의 모험담을 들으면서 언젠가는 반드시 저 하늘 위의 달나라에 가보겠다는 희망을 품어왔음. 우연히 인류 최초의 역사적인 달나라 탐험이 이루어진다는 소식을 들은 ‘내트’는 먹을 것 앞에서 진정한 행복함을 느끼는 식신계의 절대강자 ‘스쿠터’, 그리고 IQ 430의 똑똑함을 자랑하는 천재소년 ‘아이큐’와 함께, 부모님 몰래 다시 돌아올 수 없을지도 모르는 인류 최초의 아찔한 모험을 떠나게 됨. 그러나 삼총사보다 먼저 달나라 모험을 가려고 했던 욕심 많은 ‘폼체프’와 그의 첩보원 ‘이고르’의 방해 공작은 삼총사를 위험에 빠뜨리고, 얹친 데 덮친 격으로 무임승차한 인류 최초의 달착륙선도 기기고장이 발생하는 등 여러 난관에 부딪히게 됨. 수많은 위기에도 불구하고 이들 못 말리는 삼총사는 달나라 모험을 성공적으로 마치고 가족 품으로 돌아온다는 모험 애니메이션물
 		
지원 수혜 내역	지원기관	Tax shelter 및 플란더스 지방정부(Flanders Audiovisual Fund)
	지원내역	10만 유로(전체 제작비 1,730만 유로)
성공 요인	-	어린이들이 신비로워하는 우주를 잘 표현했으며, 주인공 캐릭터들을 동글동글하게 만들어 호감을 이끌어냈다는 평

라. 벨기에 영상 마켓 행사 정보

□ BIFFF : 브뤼셀 국제 판타스틱 영화제

행사명	Brussels International Fantastic Film Festival
개최장소	벨기에 브뤼셀
개최주기	매년(총 34회 개최)
분야	판타지와 스릴러, 공상과학 장르 영화
개최일	2016.3.29~4.10
규모	참관객 수 64,400명
개요	· 판타지 영화나 공상과학 영화, 공포 영화 매니아들을 매료시킬 만한 수작들이 대거 상영되는 것으로 유명 · 영화제 외에도 바디페인팅쇼, 가장 퍼레이드, 뱀파 이어볼 등 누구나 참여할 수 있는 다양한 행사 개최
주최기관	Peymey Diffusion A.S.B.L
연락처(메일)	info@biff.net
홈페이지	www.biff.net

□ ANIMA : 브뤼셀 애니메이션 영화 페스티벌

행사명	ANIMA
개최장소	벨기에 브뤼셀
개최주기	매년(총 35회 개최)
개최일	2017.2.24.~ 3.5
규모	31개국 내 250여개 애니메이션 작품 소개
주최기관	Folioscope asbl, Festival du Dessin Animé asbl 및 Vereniging Festival van de Animatiefilm vzw 공동주최
연락처(메일)	info@folioscope.be
홈페이지	www.animafestival.be

3. 프랑스

가. 프랑스 시청각물 및 게임 산업 동향

□ 시청각물

① 애니메이션

- (생산규모) '14년 애니메이션 생산량은 260시간으로 전년대비 20.1% 감소, 금액기준 1억 7,810만 유로로 전년대비 16.4% 감소
- (제작비) '14년 시간당 애니메이션 제작비는 전년대비 4.7% 증가, 68만 4,800 유로로 최근 5년간 가장 높은 수치 기록
- (지원규모) '14년 프랑스 국립영화센터(CNC) 지원금은 전년대비 7.9% 감소한 3,520만 유로, 반면 해외 자본은 전년대비 123% 증가한 4,560만 유로 기록

<프랑스 애니메이션 주요 생산지표>

(단위 : 백만 유로, %)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014	전년대비 성장률('14년)
생산량(시간)	320	355	298	326	260	△20.1
총 제작비	181.0	217.3	181.8	213.0	178.1	△16.4
시간당 제작비(천 유로)	565.2	611.8	609.2	654.3	684.8	4.7
방영료	50.7	57.9	49.7	58.0	46.7	△19.4
CNC 지원금	38.5	43.4	38.1	38.2	35.2	△7.9
해외 자본	42.5	60.9	42.0	51.1	45.6	△12.3

자료원 : 프랑스 국립영화센터(CNC: Centre National du Cinema)

- (유형) 국영 TV 방송채널로 방영되는 애니메이션은 대부분 프랑스 제작물로 '14년 전체 TV 애니메이션 방영시간의 42.5% 차지

<프랑스 국영 방송사별 애니메이션 방영시간('14년)>

(단위 : 시간, %)

프랑스 국영 방송사 애니메이션 제작 국적	TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6	총 방영시간 (점유율)
프랑스	302	-	522	117	345	219	1,505(42.5)
유럽(프랑스 제외)	248	1	16	33	180	10	488(13.8)
미국	211	10	478	144	239	200	1,281(36.2)
기타	174	-	40	22	26	1	264(7.5)
합계	935	11	1,056	316	790	430	3,539(100)

자료원 : 프랑스 국립영화센터(CNC: Centre National du Cinema)

② 영화

- (생산규모) '15년 프랑스의 영화 생산량은 총 300 작품으로 전년대비 16% 증가, 프랑스 제작 영화는 234 작품으로 전년대비 15.3% 증가
- (투자금액) '15년 영화 제작 투자액은 약 12억 유로로 전년대비 23.1% 증가, 특히 프랑스 영화 제작 투자는 약 1억 유로로 전년대비 0.4% 증가
 - 프랑스 영화에 대한 해외 투자(117.8%) 및 TV 방송국 지원(31.2%)이 증가한 것으로 분석됨.
- (공동제작) '15년, 프랑스의 해외 공동제작 영화는 총 142 작품으로 전년대비 34% 증가, 총 41개국과 공동 제작한 것으로 나타남.
 - 해외 공동 제작 영화에 대한 해외 및 프랑스 재정지원은 총 5억 5,912만 유로로 전년대비 41.6% 증가
- (시장 점유율) 프랑스 제작영화 점유율은 '16년 1분기 40.2%로 전년대비 2.1% 감소, 반면 미국 제작영화 52.6%로 전년대비 8.1% 증가

<프랑스 영화시장 내 국가별 점유율>

(단위 : %)

	프랑스 영화		미국 영화		기타	
	2016년	2015년	2016년	2015년	2016년	2015년
1분기	40.2	42.3	52.6	44.5	7.2	13.2
연간	35.1	43.1	53.8	45.8	11.1	11.1

자료원 : 프랑스 국립영화센터(CNC: Centre National du Cinema)

③ 방송콘텐츠

- (규모) 프랑스 방송콘텐츠 규모는 '14년 8억 1,330만 유로로 전년대비 약 2% 감소(프랑스 방송위원회(CSA:Conseil Supérieur de l'Audiovisuel))
- (유형) 픽션(60%), 다큐멘터리(23%), 애니메이션(7%)이 전체 제작 중 90%를 차지

□ 게임

- (시장규모) '13년 프랑스 비디오 게임 매출액은 10.1억 유로로 전년대비 7.9% 감소하였으며, 판매량 또한 전년대비 9.7% 감소

- 전통적인 비디오게임 시장은 인터넷 및 모바일 게임 시장으로 인해 감소 추세
- '13년 외국산 및 프랑스산 비디오게임 판매액은 각각 9억 6,660만 유로, 4,740만 유로로 외국산 비디오게임 판매가 압도적.

<국가별 비디오게임 판매 점유율(>

	2009	2010	2011	2012	2013
프랑스산 게임	7.9	7.9	7.4	6.8	5.7
외국산 게임	92.1	92.1	92.6	93.2	94.3
총 계	100	100	100	100	100

자료원 : 프랑스 국립영화센터(CNC: Centre National du Cinema)

나. 프랑스 문화콘텐츠 산업 지원제도

□ 재정 지원

○ 개요

- 프랑스 문화부 산하 기관인 프랑스 국립영화센터(CNC: Centre National du Cinema)를 중심으로 시청각물 작품에 대한 세제 혜택 지원
- 프랑스 시청각물의 재정 지원 구조는 프랑스 국립영화센터(CNC), 프랑스 방송사, 배급사 및 제작사, SOFICA 투자로 구성

* SOFICA(Les Sociétés de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuel) : 영화 및 시청각 산업을 위한 민간 투자 펀드 운영 회사 단체

<프랑스 국내 영화 투자 현황('14년)>

투자주체	비중(%)
TV 방송사 투자	34.6
CNC 및 지방정부	5.6
CNC	3.3
배급사	17.0
프랑스 제작사 투자	29.9
외국 제작사 투자	5.7
SOFICA	3.9
합 계	100

자료원 : 프랑스 영화 위원회(French Film Commission) Incentives Guide 2015

○ 해외수출 및 행사지원

- 프랑스 국립영화센터(CNC)는 자국 제작사와 배급사의 방송영상물, 영화, 애니메이션, 다큐멘터리 수출을 지원하는 프로그램 도입('95년)
- 해외 수출에 필수적인 수출용 더빙, 자막, 포맷전환 및 해외 마케팅을 위한 데모필름, 브로슈어 제작을 위한 자금 지원
- 영화, 애니메이션 등 시청각물 관련 국제 페스티벌 개최 지원을 통한 프랑스 영상산업의 해외 홍보 지원

○ 세제 혜택(프랑스 제작 작품)

- **(영화)** 지원 대상 영화당 4백만 유로 한도 내에서 영화제작비의 30%에 해당하는 금액을 세금에서 감면
- **(TV)** 영화와 마찬가지로 TV(애니메이션, 다큐멘터리 및 픽션) 제작비의 20%를 제작사 세금에서 감면

<자격요건>

- 작품의 100% 혹은 대부분 프랑스어가 사용되거나 프랑스에서 사용되는 지역 언어로 만들어진 작품
- 주로 프랑스 내에서 상영되고 프랑스 시청각 작품의 발전, 다양성 증진에 기여한 작품
- 애니메이션 24분 이상, 다큐멘터리 24분 이상, 픽션 45분 이상의 작품

<부문별 세액공제 한도(1분당)>

- 애니메이션 : 1,300유로
- 다큐멘터리 : 1,150유로
- 픽션 : 1,250유로

- 외국어로 제작된 픽션 작품의 경우, 프랑스 내에서 지출되는 제작비의 20%, 작품 1분당 5,000유로 한도에서 세금공제 혜택

<자격요건>

- 최소 30% 이상의 제작비가 외국인 투자로 충당된 작품
- 작품의 분당 제작비가 35,000 유로 이상
- 외국어로 작품 방영이 가능하나, 프랑스어 자막 처리 필수

○ 세제 혜택(외국 제작 작품)

- 외국 제작사 작품에 한해 일정 조건 충족시 작품당 4백만 유로 한도 내에서 제작비 20% 세금 공제

<자격요건>

- 프랑스 내 제작 지출비용 최소 1백만 유로
- 프랑스 촬영 5일 이상
- 프랑스 문화테스트
- 중복지원 제외

○ 유관기관 펀드 운영

1) 프랑스 국립 영화센터(CNC) 기금

- 영화 및 시청각물 시장으로부터 거둔 수익*을 재원으로 형성된 기금으로, 다양한 재정지원 프로그램 마련

* 기금 재원구성 : 극장입장료에 부과되는 영화티켓 세금(10.7%), 방송사 부담금(매출액의 5.5%), 배급사 부담금(1,000만 유로 이상 매출액의 0.5-3.5%), 비디오 사업자 부담금(비디오 판매금액의 2%)

<CNC 기금 분야별 지원 현황('14년)>

(단위 : 백만 유로, %)

지원분야	지원금액(백만 유로)	비중(%)
영화	349.8	45.3
TV	277.8	36.0
디지털	33.4	4.3
융합	111.7	14.4
합계	772.7	100

자료원 : 프랑스 국립영화센터 2014 연간보고서('15.7월)

2) SOFICA

- SOFICA는 프랑스 영화 및 시청각 산업 투자체로 영상산업 제작 투자를 위해 모집된 민간 자본펀드를 운영하는 회사들을 지칭, 현재 11개의 투자회사로 구성('16년 기준)
- 투자자들은 SOFICA 기업의 지분을 구입하는 형태로 투자
- SOFICA 기업들은 CNC가 인증하는 프랑스, EU 영상작품에 투자

3) 영화 및 문화산업 재정보증기구(IFCIC : Institut pour le Financement du Cinema et des industries culturelles)

- 영화 및 문화산업 작품 제작 자금을 원활하게 조달하기 위해 설립된 기구로 제작자의 기획 및 개발을 위한 은행 융자 보증

□ 인재 육성

- 프랑스 문화 및 시청각 산업 공공기관 Ina(Institut national de l'audiovisuel)가 산하 교육기관인 Ina SUP 운영
 - 주요 교육과정은 영상 편집, 음향, 제작기술, 장비기술 등 전문기술 자격 교육, 멀티미디어 자료 관리, 음향기술 학위 취득 교육 등

□ (자국물 보호제도) 국내제작물 방영 및 제작 쿼터제

- (국산물 방영쿼터제) 프랑스는 방송법 및 프랑스 방송위원회(CSA)의 시행령에 의거, 방송사들에 대하여 국산 및 유럽산 방송 영상물 방영의무 부과
 - 프랑스 TV 채널은 프랑스 작품 40%, 유럽 작품 60%의 국산물 방영 쿼터 준수 의무
- (국산물 제작쿼터제) 프랑스 방송위원회(CSA)는 프랑스 방송사들에게 매출액의 일정 비율 이상을 의무적으로 유럽산 방송물의 구매에 할당토록 규정
 - 지상파 방송사들은 전년도 총매출액의 최소 12.5%를 유럽 작품에 투입해야 하며, 그 중 90%는 독립제작사가 제작하는 '자국산 프로그램'에 투입해야 함.

□ 주요 지원기관 개요

기관명		프랑스 국립영화센터(※ 프랑스 문화부 산하 공사) (CNC : Centre national du cinéma et de l'image animée)
소재지		12 rue de Lübeck 75784 Paris Cedex 16
설립연도		1946년
중점분야		영화, 방송 및 뉴미디어 영상산업 지원, 국산물 및 해외 공동제작 인증, 세제혜택 인증 등
주요 지원 사업	금융	· CNC 기금 운영
	개발제작	선별 제작지원(무이자 선금금 지급형식으로 제작비 지원)
	마케팅	· 프랑스 영화 및 방송영상물의 해외 수출 지원 · 칸 영화제 등 국내외 관련 행사의 주관
	기술	· 비디오 게임 상용화를 위한 기술 개발 지원 · 특수효과, 새로운 디지털 기술 등 혁신적 제작기술 개발 지원
	인프라	· 영화상영관의 설립 및 현대화
	인력양성	· 초, 중, 고등학교의 문화교육 계획 수립 · 기술인력, 창작 인력 등 산업인력의 양성
주요 성과물		· 세제혜택을 받은 외국제작사 작품 : 가십걸(미국), 인셉션(미국) 등
연락처		+ 33 (0)1 44 34 34 40

기관명		프랑스 방송위원회(CSA: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel)
소재지		39-43, quai André-Citroën 75739 Paris cedex 15
설립연도		1989년
중점분야		국산물 방영지원 및 방영·제작비 쿼터제도 운영
주요 지원 사업	쿼터제 운영	· 방영쿼터 : 국산물 쿼터(유럽 작품 60%, 프랑스 작품 40%), 유효시간대(오후 6~11시) 방영쿼터 · 제작쿼터 : 방송사 매출액에 따라 상이
주요 성과물		· 유효시간대 방영쿼터제를 통해 시청률이 높은 시간대 국내 작품 방영 극대화 효과
연락처		+33 (0)1 40 58 38 00

다. 한-EU 문화협력 성공사례

□ 한국과 EU 국가 합작 사례

작품명		몰랑(Molang)
		
합작국	(한국)	하얀오리 / (기여내역) 예술 50 %
	(프랑스)	Millimages/ Canal + / (기여내역) 재정 100%, 예술 50 %
콘텐츠	제작시기	2015년
	방영시기	2016년(2월 6일부터 방영 시작)
	종류(매체)	TV시리즈
	내용(소재)	캐릭터 몰랑(Molang)을 소재로 52편 시리즈
		
지원 수혜 내역	지원기관	KOTRA
	지원내역	· 바이어 Millimages와 주선 및 계약 유도 · 계약 체결 후 사후 관리
성공 요인	요인1	한국에서 이미 인기를 얻은 캐릭터를 적절한 타이밍에 발굴
	요인2	프랑스 방송국 Canal +를 공동제작으로 발굴하여 Millimages와 제작을 함으로써 방영 확정 및 인지도 높임.
	요인3	KOTRA의 적극적 지원

작 품 명		미라큘러스, 레이디버그와 블랙캣(Miraculous : Ladybug & Black Cat)
		
합작국	(한국)	쌘지(SAMG) / (기여내역) 기술, 예술 50%
	(프랑스)	METHOD ANIMATION, 방송사 TF1 / (기여내역) 기술, 예술 50%, 자금 100%
콘 텐 츠	제작시기	2014-2015년
	방영시기	2015.9 ~ 12월
	종류(매체)	TV시리즈
	내용(소재)	레이디 버그라는 캐릭터를 바탕으로 한 액션 시리즈. 프랑스를 배경으로 인간의 사악한 마음을 검은나비로 이용해 미라큘스톤을 차지하는 호크모스의 음모를 맞서싸우는 소녀 영웅 레이디버그와 괴도소년 블랙캣의 유쾌하고 업그레이된 두번째 활약
 		
지원 수혜 내역	지원기관	한국콘텐츠진흥원(KOCCA)
	지원내역	바이어 및 공동제작사들과 상담 주선
성공 요인	요인1	프랑스 만화를 소재로 애니메이션 제작, 한-불 동시 상영 프로젝트
	요인2	· 한국-프랑스 최고 애니메이션 기술을 보유하는 쌘지(한국), 메쏘드(프랑스)가 협력 · 프랑스 최대 공중파 방송국인 TF1의 지원으로 높은 시청률 기록

라. 프랑스 영상 마켓 행사 정보

□ 프랑스 Toulouse 카툰포럼

행사명	Toulouse Cartoon Forum
개최장소	프랑스 툴루즈(Toulouse)
개최주기	매년
개최일	2016.9.13~16
규모	참가기업 900개사, 방송사 및 투자가 270개사 참가
주최기관	The MEDIA Programme of the European Union CARTOON
연락처(메일)	info@cartoon-media.eu
홈페이지	www.cartoon-media.eu

□ 프랑스 Paris 게임 위크

행사명	Paris Games Week
개최장소	프랑스 파리
개최주기	매년 10월
개최일	2016.10.27~31
규모	전시 참가기업 123개사
주최기관	Le Syndicat des Editeurs de Logiciels et de Loisirs (SELL)
연락처(메일)	Info.pgw@comexposium.com
홈페이지	www.parisgamesweek.com

4. 스페인

가. 스페인 시청각물 및 게임 산업 동향

□ 시청각물

○ 애니메이션

- (매출 규모) 스페인 내 애니메이션 부문 매출규모는 '11년 기준 약 3억 유로로 국가 GDP의 약 0.04% 기여
- (기업 수) 애니메이션 제작 및 유통 관련 업체 수는 약 200여 개로 5,150명이 동 산업에 종사
- (수출) 전체 매출 중 수출 비중이 약 40%로 현지기업 중 62%가 애니메이션 콘텐츠를 해외에 판매
- (공동제작) 스페인에서 제작한 애니메이션 중 70%는 해외기업과 협업 하에 제작
- (주요 제작사) TVE 스페인 공영방송국과 Televisio de Catalunya 지역방송국이 꼽힘.

○ 영화

- (제작 건수) '14년 216편의 장편영화, 단편영화 246편이 스페인 기업에서 제작됨.
- (장르별 비중) 장편영화의 장르별 비중은 픽션(50.9%), 다큐멘터리(45.4%), 애니메이션(3.7%)
- (공동제작) 해외수출 및 안정적인 투자수익 창출 등의 목적으로, 장편영화 중 42편은 프랑스, 미국, 독일, 아르헨티나 등 해외 제작사와 공동제작
- (금융지원) 스페인 영화시청각콘텐츠진흥원(ICAA)과 스페인 국영신용개발은행(ICO)은 '14년 13편의 영화 제작에 총 1,050만 유로의 금융지원 제공

○ 게임

- (이용자수) 스페인 내 비디오게임 인구수는 약 1,300만 명으로 전체 인구의 36%, 프랑스, 독일, 영국에 이어 유럽에서 네 번째로 높은 수치
- (매출 규모) '14년 매출규모는 9억 9,600만 유로로 전년대비 6.8% 증가
- 오프라인 매출은 7억 5,500만 유로로 75.8%, 온라인 매출은 2억 4,100만 유로로 24.2% 차지
- (품목별) 소프트웨어(3억 6,400만 유로), 하드웨어(3억 유로), 기타 액세서리 및 주변기기(9천만 유로) 순
- (형태별) 스페인 국민들이 선호하는 게임 형태는 여전히 비디오콘솔 게임으로 전체 시장의 87%를 차지, 액션이나 모험, 스포츠, 레이싱 관련 게임의 인기가 높음.
- (공급 플랫폼) 게임 콘텐츠 공급은 대부분 마이크로소프트, 닌텐도, 블리자드 등 글로벌 업체를 통해 이뤄지며, 스페인 기업의 시장 내 영향력은 미미함.

<스페인 시장 특징>

- 전 세계 31개국 4억 2천만 인구가 스페인어를 사용하며, 이는 중국어 사용 인구 다음으로 많은 숫자
- 중남미에서도 스페인어를 사용하고, 스페인과 중남미 국가들은 문화적 동질성을 갖고 있어 스페인어 콘텐츠 제작시 중남미 수출에도 유리할 것으로 전망
- 더불어 향후 미국 내 히스패닉 인구까지 겨냥할 수 있음.
- 스페인 스페인어와 중남미 스페인어간 차이가 있는바 자막 재제작이 필요하나 비교적 용이한 편

나. 스페인 문화콘텐츠 산업 지원제도

□ 스페인 문화 산업 진흥 계획

- (개요) '14년부터 스페인 무역투자 공사(ICEX)의 미래 산업 개발 프로그램인 Plan ICEX NEXT 산업의 일환으로 진행
 - Plan ICEX NEXT는 스페인 중소기업의 해외시장 개척을 지원하는 프로그램으로 컨설팅, 재무상담, 기타 서비스 지원 등으로 구성
- (목적) 스페인 문화 산업의 국제화, 국제시장에서의 경쟁력 제고, 국제 문화 행사 활동 강화가 주목적
 - 민·관 기업과 국제 문화 행사 관련 협업을 통해 스페인 문화사업의 존재감을 부각시키는 것이 목적
- (분야) 영화, TV, 출판, 음악, 무용
- (주요 타깃시장) 미국, 프랑스, 독일, 영국, 일본, 중남미

□ 재정 지원

- ICEX는 Plan ICEX NEXT를 통해 프로젝트 당 12,400 유로 한도 내에서 해외진출을 위한 조사, 홍보, 인력 비용의 50% 지원
- 스페인 교육·문화·스포츠부는 영화를 포함한 시청각 예술에 대해 연간 250만 유로 지원

□ 홍보 지원

- 국제 우수 미디어 대상 뉴스레터 및 홍보물 제작·배포를 통해 스페인 TV와 영화를 집중 홍보
 - 세계적인 영화잡지 "Screen International", "Variety"에 스페인 문화 콘텐츠를 홍보하는 광고 및 기사 게재
 - European Film Market, Marché du Film에 베를린 영화제, 칸 영화제와 때를 같이하여 스페인 영화에 대한 특집 기사 게재

○ 스페인관 운영

- 스페인 무역투자 공사인 ICEX, 스페인 영화 영상기구 ICAA 주관 하에 국내외 행사에 스페인관 운영
- TV 시리즈, 애니메이션, TV 영화, 다큐멘터리, 영화 등의 분야에 바이어, 판매 에이전트를 대상으로 한 홍보가 목적
- 상담주선, 카달로그 작성, 참가사 홍보 등을 지원

□ (자국물 보호제도) 스크린 쿼터제

- '42년 이래 스크린 쿼터제 유지, '07년 스크린 쿼터에 대한 법률 개정
 - 스페인 또는 EU 영화가 극장 내 전체 상영의 25% 이상을 차지해야 한다는 것을 내용으로 하며, '14년 스페인 영화는 전체 영화의 14% 비중 차지
 - '07년 법률 개정 당시 내각에서 스크린쿼터 현행 유지 법안을 폐기 하자는 의견이 있었으나, 스페인 시청각 제작물 총 연합회(FAPAE)의 강력한 반발로 무산

□ 주요 지원기관 개요

○ 영상 관련 기관 1

기관명		ICAA(Instituto de la Cinematografía y de las artes audiovisuales)
소재지		스페인 마드리드
설립연도		1985년
중점분야		영화, 영상
주요 지원 사업	금융	· 보조금, 무담보 금전 지원(연 250만 유로 예산) · 장편 영화제작 시 보조금(600만 유로까지) 지급 · 장편영화, 다큐멘터리, 애니메이션 투자에 대한 세제 혜택
	개발제작	영화제작비 40프로까지 세제 혜택
	마케팅	장·단편 영화 배급 지원, 영화제 참여 지원
	기술	영화 배급에 관련된 기술개발 금융지원
주요 성과물		· 2014년 전년대비 시청각 상품 해외수출 6.1% 증가 · 영화 수출 4.4% 증가, TV 상품 수출 8.5% 증가 · 칸, 베를린, 마이애미, 토론토 영화제 스페인 국가관 참가
연락처		+34 91 701 70 00

○ 영상 관련 기관 2

기관명		FAPAE(Federación de asociaciones de productores audiovisuales españoles)
소재지		Spain, Pozuelo de Alarcón, Spain
설립연도		1991년
중점분야		영화, 영상
주요 지원 사업	금융	· 보조금, 무담보 금전 지원(연 250만 유로 예산) · 장편 영화제작 시 보조금(600만 유로까지) 지급 · 장편영화, 다큐멘터리, 애니메이션 투자에 대한 세제 혜택
	개발제작	영화제작비 40프로까지 세제 혜택
	마케팅	장·단편 영화 배급 지원, 영화제 참여 지원
	기술	영화 배급에 관련된 기술개발 금융지원
주요 성과물		· 2014년 전년대비 시청각 상품 해외수출 6.1% 증가 · 영화 수출 4.4% 증가, 티비 상품 수출 8.5% 증가 · 칸, 베를린, 마이애미, 토론토 영화제 스페인 국가관 참가
연락처		+34 91 512 16 60

* ICAA,FAPAE 스페인 교육,문화,스포츠부 산하로 정부지원 동일

○ 출판 관련 기관

기관명		FGEE(Federación de Gremios de Editores de España)
소재지		Spain, Madrid
설립연도		1978년
중점분야		출판
주요 지원 사업	금융	보조금 지급
	개발제작	프로젝트 당 100만 유로까지 지원
	마케팅	· 문화행사 지원(190만 유로 예산) · 산업, 문화, 창조 혁신 사업지원(186만 유로 예산)
	기술	번역지원(23만 유로까지)
주요 성과물		· 국제 전시회 참가 1) 볼로냐 아동 서적 국제 전시회 참가 2) 보고타 국제 도서 전시회 참가 3) 부에노스 아이레스 국제 도서 전시회 참가 4) 아메리카 도서 엑스포 참가 · 2014년 내수 22억 유로, 7억 3천만 유로 수출
연락처		+34 91 534 51 95

○ 비디오 게임 관련 기관

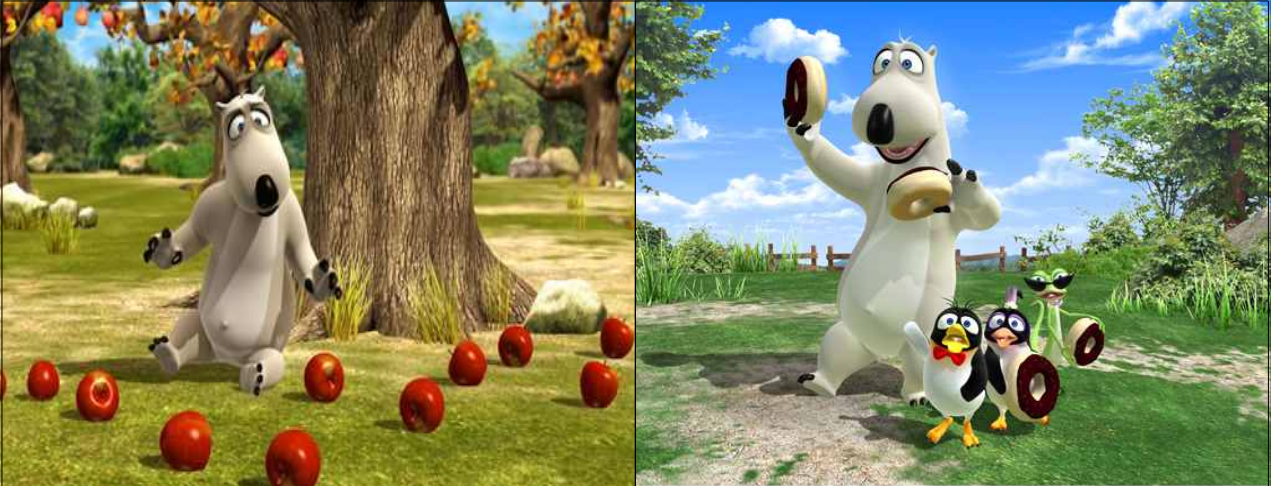
기관명		DEV(Desarrollo Español de Videojuegos)
소재지		Spain, Madrid
설립연도		2008년
중점분야		비디오 게임
주요 지원 사업	금융	· ENISA(스페인 중소기업 개발기구) 개발보조금 지급, 대출(1500만 유로 예산, 금리 3.75%) · 스페인 산업,에너지,관광부 3,850만 유로 예산 개발보조금 지급, 대출 지원
	개발제작	· 스페인 교육,문화,스포츠부 제작지원(총 180만 유로 예산)
	마케팅	· 문화행사 참가지원
	기술	· Program I+D+i R&D 투자 15년 상환 금리 0.1% 대출지원
주요 성과물		· 국제 전시회 참가 1) Game Connection America 2) 쾰른 GAMESCOM 3) 런던 Mobile Games Forum
연락처		info@dev.org.es

다. 한-스페인 문화협력 성공사례

□ 한국과 스페인 합작 사례

작품명		아이언키드(iron Kid)
		
합작국	(한국)	디자인스톰/대원미디어 / (기여내역) 제작 100%, 투자 40%
	(스페인/미국)	BRB인터내셔널/ Manga엔터테인먼트 / (기여내역) 투자 60%
콘텐츠	제작시기	2006년
	방영시기	2007년
	종류(매체)	3D TV만화시리즈
	내용(소재)	우연히 절대병기를 갖게 된 소년 '마티'가 세계정복의 야심을 품은 악의 전사 '대장군 카이저'에 대항하는 스토리
		
지원 수혜 내역	지원기관	한국문화콘텐츠진흥원(KOCCA)
	지원내역	해당 프로젝트는 한국문화콘텐츠진흥원에서 선정한 2013년 스타프로젝트 발굴 지원사업으로 7억원을 지원 받음
성공 요인	요인1	우수한 3D 제작 기술력
	요인2	전통적인 인기소재인 로봇에 무협액션이라는 흥행코드를 접목해 어린이층 공략
	요인3	다양한 로봇 캐릭터를 응용한 상품화 가능

작품명		캐니멀(Canimal)
		
합작국	(한국)	(주)부즈클럽/EBS교육방송 / (기여내역) 제작 80%, 투자 50%
	(스페인/영국)	BRB인터내셔널/Aardman애니메이션 / (기여내역) 제작 20%, 투자 50%
콘텐츠	제작시기	2011년
	방영시기	2012년
	종류(매체)	TV만화시리즈
	내용(소재)	여러 동물 형태의 캔(Can)의 에피소드
		
지원 수혜 내역	지원기관	한국문화콘텐츠진흥원(KOKA)
	지원내역	비공개
성공 요인	요인1	유아층부터 성인 여성층까지 공략이 가능한 캐릭터 제작
	요인2	여러 캐릭터를 응용한 다양한 형태의 상품화 가능
	요인3	영국 아드만 스튜디오가 시나리오 집필에 참가해 해외 정서를 적극 반영

작품명		빼꼼(Bernard) 시즌2
		
합작국	(한국)	알지 애니메이션 스튜디오 / (기여내역)제작 90%, 투자 40%
	(스페인)	BRB인터내셔널 / (기여내역) 제작 10%, 투자 60%
콘텐츠	제작시기	2007년
	방영시기	2009년
	종류(매체)	TV만화시리즈, 극장
	내용(소재)	사고뭉치 덜렁이에 호기심 많은 빼꼼(곰 캐릭터)이 도시로 오게 되면서 벌어지는 각종 사건과 실수 스토리
		
성공 요인	요인1	친숙하면서 감각적인 디자인(캐릭터) 제작 능력
	요인2	대사 없는 슬랩스틱 코미디 제작으로 해외시장에서 판매 용이
	요인3	다양한 연령층 공략 가능

라. 스페인 영상 마켓 행사 정보

□ 스페인 Cine-Spanish Film Screenings

행사명	Cine-Spanish Film Screenings
개최장소	스페인 마드리드
개최주기	매년
개최일	2016.6.27~29
규모	23개국 70개 해외 바이어 참가
주관기관	스페인 시청각 제작물 총 연합회(The Federation of Spanish Audiovisual Producer Associations, FAPAE)
후원	영화영상기구(ICAA), 스페인 무역투자진흥기구(ICEX), 마드리드 시
내용	35개 미디어 배우, 감독, 제작사 150회 인터뷰 실시
연락처(메일)	comunicacion@spanishscreenings.es
홈페이지	http://www.spanishscreenings.es/

□ 스페인 페스티발

행사명	Spain Festival
개최장소	스페인 비토리아(Vitoria)시 (스페인 북부)
개최주기	매년 9월
개최일	2016.9.01~06
규모	23개국 70개 해외 바이어 참가
주관기관	Vitoria Gasteiz Green Capital
후원	바스크 주정부, kutxabank, skoda, renfe 등
내용	· 세계 TV 채널, 제작사, 제작자를 대상으로한 TV 제작물 페스티발 개최 · 이 기간 전 세계 TV 시리즈, 제작물 시사회, 라운드 테이블, 시상식 등 다양한 행사 개최
연락처(메일)	info@festval.tv
홈페이지	http://www.festval.tv/

□ 스페인 마드리드 게임 위크

행사명	Madrid Games Week
개최장소	스페인 마드리드
개최주기	매년 10월
개최일	2016.10.6~9
규모	40개사 참가, 92,000명 참관객 기록
주최기관	스페인 무역투자 진흥공사인(ICEX)
내용	전시회와는 별도로 콘서트, 네트워킹, 설명회 등을 부대 행사로 운영
연락처(메일)	jesusg@ifema.es
홈페이지	http://www.madridgamesweek.com/

5. 이탈리아

가. 이탈리아 시청각물 및 게임 산업 동향

□ 시청각물

○ 개요

- (종류) 이탈리아 시청각물 주종은 애니메이션, 방송콘텐츠(드라마, TV), 영화, 홈비디오 콘텐츠
- (매출규모) 시청각 콘텐츠 제작 및 배급에 종사하는 상위 50개 업체의 매출 규모는 '15년 기준 6억 5천만 유로 규모, 상위 10개 업체에서 전체 시장의 54%를 차지

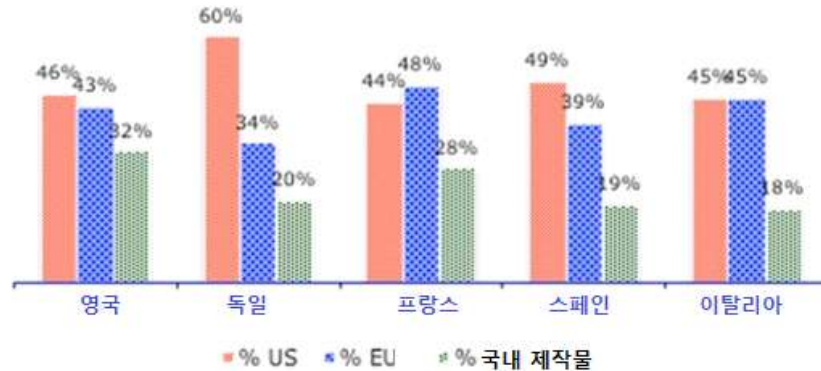
① 애니메이션

- (매출 규모) 애니메이션의 경우, '15년 기준 극장용과 TV 시리즈용을 합쳐 약 1억 유로의 매출을 기록, 전체 제작 애니메이션 중 11%가 이탈리아 국산 콘텐츠
- (공동제작) 애니메이션은 대부분 미국에서 수입하여 후반작업(더빙, 음향 등)만 이탈리아 스튜디오에서 진행, 일부 공동제작 콘텐츠는 독일, 프랑스 등 EU국 방송국과 공동투자를 통해 제작
- (방송채널) 이탈리아에는 지방 방송을 포함, 총 22개의 어린이, 청소년 방송채널이 있으며 이를 통해 애니메이션이 방영됨.

② 방송콘텐츠(드라마, TV 쇼)

- (매출규모) 이탈리아는 TV 드라마 및 픽션의 수입 비율이 높으며 매출액이 작아 전체 시청각 시장의 약 10~12%를 차지
- 이는 국내 제작 콘텐츠의 수출 부진에 따른 결과로 콘텐츠 스토리와 캐릭터의 글로벌화가 가장 시급한 문제로 지적되고 있음.
- (수입처와 유형) 미국 드라마의 수입률이 가장 높았으며, 최근 드라마의 시나리오 혹은 특정 프로그램의 포맷 수입을 통해 자체 제작되는 비율이 점차 증가하는 것이 특징

<TV 방영 드라마, 픽션 제작 비율(수입물, 국내물)>



자료원 : AGCOM

③ 영화

- (제작비) 영화산업은 경기에 가장 영향을 많이 받는 분야로 '14년 기준 국내 영화제작비로 '09년 대비 26.4% 감소한 3억 2천만 유로 투자
- (제작편수) '14년 기준 이탈리아에서 제작된 국내 영화는 총 201편으로 전년 대비 34편 증가하였으나, 전반적인 국산 영화 제작비 투자 및 제작 편수는 감소추세
- 특히 타 유럽국에 비해 정부 차원의 지원 및 보호정책의 부족으로 다른 국가와의 공동제작 감소가 두드러짐.

□ 게임

- 이탈리아 게임 시장은 유럽에서 영국, 독일, 프랑스에 이어 4번째 시장
 - (매출액) 비디오 게임에 치중된 시장으로 해당 매출이 1억 유로 이상
 - (시장점유) 비디오, 콘솔과 PC 게임은 모두 닌텐도, X-Box, 블리자드 등 글로벌 업체들이 시장을 독점, 이탈리아 국내 업체들에서도 게임 개발 및 출시가 이뤄지고 있으나 시장 점유는 미미
 - 최근 스마트 기기 게임시장의 확장으로 일부 스타트업 기업에서 어플리케이션을 이용한 게임 콘텐츠 개발에 주력하고 있으며, 이를 통해 게임 시장 확장을 기대

나. 이탈리아 문화콘텐츠 산업 지원제도

□ 재정지원

○ 세제혜택(시청각물 분야)

- 영화제작에 적용되었던 제도이나, '15년부터 전 시청각 산업분야로 확장 적용, 콘텐츠 제작비의 25~30%에 해당하는 세액 공제(Tax Credit) 제공
- 이탈리아 국내 업체가 제작을 하는 경우, '16년 기준 총 제작비의 30%까지 세제 혜택이 가능하며 해외 제작 업체가 이탈리아 업체와 공동 제작하는 경우 25%까지 세제혜택 제공
- ANICA(이탈리아 영화·시청각·멀티미디어 산업협회)에서 정한 기준*에 부합해야 함.

* 콘텐츠의 주제와 내용, 제작스태프, 촬영 장소 등에 각각 점수를 부여하여 100점 만점에 70점 이상의 점수 취득 요망

○ 세제 혜택(게임 분야)

- 이탈리아 게임시장은 시장규모에 비해 제작 부문이 미성숙한 단계로, '15년 게임제작 진흥을 위해 세제혜택인 Tax Credit 도입
- 동 제도는 영화 제작에 적용되었던 제도이나, 15년부터 전 시청각 산업분야로 확장 적용해 게임제작에도 적용하여 콘텐츠 제작비의 25~30%에 해당하는 세제혜택 제공

○ 기부금 세액공제(Art Bonus)

- '14년 시작한 정책으로 문화 후원 기부금의 65%까지 세금 공제 혜택 제공
- 대부분은 문화재 복원 및 공연문화 재단으로의 후원이 이뤄지고 있으며, 2년간 2천명의 후원자가 약 6,300만 유로를 후원

○ 해외 영상 마켓 참가지원

- (지원금액) 유관 기관을 통해 일부 보조되나 매해 정부 예산에 따라 보조금 액수에 차이가 있으며, 정형화된 지원책은 없음.
- (지원기관) ICE(이탈리아 무역진흥공사), ANICA(이탈리아 영화 및 시청각물 협회)

○ 유관 기관 펀드 운영

- 지방 정부별로 펀드 운영을 통해 영화 제작 자금 지원

<지방정부 영화 지원 펀드>

지역	지원제도	세부내용
피에몬테	필름 인베스트먼트 피에몬테 (Film Investment Piemonte)	· 국내 프로젝트 혹은 공동제작 프로젝트 중 6편 선정 · 지원금은 피에몬테지역에서 100% 사용 · 목표 투자액은 최대 30만 유로
	피에몬테 다큐멘터리 필름펀드 (Piemonte Doc. Film Fund)	· 다큐멘터리 전문 필름 펀드 · 피에몬테지역 회사와 제작자들이 만드는 다큐멘터리 지원
라치오	라치오 필름 펀드 (Lazio Film Fund)	· Venture Capital 투자형태로 공동 제작사 대상 · 최대 지원액은 60만 유로 · 예산의 최소 50%는 라치오 지역에서 지출
트렌티노	트렌티노 필름 펀드 (Trentino Film Fund)	· 영상 비디오 제작물 프로젝트를 제작하는 현지 및 해외 제작사 대상 · 지원규모는 영화와 TV 콘텐츠는 최대 20만 유로, 기타 장르는 최대 4만 유로
아오스타벨리	아오스타벨리 영상물 제작기반펀드 (Audiovisual Production Development Fund)	· 예술적, 경제적 가치를 가진 영화, 다큐, TV 콘텐츠의 후반작업과 배급 지원 · 장르별로 2만~18만 유로 지원 · 총 제작비의 50% 이내에서만 지원이 이루어짐.

자료원 : 한국 콘텐츠진흥원, 이탈리아 지방정부 펀드 홈페이지

□ 홍보지원

- 영상물 해외 수출을 위해 유관기관들이 협력하여 홍보 대행 및 예산 지원
- 지원기관 : Istituto Luce Cinecittà S.r.l. (이탈리아 영화지원 기관)

□ 인재 육성

- 이탈리아 국립영화연구소(www.fondazioneccsc.it)는 산하기관으로 세계에서 가장 오래된 국립영화학교와 국립필름 연구소를 보유하고 있는 이탈리아 영화산업의 중추적 기관
- 국립 영화학교 본교는 로마에 있으며 전국 4곳에 분교를 운영, 시청각물 분야별로 전문인 양성에 주력

<국립영화학교 본교 및 분교의 교육분야>

	학교	교육분야
1	로마 본교	영화 제작
2	아부르쵸 분교	시청각 보도물
3	롬바르디아 분교	영화, 픽션, 광고 분야
4	피에몬테 분교	애니메이션
5	시칠리아 분교	다큐멘터리

- 인력 양성을 위해 지역 방송국 및 배급사, 그리고 주요 학교와 기관 투자를 통한 펀드를 운영하고 있음.

□ 국내물 보호제도

○ 저작권 법

- 저작권법은 해외 및 국내의 모든 콘텐츠에 적용되며 저작권 협회에 등록시 발효

○ 국내 및 역내 제작물 투자 쿼터

- 국영 방송국인 RAI는 전체 매출액의 15%, 일반 커머셜 TV와 Pay TV는 총 매출액의 10%를 국내물 혹은 EU 공동제작물에 투자토록 규정
- 최근, 관련 협회에서는 프랑스 제도를 벤치마킹하여 제작 및 방영 쿼터의 필요성을 피력하고 있으나 정부차원에서 도입 계획은 없음.

□ 주요 지원기관 개요

기관명		Istituto Luce Cinecittà S.r.l. (이탈리아 영화지원 기관)
소재지		이탈리아, 로마
설립연도		1924년(2011년 조직 재정비)
중점분야		이탈리아 영상물 국제 홍보
주요 지원 사업	마케팅	이탈리아관, 특별 상영관 등 운영
	인력양성	이탈리아 국립영화학교 지원
주요 성과물		해외 우수 영화제 이탈리아 특별 상영관, 감독관 등 운영
연락처		주소 : Via Tuscolana, 1055 - 00173 Roma (ITALIA) 전화 : +39 06 722861 팩스 : +39 06 7221883 이메일 : responsabileanticorruzione@cinecittaluce.it

기관명		MiBACT(문화관광부)-영 화분과
소재지		이탈리아, 로마
설립연도		1974년
중점분야		문화관광부 산하 영화 및 영상물 관련 전담 과로 타 기관과 협업을 통한 세제지원 등
주요 지원 사업	금융	제작비 30% 세제혜택(유관기관 : 이탈리아 국세청) Istituto Luce Cinecittà S.r.l.를 위한 기금 운영
	마케팅	해외 마켓 참가 지원
	인력양성	이탈리아 국립영화학교 지원
주요 성과물		영화제작지원 법률 지원, 2016년 Tax Credit 세제혜택을 15%에서 30%로 높여 제작 활성화
연락처		주소 : Piazza Santa Croce in Gerusalemme 9/a 00185 Roma (Italia) 이메일 : dg-c.news@beniculturali.it

기관명		이탈리아 국립영화연구소 (Centro Sperimentale di Cinematografia)
소재지		이탈리아, 로마
설립연도		1935년
중점분야		국립영화학교 및 국립필름 연구소 보유
주요 지원 사업	기술	제작 전반에 필요한 기술 교육 지원
	인프라	본교와 분교에서 각기 관련 제작 전문 장비 보유
	인력양성	본교 및 분교 5개교에서 장르별 전문 인력 양성
주요 성과물		다수의 유명 감독 배출, 인재 양성
연락처		주소 : via Tuscolana, 1524 - 00173 Roma - Italia 전화 : +39 06 722941 이메일 : americo.bazzoffia@fondazioneccsc.it

다. 이탈리아의 문화협력 성공사례

□ 한국과 이탈리아 합작 사례

○ 한-이탈리아 공동제작 예정 작품

- 한국과 이탈리아는 '04년에 최초로 양국간 “방송프로그램* 공동제작” 협정을 체결, '13년에 갱신(*애니메이션 및 방송프로그램, 영화불포함)
- '15년 MIP TV에서 최초로 '유후와 친구들 시즌 4' 애니메이션 공동제작 발표

작품명		유후와 친구들(Yoohoo & Friends) 시즌 4
콘텐츠	제작사	(한국) 오로라월드, (이탈리아) 몬도 TV
	제작시기	2016년
	방영시기	미정
	종류(매체)	TV시리즈(3D)
	내용(소재)	환경보호를 주제로 하는 모험 장르의 이야기 · 주인공들이 희귀동물들로 구성(갈라고 원숭이인 '유후'를 비롯, 사막여우, 붉은 다람쥐 등) · 생명의 나무 씨앗("그린")이 지구로 날아가 고향세계가 시들어가, 지구에서 주인공들이 씨앗들을 하나씩 모은다는 설정으로 자연환경 복구의 중요성을 강조하는 메시지 · 악당역은 "신비의 샘물"을 돈벌이에 이용하려고 하고 공장을 세우기 위해 동물들을 몰아내는 등, 현대 자본주의 산업문명이 일으키는 환경파괴의 위험성을 묘사
		
비고	· '유후와 친구들'은 '07년 출시 이후 시즌 1~3이 전세계 40여개국에서 방영 · 시즌 4는 3D로 이탈리아 몬도 TV와 공동제작키로 '15년 MIP TV 발표 · 한국과 이탈리아 양국의 세부 기여내역은 미정	

- '16.3월에는 이탈리아 최대 애니메이션 프로덕션 그룹인 레인보우(Rainbow)사에서 한국 파트너 발굴을 통해 공동제작 가능성 시사

□ 이탈리아와 EU 역외국가의 합작 사례

- 이탈리아는 콘텐츠 제작시장의 보수성으로 EU 역외국과의 합작 사례가 드문 편.
- 대부분의 콘텐츠를 프랑스와 공동제작하며, 이외 독일, 스페인와도 공동제작 진행
- (이탈리아-일본) 애니메이션 합작사례

작품명		명탐정 홈즈
		
합작국	일본	(원화, 만화, 촬영 등 제작) 50%
	이탈리아	(시나리오, 캐릭터 등 프리프로덕션 자료) 50%
콘텐츠	제작시기	도쿄 무비 신사와 이탈리아의 RAI 합작투자자로 1981년부터 제작을 시작, 6화 제작 후 일시 제작중단 1984년에 극장용으로 재편집, 상영된 작품에 대한 호응이 좋아 스폰서 확보로 제작이 재개, 1983년~1984년에 TV 시리즈로 방영
	방영시기	1984.11~1985.5
	종류(매체)	TV시리즈와 극장용 애니메이션
	내용(소재)	코난도일의 원작인 “셜록 홈즈”를 애니메이션화한 작품으로 이탈리아 측의 강한 요청으로 등장인물들이 모두 개로 구성되어 있음. 한국에서도 방영됨.
		
성공 요인	요인1	코난도일의 유명 소설을 원작으로 하여 기본 시나리오의 퀄리티를 보장하고 프리프로덕션 작업시 양국 제작사간의 충분한 의사소통으로 작품 개발
	요인2	캐릭터를 모두 동물화함으로 특정 인종이나 문화보다는 보편적 캐릭터를 선택, 공동제작 의견차 최소화
	요인3	작품 가운데 다섯편은 세계적인 애니메이션 거장 미야자키 하야오가 연출, 실력과 일본 제작진 참여로 작품의 완성도를 높임.

○ (이탈리아-인도) 영화 합작사례

작품명		Gangor
		
합작국	인도	(제작시설, 배우 등) 30% 내외
	이탈리아	(감독, 각본, 촬영 등) 70% 내외
콘텐츠	제작시기	이탈리아와 인도의 첫 공동제작 영화로 제작되어 2010년 다수의 독립영화 관련 국제 영화제에서 수상
	방영시기	2011.3월 극장 개봉
	종류(매체)	장편 영화
	내용(소재)	사진작가인 우핀(Upin)이 인도 시골에서 여성폭력을 취재 하던 중 가난한 하층 여성인 갱거(Gangor)가 아기에서 모유 수유 하는 장면을 사진으로 촬영하여 보도. 이 사진으로 갱거는 마을에서 쫓겨나고 경찰에게 체포를 당한다. 우핀은 자신의 잘못된 행동을 깨닫고 다시 그 여성을 찾아 벌어지는 사건을 담은 내용
지원 수혜 내역	지원기관	Bibi Film, Isaria Production, Nirvana Motion Pictures Ltd, Rai Cinema에서 공동 투자
	지원내역	2003년 이탈리아-인도 양국의 영화 공동제작과 공동배급 협약 후 첫 공동 제작 영화로 인도 현지에서 촬영 및 관련 시설 사용 지원
성공 요인	요인1	영화 제작은 방갈 서쪽 지역에서 벵갈어, 산탈어로 촬영 했으며 국제영화제를 위해 영어로도 제작
	요인2	여성 폭력이라는 사회적 이슈를 담고 있기에, 개봉 전 국제 영화제 출품, 수상을 통해 인지도를 높임.
	요인3	이탈리아 감독-인도 배우로 제작하여 현실감을 높임.

라. 이탈리아 영상 마켓 행사 정보

□ 베니스 국제 영화제 필름 마켓

행사명	Venice International Film Festival
개최장소	이탈리아 베니스
개최주기	매년(총 72회 개최)
분야	각국의 예술 및 독립영화 등 다양한 장르의 영화
개최일	2016.8.31.~9.10(제73회)
기타	· 베니스 영화제 기간에 별도로 Venice Film Market이 열리며 별도 스크리닝을 통해 필름 판매가 이뤄짐. · 제73회 베니스 영화제의 필름 마켓 일정과 프로그램은 홈페이지를 통해 차후 공지 예정
개요	· 세계 4대 영화제 중 하나로 가장 역사가 깊은 영화제 · 비유럽권 지역에게 문호가 넓은 것으로 유명 · 대만, 중국, 일본, 한국 영화들이 동 영화제를 통해 유럽시장에 소개됨.
주최기관	La Biennale di Venezia
연락처(메일)	direzione@labiennale.org
홈페이지	www.biff.net

6. 영국

가. 영국 시청각물 및 게임 산업 동향

□ 시청각물

○ 개요

- (매출액) 영국의 시청각물 시장 규모는 '14년 기준 약 60억 파운드의 매출을 달성한 것으로 추정('15.2월 영국영화산업협회, BFI)
- (시장 구조) 영화관, TV 등 전통적 규제 유통시장(30.5%)과 온라인 콘텐츠 등의 비규제시장*(69.5%)으로 구분됨.

* 비규제시장(unregulated markets) : 소비방식의 변화에 따른 개인생산 콘텐츠(UCC)와 상업 콘텐츠의 온라인 유통과 같이 매출집계가 어려운 시장을 의미하며, 광고수익 등 온라인 수익모델과 불법 유통으로 거래되는 콘텐츠의 시장가치로 추산

<영국 문화콘텐츠 시장 규모('14년)>

(단위: 백만 파운드, %)

순위	시장	매출	점유율
1	영화	1,100	18.3
2	비디오게임	429	7.2
3	TV	249	4.2
4	애니메이션	52	0.9
-	비규제시장	4,170	69.4
합계		6,000	100

자료원 : British Film Institute (2015.02)

① 영화

- (시장규모) 영화산업은 '14년 기준 약 11억 파운드 규모로 영국 시청각물 시장에서 가장 큰 비중(18.3%)을 차지함.
- (관객 수) 1억 7,500만 명으로 한국과 유사함.
- (시장점유율) 전세계의 영화가 집중되는 글로벌 시장으로 자국산 영화의 시장 점유율은 '14년 기준 약 18%에 불과
- 영어권 시장의 특성상 미국영화의 점유율이 약 29%로 가장 높음
- 약 400만 명에 달하는 인도계 인구로 인해 발리우드(힌디, 타밀 영화 포함) 영화의 점유율 또한 9%에 달함.

② 게임

- (시장규모) 영국은 유럽에서 가장 큰 게임 산업을 보유
- '14년 기준 약 10억 파운드의 내수 시장(앱 형태 게임의 매출은 미집계) 규모로 세계 6위를 차지함.
- (종사자 및 기업수) '14년 기준 약 2만 7,000명이 게임 산업에 종사, 유럽 국가 중 가장 많은 488개의 게임 개발 스튜디오 소재
- (유형) 패키지 게임 유통시장의 비중이 큰 편

<영국 게임시장 유형별 점유율>



③ 방송콘텐츠(드라마, TV 쇼)

- (매출 규모) '14년 기준 약 2억 4,900만 파운드 규모로 전체 시청각물 시장의 약 4.15%를 차지
- (수출 규모) 내수에 비해 수출 비중이 매우 높으며, '13년 기준 내수시장 매출규모의 약 5배 수준인 12억 2,300만 파운드의 수출
- 이는 미국 및 영연방 시장의 꾸준한 수요가 뒷받침되고, 콘텐츠 외에도 포맷 촬영기술 등의 지적재산권도 큰 영향을 미치기 때문인 것으로 분석됨.
- 디지털 저작권 판매는 '13년 기준, 전년대비 72% 급증(중국시장의 수요 급증)하였으며, 포맷 수출은 17% 증가

④ 애니메이션

- (매출규모) '14년 기준 약 5,200만 파운드의 매출을 기록, 전체 시청각물 시장의 약 0.9%를 차지하는 미미한 수준
- 이는 애니메이션이 작품 형태와 성격에 따라 영화 카테고리(Film)에 포함되는 경우가 많기 때문
- (수입) 애니메이션의 대부분은 미국, 프랑스, 일본 등으로부터의 수입에 의존하며 영국산은 전체의 약 8%에 불과
- 그러나 Wallace & Gromit, Gruffalo 등 글로벌 히트작도 배출하여 영국 애니메이션의 작품성이 매우 높은 것으로 평가받음.
- (방송 채널) '16.4월 기준 총 35개의 아동용 방송채널(웹 방송은 제외)이 서비스되고 있으며, 이 중 애니메이션 전문 채널은 21개
- 애니메이션 전문 방송 채널에서도 실사장면이 포함된 실질적 영화 콘텐츠가 일부 방송되기도 함.

나. 영국 문화콘텐츠 산업 지원제도

□ 민간 주도, 정부의 간접 지원이 일반화

- 영국의 영화산업 진흥 활동은 전면 민간 중심으로 진행되고 정부는 필요시 예산을 지원하는 간접 지원이 보편화

<영국산업협회 공공영상기록물 디지털화 사업>

- 영화산업협회인 BFI(British Film Institute)가 수행하는 산업육성 프로그램 'Film Forever' 관련 정책의 일환
- 공공영상 기록물 1만개를 디지털화 하는 작업
- 영국 문화미디어체육부가 990만 파운드의 예산 지원

- 보조금, 세제 혜택 등 정부의 직접적인 지원 정책은 없음.
- 영국 정부는 민간 기관들과의 협력을 통해 다방면에서 문화 육성 환경을 조성하고, 특히 '지재권 보호'와 '인적교류 확대'를 중점지원

□ 법적·제도적 지원

- 영국 영상물 법(Films Act 1985)
 - '85년 제정, '15년에 개정
 - 영상저작물의 성격과 지적재산권 범위 등을 법적으로 규정
- 영국 문화미디어체육부(DCMS) - 프랑스영화위원회 간 인적교류
 - 문화미디어체육부는 문화산업의 전략적 국제협력을 위한 Production Finance Market(PFM)팀을 구성, 프랑스영화위원회(Ile de France Film Commission)와 협력
 - 프랑스 내 제작자와 후원자를 모집하여 양국의 우수 영화 인력 육성 및 인적교류 확대 모색

<스크린 쿼터제>

- 영국은 스크린 쿼터제를 가장 먼저 시행했던 국가로, '27년 영화법(Cinematograph Act)을 통해 영국 내 모든 극장에 자국산 영화 80%이상 상영 의무를 규정했으나, 현재는 폐지
- 이후 스크린 쿼터 유사법이 전 세계로 전파되었으나, 오늘날에는 대부분의 국가에서 폐지하여, 현재는 한국을 포함한 7개국에서만 유지되고 있음

□ 주요 지원기관 개요

기관명		British Film Institute
소재지		런던, 영국
설립연도		1933년
중점분야		· 영국 영화산업 홍보를 목적으로 설립, 영상물에 대한 예술적/상업적 교육(대중계몽/영화산업 종사자 기술교육 모두 포함) 및 연구 지원 · 영상물을 직접 배급할 뿐만 아니라, 지역 영화관 네트워크에 대해 책임을 지며, 사실상 영국 영화산업과 정부, 소비자 모두의 이해 관계를 조정하는 기관. '12~'17년 기간 동안 영국 영화산업 지원을 위한 'Film Forever' 정책 시행
Film Forever 주요 지원 사업	금융	영국 문화미디어체육부의 예산지원을 통해 '17년까지 1만개의 공공 영상기록물을 디지털화(990만 파운드 투입)
	개발제작	프로덕션 기술 및 장비 지원(3,230만 파운드)
	마케팅	국제시장 진출 전략 컨설팅(160만 파운드)
	기술	개별 신청을 통해 영화제작자에게 영화기술 교육 서비스 지원
인력양성	사립학교 등 민간교육기관과의 협력으로 '17년까지 영국 5~19세 아동의 25%를 대상으로 영화 교육 시행(4,420만 파운드 투입)	
연락처		전화: +44 (0)20 7255 1444 웹사이트: www.bfi.org.uk

다. 한-EU 문화협력 성공사례

□ 한국 애니메이션 캐릭터 완구의 직수출 사례

- 한국 오로라월드 제작 애니메이션인 ‘유후와 친구들(Yoohoo & Friends)’의 캐릭터 완구가 영국에 직수출된 사례가 있음.

작품명		유후와 친구들(Yoohoo & Friends)
		
제작국	국가	한국(100%)
콘텐츠	제작사	오로라월드
	애니메이션 작업	엔싸 엔터테인먼트
	음악	루시미디어
	내용(소재)	환경보호를 주제로 하는 모험 장르의 이야기 - 주인공들이 희귀동물들로 구성(갈라고 원숭이인 ‘유후’를 비롯, 사막여우, 붉은 다람쥐 등) - 생명의 나무 씨앗(“그린”)이 지구로 날아가 고향세계가 시들어가, 지구에서 주인공들이 씨앗들을 하나씩 모은다는 설정으로 자연환경 복구의 중요성을 강조하는 메시지 - 악당역은 “신비의 샘물”을 돈벌이에 이용하려고 하고 공장을 세우기 위해 동물들을 몰아내는 등, 현대 자본주의 산업문명이 일으키는 환경파괴의 위험성을 묘사
	 	
진출사례	- 2007년 : 영국 유명 백화점 Harrods의 완구매장에 입점 - 2011년 : 영국 ‘Independent Toy Awards’ 최고 봉제완구상 수상 - 2012년 : 영국 완구 전문점 Hamley's에 입점(한국 최초로 메인 윈도우 진열)	

□ 영국과 EU 역외국가의 문화협력 성공사례

작품명		해리 포터(Harry Potter) 시리즈
		
합작국	(영국)	(60% 기여) 콘텐츠(원작소설), 배우, 촬영장소
	(미국)	(40% 기여) CG 작업, 스튜디오, 자본, 배급
콘텐츠	제작시기	2001~2011년
	방영시기	2001~2011년
	종류(매체)	영화극장
	내용(소재)	영국에서 일어나는 가상의 마법세계와 주인공들의 성장기를 다룬 판타지 드라마
		
성공 요인	요인 1	역사상 성경책 다음으로 가장 많이 팔린 책인 원작소설의 인기 ('15년 기준 25억달러)
	요인 2	어린이들이 좋아할 마법의 세계를 다룬 점
	요인 3	영미권 소비자들이 동경하는 영국적인 기숙학교 청소년 성장 스토리

라. 영국 영상 마켓 행사 정보

□ 런던 필름 페스티벌

행사명	London Film Festival
개최장소	영국 런던
개최주기	매년 10월
개최일	2016.10.5. ~ 16('15년에 58회)
규모	영국 최대의 국제 영상물 행사
주최기관	British Film Institute
내용	약 50개국 300여개 이상의 영상물이 상영되고 판권계약이 이루어짐
연락처(전화)	+44 (0)20 7255 1444
홈페이지	www.bfi.org.uk/lff

□ 런던 국제 애니메이션 페스티벌

행사명	London International Animation Festival
개최장소	영국 런던
개최주기	매년 12월
개최일	2016.12월
규모	영국 최대 애니메이션 전문 산업 행사
주최기관	사단법인 LIAF(행사와 동명의 기관), 2011년 설립
내용	'15년 기준 약 200여개의 애니메이션 작품이 출품 신생 축제임에도 불구하고 세계적으로 권위 있는 애니메이션 행사로 인식되어 전 세계 최고 기업들 및 감독들의 데뷔무대가 되기도 함
연락처(메일)	info@liaf.org.uk
홈페이지	www.liaf.org.uk

7. 독일

가. 독일 시청각물 및 게임 산업 동향

□ 시청각물 및 게임산업 개요

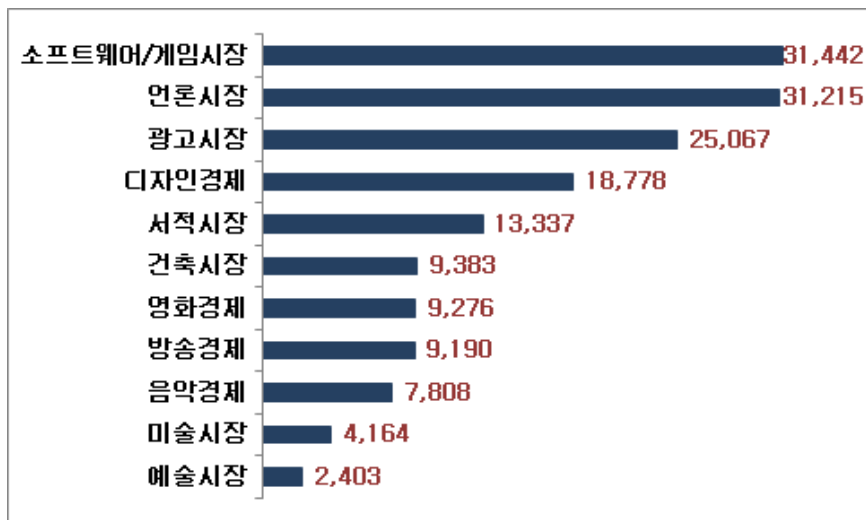
- (시장 규모) '14년 독일 문화-창조경제산업* 총 매출은 1,462억 8,500만 유로이며, 지난 '10년 동안 연간 평균 2.1% 증가

* 독일은 음악, 문학, 미술품, 영화 및 TV 제작, 전시회 및 방송, 공연예술, 디자인, 건축, 언론, 게임 등의 분야를 '문화 창조경제'로 규정

- 이 중 소프트웨어 및 게임이 21.5%로 최고 비중 차지, 이어 언론, 홍보, 디자인, 서적, 영화산업의 순
- 영화와 방송산업 매출은 각각 92억 7,600만 유로, 91억 9,000만 유로로 7, 8위 차지

<독일 문화-창조경제산업 분야별 매출('14)>

(단위: 백만 유로)



자료원: 연방정부의 문화-창조경제산업 이니셔티브

① 애니메이션

- (어린이용 채널) 독일 내 어린이용 TV 채널은 다수이며, 시장점유율은 Super RTL(22.2%), Kika(17.9%), Disney Channel(10%), Nickelodeon(8.3%)의 순서

- (매출) '09년 TV 애니메이션 1,910만 유로, 애니메이션 영화 4,420만 유로*로 애니메이션 영화 제작 비중이 약 2.3배 높은 편
- * 동 데이터는 비정기 집계 데이터로, Hamburg Media School과 제작사연합(Produzentenallianz)의 조사 집계 발표 수치
- (수입) 대미 콘텐츠 수입이 급증세이며, 독일 방송 스튜디오 내 더빙 및 음향 작업을 거쳐 상영
- (공동제작) 일부 공동제작 콘텐츠는 EU 국가와의 공동 투자를 통해 제작

② 방송콘텐츠(TV, 드라마)

- (매출) 독일 방송콘텐츠 분야 매출은 완만한 상승세이며, TV 산업 매출은 총 253억 유로로 유럽 내 1위
- '15년 독일 엔터테인먼트 미디어 분야 매출 694억 300만 유로(전년 대비 2% 증가), '16년 713억 2,100만 유로로 2.8% 증가 전망(PwC)

<유럽 주요국 TV 산업 매출 현황>

(단위 : 억 유로)

순위	국가	매출액
1	독일	253
2	영국	174
3	프랑스	104
4	이탈리아	76
5	스페인	39

자료원 : VPRT(민간방송 및 텔레미디어협회) 및 OFCOM International Communications Market Report 2015

- (장기 방영) 독일 제작 방송콘텐츠는 장기 포맷이 주를 이룸
- 독일 내 인지도가 가장 높은 TV 드라마 중 하나인 'Lindenstrasse'는 '85년 첫 방영~'16년 1월 종영 예정(총 31년), 'Gute Zeiten und schlechte Zeiten' '92년 첫 방영 후 지속 방영 중
- (포맷 수입) 독일 제작 방송콘텐츠는 인기가 높지 않아 미국이나 유럽 내 콘텐츠 포맷 구입이나 드라마 수입이 일반화

moviepilot, 현재 독일 인기 Top TV 시리즈물 모두가 영미 TV 시리즈물(The Walking Dead(미), Supergirl(미), Marvel's Daredevil(미), Breaking Bad(미) 등)

③ 영화

- (매출) '15년 독일 영화산업 매출은 약 82억 9000만 유로로 추정, 향후 점진적인 상승세와 더불어 '18년 91억 유로 규모로 성장 전망
- (영화제작 지원 우세) '15년 독일영화진흥펀드(DFFF)를 통해 지원된 영화는 총 107편으로, 이 중 영화가 78편, 다큐멘터리가 26편, 애니메이션 영화가 3편
- (공동제작) 'Creative Europe'의 영화제작 지원제도를 중심으로 유럽 역내 국가간 공동제작 활성화
- (공동 제작 협정) 특히 독일은 총 21개국*과 영화 공동제작 협정을 체결하여 문화산업 진흥 촉진

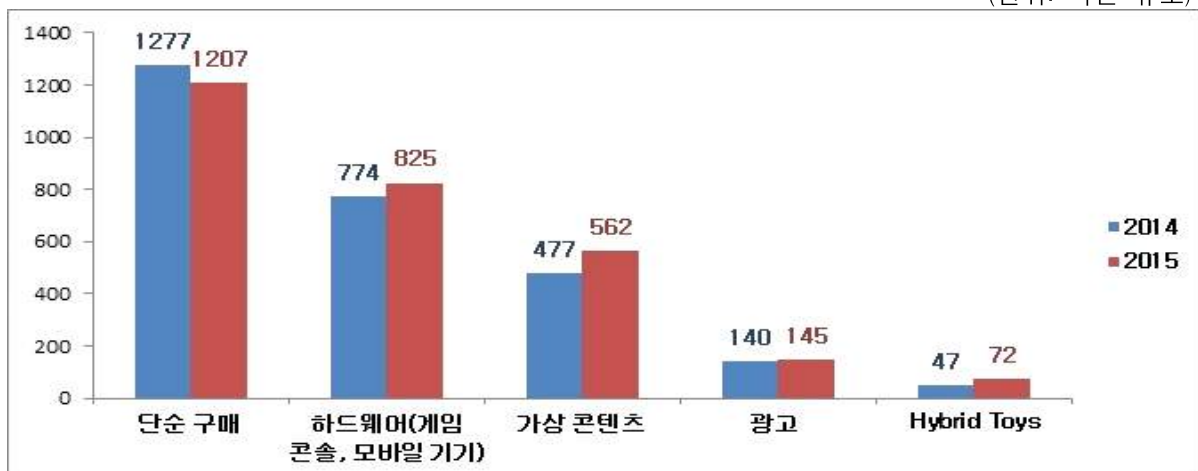
* 아르헨티나, 호주, 벨기에, 브라질, 프랑스, 영국, 인도, 이스라엘, 이탈리아, 캐나다, 룩셈부르크, 뉴질랜드, 네덜란드, 포르투갈, 러시아, 스웨덴, 스페인, 남아프리카, 헝가리, 오스트리아, 스위스 등), 중국과 현재 협정 협상 중

□ 게임

- (시장규모) 독일 게임시장은 유럽 내 영국에 이어 2대 시장으로 독일 게임 산업은 독일 문화-창조경제의 중심적인 위치 점유
- '15년 컴퓨터 및 비디오 게임시장 규모는 28억 유로로 전년대비 4.5% 증가
- 특히 콘솔 게임은 전년대비 6.5% 성장하는 등 성장세가 두드러짐.

<2014~2015 독일 디지털 게임 시장 현황>

(단위: 백만 유로)



자료원 : 연방 인터랙티브 엔터테인먼트소프트웨어협회(BIU: Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware)

- 콘솔 및 PC 게임은 X-Box, 닌텐도, 블리자드 등 글로벌 기업이 선도
- 최근 들어 온라인 모바일 게임 트렌드 확산과 더불어 닌텐도 등은 스마트폰 게임 분야에서 후발 주자로 전략
- 아울러 'Hybrid Toys*'로 불리는 무료 게임이 뚜렷한 성장세
 - * 초기 사용자에게는 무료로 제공되다, 추가 게임 레벨 또는 개별로 원할 경우 비용을 지불하게 되는 게임
- 이 외에도, 슈팅 및 TCG(Trading Card Game) 등의 단순 게임과 더불어 MMORPG(대규모 다중 사용자 온라인 전략게임) 등이 인기몰이
- (고용) 총 고용인원 12,726명, 총 450여 개 기업, 이 중 276개 기업이 게임 개발, 67개가 퍼블리셔 기업, 107개 기업이 개발 및 퍼블리셔

나. 독일 문화콘텐츠 산업 지원 제도

□ 독일 문화-창조경제* 이니셔티브

- (도입) '07년 이래 문화-창조경제 이니셔티브 시행
 - 독일은 음악, 문학, 미술품, 영화 및 TV 제작, 전시회 및 방송, 공연 예술, 디자인, 건축, 언론, 게임 등의 분야를 '문화 창조경제'로 규정
- (주관) 연방경제기술부(BMWi) 및 연방정부의 문화미디어 전담부
- (지원 목적) 문화-창조경제를 통한 지식기반의 경제 창출과 관련 산업 분야 혁신
- (지원 내용) 해당 분야 전문 예술가와 기업 지원
 - 예술 분야 종사자에게 세금과 법조항에 관한 노하우 전수
 - 저작권 관련 문제점에 대한 사전 대응 지원
 - 소기업에 특화된 자금대출 제도(Mikrokreditfonds Deutschland) 운영
 - 외부 투자기업 유치, 수출기업 지원 등

○ (지원 유형) 크게 재정, 창업, 전시, 법률 및 컨설팅 지원으로 분류

지원 유형	세부 내용
재정 지원	· 은행 신용 대출 · 참여지분(창업펀드, 개인투자자를 통한 지원) · 보증 · 자기자본 · 소자본 지원(Mikrokredite) · 클라우드 펀딩: 인터넷 커뮤니티를 활용해 자영업 실현을 위한 자금 모금(사회, 문화, 예술 프로젝트에 대한 금융 제공, 자영업자나 개인 목적의 신용대출, 스타트업에 대한 투자) · 스폰서링: 개별적 예술 프로젝트 재정 지원 및 장기간에 걸친 문화 프로젝트나 예술가, 문화기관 지원 · 장학금 수여 · 경연대회 및 각종 시상
창업 지원	연방노동청(BA)를 통한 창업, 실업, 신규 취업자 지원
전시 지원	· 전시회지원: 혁신 기업의 신규 개발 제품 출시 지원(행사, 디자인, 광고, 음악시장 관련) 및 해외 전시 지원 · 프로젝트 지원, 예술가의 전시지원: 연방, 연방주, 지자체, 문화기관 및 각종 재단, 협회, 펀드, 미디어 분야를 통해 직접 지원
법률 및 컨설팅 지원	· 컨설팅 상담

□ 재정지원 : 독일영화진흥청 독일영화진흥펀드(DFFF: German Motion Picture Fund)

- (개요) '07년 연방정부 주도로 시작, 국제 공동 제작뿐만 아니라 다양한 장르의 중소 제작물 지원
- (지원 분야) 모든 장르의 영화 제작, 시나리오, 공동 제작, 배포-마케팅, 영화관, 추가 복사, 비디오, 독일영화유산의 디지털화 등
- (지원규모) '15년 독일영화진흥펀드(DFFF) 차원의 총 지원규모는 6,140억 유로
 - 이 중 독일 내 공동 제작 2,850만 유로, 국제공동제작 3,280만 유로로 국제공동제작 비중이 독일 공동 제작을 상회

- (지원예산) 연간 영화 프로젝트에 5,000만~7,000만 유로 지원
 - 독일 제작비용의 최대 20%까지 지원
- (지원관할) 아래 별도 기관과의 협업 하에 지원되며, 공동 예산지원도 가능
 - Deutscher Filmförderfonds(DFFF)
 - BKM(연방정부의 문화미디어청) 지원 프로그램(영화 복사판 배포를 위한 지원 포함)
 - EURIMAGES 유럽영화지원펀드('16.3.31일 이후 연방문화미디어부에서 관할)
 - * '88년 설립 이래 4억 6,200만 유로 규모, 총 1,522개 프로젝트 공동제작 지원
 - 어린이를 위한 네트워크(Ein Netz für Kinder)
 - German Motion Picture Fund

<지원 유형별 지원 규모('14)>

(단위 : 만 유로)

	유형	지원금액
1	레퍼런스영화(Referenzfilm)* 제작 지원	1,500
2	프로젝트 영화관지원	1,190
3	기타지원	586
4	프로젝트 임대지원	552
5	프로젝트 영화지원	513
6	비디오프로그램 제공기업 지원	391

* 독일영화진흥법(FFG)에 근거해 제작 지원 신청 영화에 대한 최소 15만점 이상 도달시 레퍼런스 영화로 분류

- (주요 성과) 총 15개 시나리오와 2개의 트리트먼트(Treatments, 영화 소재)에 총 33만 5,000유로 지원
 - '16년 3.18 독일-프랑스지원위원회 프로젝트 5개 프로젝트 제작지원에 100만 유로 지원
 - '16년 3.18 독일-프랑스지원위원회, 2개의 애니메이션 영화 제작에 21만 유로 지원

○ 주요 지원프로그램

1) 레퍼런스 영화제작 지원

분류	내용
지원 대상	독일 소재 제작사 및 독일 소재 해외기업의 지사
지원 분야	영화, 시나리오, 영화관, 시상, 비디오 등
지원 방식	현금 지원
지원규모	1,500만 유로('14년), 편당 최대 지원금액: 200만 유로
법적 근거	독일영화진흥법(FFG) (1968. 1.1 도입, 최근 2014. 1.1 개정) 22조
선정 방식	· 동 지원은 제작 후 지원프로그램 · 선정 절차상 점수제, 특히 영화티켓 판매수와 자국 또는 국제 주요 영화제의 성공 정도를 평가(5만~20만 점 획득 가능) · 최소 15만 점 달성 시, 800만 유로 이하의 제작비용이 소요 되는 영화의 제작자에게 보조금 지급 · 독일영화상 또는 아카데미상, 칸, 베를린, 베니스 영화제 수상시 20만 점 · 유럽 영화제 수상, 또는 국제 유명 영화페스티벌 수상, 독일영화상 또는 아카데미상 노미네이트, 칸, 베를린, 베니스 영화제 주요경쟁부문 참여 10만점 · 기타 국제 주요 영화페스티벌 참가 또는 유럽 영화제 노미네이트시 5만점
지원신청	동 기관 홈페이지(온라인) http://www.ffa.de/produktion.html#cpid5399
첨부 서류	독일어 시나리오, 상업등록 및 영업등록 증명, 로그인 후 내용 기업, 비용 견적, 금융 및 재정 계획서, 확보한 권한 증명(저자와 계약), 임대 관련 계약, 마케팅 콘셉트, 촬영 계획서, 스태프 및 영화 담당자 리스트, 신청자의 필모그래피, 후속양성인력 고용 관련 증명, 경우에 따라 합작 계약서

2) 프로젝트 영화 제작 지원

분류	내용
지원 대상	독일 소재 제작사 및 독일 소재 해외기업의 지사
지원 분야	신규 영화 프로젝트, 독일 영화관 프로젝트와 국제 협력 제작, 최소 79분 방영물(어린이 영화의 경우 59분)
지원 방식	대출
지원규모	'14년 513만 유로
법적 근거	독일영화진흥법(FFG) 32~39조
선정 방식 및 유의사항	· 지원 결정은 연 4회 모임을 갖는 별도 위원회에서 지원 결정 · 신청 기한은 FFA 홈페이지에서 공고(필히 준수 필요)
지원신청	'14년 1월 이래 온라인상으로 신청 가능 https://ffa-projektfilm.ffa.de/login.php?logout=1 (로그인후 온라인 신청 가능)

분류	내용
첨부 서류	독일어 시나리오, 시놉시스, 영화 관련 계약 증명, 비용 견적, 금융 및 재정 계획서, 독일 내 (영화) 임대 승인서 및 마케팅 콘셉트, 촬영 계획서, 스태프 및 영화 담당자 리스트, 신청자의 필모그래피, 상업등록 및 영업 등록 증명, 경우에 따라 합작 계약서, 프로젝트 관련 기타 요건(음악, 트레일러, 영상화 지원 등)

3) 독일-프랑스 프로젝트개발 펀드 지원

분류	내용
도입 목적	독일-프랑스 프로젝트개발 펀드 확대
지원 대상	독일과 프랑스 소재 제작사
지원 분야	신규 프로젝트 개발
지원 방식	대출
지원 예산	각국 당 최대 50만 유로(프랑스 Centre National de la Cinématographie (CNC)에서 50% 부담)
지원규모	각 협력 제작사 소속 국가 협력제작 비중의 최대 20% 최대 5만 유로와 개발을 위한 소요 금액의 70% 상회 불가
법적 근거	독일영화진흥법(FFG) 31, 32조
선정방식 및 유의사항	- 연 3회 개최되는 독일-프랑스 위원회(독일과 프랑스 회원 각 각 3명)에서 결정 - 재정계획서상 제작사의 자가 부담 (최소 5%) 기입 필요
지원신청	FFA, CNC http://www.ffa.de/produktion.html#cpid5399
첨부 자료	- 신청서 총 4부 첨부 - PDF 유형으로 저장된 모든 양식이 담긴 CD 1개 - 최소 양국 제작사간 공동 개발을 위한 협약 전제 - 독일어 시나리오 - 공동 개발 계약서(영어 또는 프랑스어도 가능)

4) 프로젝트 임대 및 서비스 지원

분류	내용
지원 대상	제작사
지원 분야	영화 복사 비용, 마케팅 비용, 영화 광고, 해외 영업 관련 비용, 기타 홍보 비용, 어린이 영화 임대에 따른 별도 소요 비용
지원 방식	대출 및 현금 지원
지원 규모	- 기본적으로 최대 60만 유로 규모의 임대 비용에 대해 선 지급 - 건당 최대 15만 유로 - 단편 영화 신규 시장 진출을 위해 추가 10만 유로 지원 가능 '14년 552만 유로

분류	내용
법적 근거	독일영화진흥법(FFG) 53~55조
선정방식 및 유의사항	- 연 5~6회 개최되는 자체 임대/마케팅 위원회에서 결정 - 트레일러 보급이나 영화 포스터 보급 이전에 지원 신청 완료 필요
지원신청	온라인 신청서 작성 및 첨부 자료 송부
첨부 자료	- 신청서 및 관련 문서 6부 - 총 소요 비용 제시 - 재정 계획서(자가 부담 최소 총 비용의 30%) - 영화관 버전의 DVD판 - 마케팅 콘셉트 - 임대 또는 영업 계약 및 영화 보증의 규모, 방식, 지불금 증명 - 연방경제수출관리청(BAFA)의 임시 프로젝트 증명서(영화진흥법에 의거해 '독일 영화' 증명) - FSK(영화산업의 자발적인 자체 규제) 인증 증명서 - 제작사 서명(영화진흥법 20조* 차단기한 준수 관련) * FFA 지원 수혜 영화는 영화관 상영 후 일정 기간 경과 후 TV나 DVD 비디오 등의 기타 경로로 평가 가능, 영화 개봉 후 5개월(예외적으로 4개월까지)까지 차단 기한 35mm의 복사판 및 독일 영화보급판의 DCP(디지털 복제판) 제시

○ 국내물 보호제도 : TV 방송 콘텐츠 방송 쿼터

- 법적 근거 : EU 법령 2010/13/EU 및 EU 시청각미디어 서비스 지침(AVMSD: Audiovisual Media Services Directive; AVMSD)
- EU 차원에서 TV 방송국의 총 방송 시간의 최소 10% 또는 유럽 제작 방송 프로그램에 대해 10%의 예산 사용 의무 규정

다. 독일의 문화협력 성공사례

□ 한국과 독일 합작 사례

○ 사례 1: 상처받은 용(가제)

합작국	(한국)	(기여내역) 공동제작(총 80억 원, LJ 필름), CJ엔터테인먼트 배급
	(독일)	(기여내역) 공동제작(총 80억 원, 판도라 영화사)
콘텐츠	제작시기	2006년
	방영시기	2007년(예정이었으나 미상영)
	종류(매체)	극장
	내용(소재)	한국이 낳은 세계적인 작곡가 윤이상(1917~1995)의 삶을 조명, 윤이상의 예술혼 부각

* 지원 수혜 내역은 없으며, 미상영 되었음

□ EU 국가와 EU 역외국가의 합작 사례

작품명		스파이 브릿지(Bridge of Spies)
합작국	(독일)	(기여내역) 제작, 기술(로케이션)
	(미국)	(기여내역) 감독, 공동 제작
콘텐츠	제작시기	2014. 10~12월
	방영시기	2015. 10.16 (미)/ 2015. 11.26 (독)
	종류(매체)	극장
	내용(소재)	역사상 가장 영리한 스파이 교환 작전 - 줄거리: 미·소 냉전기, 미국 내 반공운동이 때에 적국의 스파이를 변호하고 스파이 맞교환이라는 사상 유래 없는 비밀 협상에 나선다는 내용
		
지원 수혜 내역	지원기관	독일 영화진흥청(FFA)/ 독일영화지원펀드(DFFF), MFG 영화지원, 베를린-브란덴부르크 미디어보드(Das Medienboard Berlin-Brandenburg) 공동
	지원내역	· 공동 제작(Steven Spielberg, Marc Platt, Kristie Macosko Krieger) · 독일영화지원펀드(DFFF), MFG 영화지원, 베를린 브란덴부르크 미디어 보드 등이 공동 제작 지원(65만 유로, 이중 25만 유로는 영화 복사판 배포를 위한 선금 지원, 40만 유로 광고지원) · 독일 영화스튜디오 바벨스베르크(Babelsberg) 영화계 인력 400명 동원(이 중 150명 무대 제작 참여) · 독일 포츠담, 베를린 등에서 촬영 · 독일 영화배우(Sebastian Koch, Michael Schenk, Burghart Klaußner, Maximilian Mauff) 참여
성공 요인	요인 1	탄탄한 스토리와 현장감을 살린 영화 촬영(역사 재연)
	요인 2	스티븐 스피버그 감독을 위시한 뛰어난 제작진 * 2016년 미 아카데미상 최우수 남우주연상(Mark Rylance) 수상 및 6개 부문 노미네이트
	요인 3	성공적 협업

작품명		런치 박스(Lunchbox)
합작국	(독일)	(기여내역) 공동 제작(제작비 지원)
	(인도)	(기여내역) 감독, 기술(로케이션)
	(프랑스)	공동 제작(제작비 지원)
콘텐츠	제작시기	2012~2013년
	방영시기	2013.9.20 (인도), 2013.11.21 (독일)
	종류(매체)	극장
	내용(소재)	뭍바이에 사는 평범한 주부가 우연히 정년 퇴임을 앞둔 중년의 외로운 회사원에게 남편에게 줄 도시락을 잘못 배달하게 되면서 친구가 되어 연인으로 발전하는 이야기
		
지원 수혜 내역	지원기관	Medienboard Berlin-Brandenburg
	지원내역	50만 유로
성공 요인	요인1	동 작품의 시나리오 작가이자 감독인 바트라(Batra)는 2012년 베를린 국제 영화제 지원프로젝트를 통해 국제 협업
	요인2	탄탄한 시나리오를 토대로 한 작은 사랑이야기를 맛보고, 느낄 수 있는 영상으로 구현(런치박스 칸 영화제 비평가 주간 관객상 수상)

작품명		美 스릴러물 'Homeland' 시즌 5
합작국	(독일)	(기여내역) 제작, 기술(로케이션), 인력* * 500명의 영화 관계자(총 74명의 독일 배우 포함) 외 다수의 서비스 기업(총 5,500명의 엑스트라 포함)이 총 12회분 방영물 제작 참여
	(미국)	(기여내역) 감독, 제작
콘텐츠	제작시기	2015. 6~11월말
	방영시기	2016. 4.3. 첫 방영(SAT 1)
	종류(매체)	TV
	내용(소재)	알카에다에서 감금된 미군들이 구출되면서 일어나는 이야기로 알카에다의 은신처에서 10년간 감금되었던 미군들이 구출됨. 미국에서 영웅이란 칭호를 얻으며 금의환향하게 되나, CIA 여성 요원은 이 군인들 중 한 명이 알 카에다에게 감금시절 세뇌당해 미국본토를 향한 테러계획을 세우고 있다는 정보를 입수하게 되며 상황이 급변
		
지원 수혜 내역	지원기관	베를린 브란덴부르크 미디어 보드(신규 시리즈물에 대한 지원 프로그램)
	지원내역	· 100만 유로 + 부분적 대출 · 베를린-브란덴부르크 지역 내 100여 개 지역 6개월간 촬영지로 제공
성공 요인	요인 1	현재 전 세계에서 발생하는 테러를 주제로 방청객의 높은 관심 유도
	요인 2	양국 공동 협업으로 독일 내 높은 인기, 특히 독일 내 역사적으로 이름난 배경으로 현장감 제고, 특히 베를린 인근 지역 내 촬영을 통해 매우 독특한 영화 배경 제공
	요인 3	다양한 배급경로(iTunes, Amazon Instant Video, Maxdome, Videoload, Xbox Video 및 Sony Playstation Network) 확보

라. 독일 영상 마켓 행사 정보

□ 베를린 국제 영화제

행사명	베를린국제영화제 (Berlinale: Berlin International Film Festival)
개최장소	독일 베를린
개최주기	매년
개최일	2017. 2.9~2.19
규모('16년)	총 영화 관람객수 : 50만 3,900명 입장권 판매수 : 33만 5,986개 전문 영화인 방문객수 : 122개국 16,770명 상영된 유럽 영화수 : 784개 연간 예산 : 2,300만 유로(이 중, 독일정부 문화 미디어부가 670만 유로 지원)
주최기관	Berlin International Film Festival International Forum of New Cinema
내용	· 1951년 동서화합을 기치로 내걸고 당시 분단 상태에 있던 독일의 통일을 기원하는 영화제로 처음 개최('16년 제66회) · 베니스, 칸, 모스크바와 더불어 국제영화제제작자연합에서 공인한 A급 영화제 · 최우수작품상인 금곰상[金熊賞], 감독상인 은곰상, 심사위원 대상, 남녀 연기상, 예술공헌상, 최우수 유럽영화상 등 여러 부문에 걸쳐 시상
연락처(메일)	info@berlinale.de
홈페이지	https://www.berlinale.de

□ 쾰른 게임 전시회

행사명	쾰른 게임 전시회 Gamescom
개최장소	독일 쾰른
개최주기	매년
개최일	2016. 8.17~21
규모('15년)	독일 최대의 게임 전시회이자 인터랙티브 오락전자기술 분야 세계 최대 전시면적 193,000 m ² , 전시참가기업 수 96개국 806개(+14%) (해외 기업 비중 65%), 전시 방문객수 34만 5,000명
주최기관	쾰른 메세(Koelnmesse GmbH)
내용	· 인터랙티브 게임 분야 세계 최대의 전시회로 각종 비디오·컴퓨터·콘솔 게임이 출품 · 전시회 외에 컨퍼런스 Game Developers Conference Europe도 개최되며, 전시회 기간 중 Entertainment area에서는 신제품을 시연, 명실상부한 세계 게임기업의 각축장
연락처(메일)	info@koelnmesse.de n.funk@koelnmesse.de p.schulz@koelnmesse.de
홈페이지	http://www.gamescom-cologne.com

마. 주요 지원기관 개요

기관명		독일 애니메이션영화 연구소
소재지		드레스덴(Dresden)
설립연도		1993. 11.16
중점분야		독일 애니메이션영화 기록물 보관, 학술 연구 및 국제 컨퍼런스 개최, 독일 애니메이션영화 지원, 관련 업계 네트워크 형성, 국내외 영화 상영 및 발간물을 통해 독일 애니메이션 인지도 제고
주요 지원 사업	마케팅	영상물 기록 및 보관, 학술연구, 국제 컨퍼런스 및 워크숍 개최
	인력양성	해당사항 無
주요 성과물		· '15년 4.17~'16년 3.28일 DIAF 전시회 개최 · DIF는 약 1,500개의 애니메이션영화를 온라인(diafip.diaf.de) 상으로 공개 · '05년 Society for Animation Studies와 공동 국제 컨퍼런스 개최 · 폴란드 크라카우 예술 아카데미에서 국제 애니메이션 영화 워크숍 개최
연락처		www.diaf.de Tel : +49-351-3119041 Fax : +49-351-3119050

기관명		독일 영화진흥청 (FFA: Filmförderungsanstalt) / German Federal Film Board
소재지		독일 베를린(Berlin)
설립연도		1968. 3.6
중점분야		각종 영화 관련 지원 실무
주요 지원 사업	금융	독일영화지원펀드(DFFF), German Motion Picture Fund, EURIMAGES(유럽영화지원펀드) 운영 및 관리
	개발제작	신규 영화 제작 및 시나리오 지원 프로그램 BKM(연방정부의 문화미디어청) 지원 프로그램 어린이를 위한 네트워크(Ein Netz für Kinder)
주요 성과물		· 총 15개 시나리오와 2개의 트리트먼트(Treatments, 영화 소재)에 총 33만 5,000유로 지원 · '16년 3.18 독일-프랑스지원위원회 프로젝트 5개 프로젝트 제작지원에 100만 유로 지원 · '16년 3.18 독일-프랑스지원위원회, 2개의 애니메이션 영화 제작에 21만 유로 지원
연락처		Tel. : +49 (0)30-27577-0 팩스 : +49 (0)30-27577-111

기관명		연방정부의 문화미디어청(BKM: Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien)
소재지		독일 베를린(Berlin), 본(Bonn)
설립연도		1998년
중점분야		프로젝트 개발, 프로젝트 제작지원, 시나리오 지원, 영화보급지원 * 연간 예산 14억 유로('16년)
주요 지원 사업	개발제작	영화지원(독일영화상, 독일단편영화상, 독일 시나리오상, 독일영화관 프로그램상, 혁신상 등 시상)
	마케팅	영화 확대보급 지원(복사판 보급 지원)
	인프라	2014/2015 1회성으로 소규모 영화관의 DCI 설비 지원
주요 성과물		'07년 독일 영화지원펀드 발족, 연간 6,000만 유로 지원
연락처		<본(Bonn) 사무실> Tel. : +49-(0)228-99 681-3543 팩스 : +49-(0)228-99 681 5 3608 E-Mail : Poststelle@bkm.bund.de <베를린(Berlin) 사무실> Tel. : +49-(0)228-99 681-3543 또는 +49-(0)30-18 681-3543 팩스 : +49-(0)30-18 681 5 3608 E-Mail : Poststelle@bkm.bund.de

기관명		바이에른주 영화 TV 펀드 (FFF(FilmFernsehFonds) Bayern)
소재지		독일 뮌헨(München)
설립연도		1996.3.1
중점분야		영화 및 TV 영화 제작 지원, 관련 컨설팅 및 정보제공
주요 지원 사업	금융	경제적 성공이 예상되는 영화에 대해 바이에른 은행 펀드를 통한 신용대출 제공
	개발제작	시나리오 지원, 프로젝트 개발지원, 극장 지원, 국제 협력 영화제작 지원 등
	마케팅	영업지원(영화 복사판 제작, 광고 및 마케팅 비용 및 영업 비용 대출, 총 비용의 50%)
	인프라	극장지원: 극장의 현대화, 설비 개선, 디지털화 등
	인력양성	인력양성 지원
주요 성과물		· '16. 3.14~3.18 美 샌프란시스코에서 개최된 'Game Developers Conference' 참석 · '16년 독일 컴퓨터게임상(DCP) 노미네이트, 총 326개 작품과 97개 후속양성인력 작품 중 36개 작품 선정(4월 중 시상식 개최) · 바이에른주의 미디어 입지 강화와 네트워킹을 위해 '06 ~ '12년 오디오·영상미디어 클러스터(CAM) 유치
연락처		Tel. : +49-89-544602-0 팩스 : +49-89-544602-21 E-Mail : filmfoerderung@fff-bayern.de

기관명		연방 인터랙티브 엔터테인먼트소프트웨어협회 (BIU: Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware)
소재지		독일 베를린(Berlin)
설립연도		2005.4.7
중점분야		독일 게임산업 지원, 특히 어린이 청소년보호 지원, 미디어 역량 지원, 데이터 및 소비자 보호 지원
주요 지원 사업	금융	창업 및 Start-up 지원
	개발제작	미디어 분야 시상(독일 컴퓨터게임상)
	인프라	직업교육 분야 인프라 개선
	인력양성	디지털 게임 개발과 상용화 관련 주제에 대한 평생교육, 특히 게임디자인, 영업모델, 국제화, 법률 분제, 마케팅을 주제로 한 행사 개최, BIU 회원은 무료
주요 성과물		'09년 이래 독일 게임 전시회 gamescom 지원 '16. 4.7 독일 컴퓨터 게임상 수여 '16. 4.5 BIU 아카데미 'Game Design' 개최
연락처		Tel. : +(49)-(0)30 240 87 79 - 0 팩스 : +(49)-(0)30 240 87 79 - 11 E-Mail : info@biu-online.de

기관명		베를린-브란덴부르크 미디어보드 (Das Medienboard Berlin-Brandenburg)
소재지		독일 포츠담(Potsdam)
설립연도		2015년
중점분야		모든 장르의 시리즈물 개발 및 제작 지원
주요 지원 사업	개발제작	영화, 인터랙티브 및 혁신 제작물, 시리즈 제작물, 어린이 프로젝트 등 독일-프랑스 지원프로그램의 파트너
	마케팅	유럽 영화의 글로벌 보급 지원 온라인 보급 지원
	인력양성	관련 분야 인력 양성 지원, 장학금 지원
주요 성과물		· TV 시리즈 'Babylon Berlin' 제작 지원 예정 · 동 기관의 지원제작물 'Bridge of Spies' 2016년 미 아카데미상 최우수 남우주연상(Mark Rylance) 수상, 6개 분야 노미네이트 · 독일 베를린 포함 브란덴부르크주는 TV 제작 관련 선도지역 (2,000개 이상의 TV 기업 소재, 연 매출 10억 유로) · '16년 5.2~6일 MEDIA CONVENTION Berlin (MCB) 개최 예정 * 독일 베를린 포함 브란덴부르크주는 연간 300여 편의 영화 제작과 더불어 독일 영화 입지 Nr. 1 * 총 1,800개 이상의 영화기업 소재, 연간 매출 약 9억 유로 * 70개 이상의 영화제 및 시상식 개최
연락처		Tel : +49-(0)331-743 87 -0 팩스 : +49-(0)331-743 87 -99 E-Mail : info@medienboard.de 홈페이지 : www.medienboard.de

기관명		MFG 미디어와 창조경제 혁신에이전시 (MFG Innovationsagentur Medien- und Kreativwirtschaft)
소재지		독일 슈투트가르트(Stuttgart)
설립연도		1995년
중점분야		게임, 앱 및 인터랙티브 콘텐츠 지원
주요 지원 사업	개발제작	Digital Content Funding (DCF) 지원 관할, 특히 교육 문화적 고가치 컴퓨터 게임과 인터랙티브 제품 관련 개발 및 제작 지원
	인력양성	일부 경연 대회 수상시 코칭 및 멘토 프로그램 제공
주요 성과물		아이디어 경연대회 'BW Goes Mobile 2016' : 최우수 모바 일 앱, 팀, 또는 개인 대상으로 5개 카테고리에 각각 1만 유로 부상, 6개월간 코칭 프로그램 제공
연락처		Iris Gregoric(지원 담당) Digital Content Funding / Produktionsförderung(제작 지원) Tel.: +49-(0)711/90715-412 E-Mail : gregoric@mfg.de 홈페이지 : dcf.mfg.de

기관명		독일전시산업협회(AUMA)
소재지		베를린(Berlin)
설립연도		1907년
중점분야		대·중소기업의 글로벌 마케팅 경쟁력 향상을 목표로 해외 전시회 정보제공, 해외마케팅, 전시회 전시지원, 독일 기업 의 해외전시회 참여 지원
주요 지원 사업	마케팅	해외전시마케팅 지원
주요 성과물		해외 전문전시회 국가관 참가 횟수 245개, 총 참가업체수 7,150개
연락처		Littenstraße 9, 10179 Berlin Tel.: +49-(0)30 24000-0 팩스 : +49-(0)30 24000-330 E-Mail : info@auma.de 홈페이지 : www.auma.de

III

우리기업 진출 전략과 정부 지원 방안

1. 우리기업 진출전략

□ 유럽 영상 마켓, 콘텐츠 발표회 참여를 통한 홍보 및 네트워킹 확대

- 유럽 영상 마켓에는 현지 제작·유통·방송사, 파생상품 제작사, 투자가 등 콘텐츠 분야 관계자들이 대거 참여하므로 시장 진출을 위해 참석 필수
 - 우리기업들은 영상 마켓 참가를 통해 콘텐츠 홍보를 극대화하고 현지 업체들과의 글로벌 네트워크를 구축하여 잠재 투자가 발굴, 해외 판로 개척, 유럽 기업과의 협력가능성을 모색할 수 있음.
 - 일회성 참가로 성과를 내기는 어려우며 꾸준히 행사에 참여하여 인지도를 높이고 현지 기업과 신뢰 관계를 구축해야 함.
 - 주최 측을 통해 참가기업과 기관들의 정보를 사전에 입수하여 관심있는 기업과 상담 기회를 마련하는 것도 좋은 방법
- 프랑스 퐁루즈 카툰 포럼과 같은 문화콘텐츠 발표회 참가로 작품 홍보 기회 확대
 - 실제 프랑스 주요 방송사와 투자가들은 우리 방송 콘텐츠가 세계적으로 경쟁력이 있다고 높이 평가하고 있으며 특히 우리 애니메이션에도 관심을 보여 한-불 공동제작 애니메이션이 현지 TV에서 방영되는 사례가 늘고 있음.
 - 포럼 피칭 기회를 활용하여 애니메이션을 포함한 다양한 장르의 경쟁력있는 우리 콘텐츠를 노출하고 홍보해야 함.

□ 영어 및 현지어 더빙, 자막 제작 등 언어 접근성 강화

- 문화콘텐츠 중 시청각물 등 제작·배급에 현지 파트너사 발굴이 필요한 바, 특히 영어 지원이 필요하며, 애니메이션의 경우 현지어 더빙이 필수
- 어플리케이션 게임과 같이 아이튠스, 구글마켓 등 플랫폼을 통해 수출 가능한 콘텐츠의 경우 현지어 지원 서비스 필요

- 유럽 시장 진출을 목표로 하고 있다면 제작사나 배급사를 통해 초기 단계(trial)부터 자막 등 언어 접근성 개선 작업을 준비 요망
- 유럽에서 인터넷을 통해 우리 시청각물을 보는 소비자들이 자막의 부재 혹은 부정확성 때문에 작품 이해에 어려움을 겪는바 제작 단계부터 자막 지원이 필요

□ 파생상품의 상품성과 시장성 검토 등 구체적 자료 준비

- 문화콘텐츠는 콘텐츠 자체의 상품성과 더불어 캐릭터를 활용한 완구, 문구 등 라이선싱 시장성이 중요
- 특히 어린이 대상 애니메이션의 경우 라이선싱 시장이 매체 시장보다 큼
- 국내 및 유럽 내 선수출국의 시장 자료를 구비해 벤치마킹하고 마케팅에 활용하면 유리
- 바이어는 추상적 아이디어나 시나리오보다 구체적인 콘텐츠 확인을 통해 구매결정 혹은 공동개발을 추진하므로 사전에 구체적인 시청각 자료를 준비하여 미팅에 임해야 함.

□ 지나친 한류 강조보다는 보편적 스토리와 캐릭터가 유리

- 유럽 시장은 우리와 문화적 이질성이 큰 지역으로 콘텐츠 현지화 또는 한국색이 강하지 않은 콘텐츠 개발이 중요
- 한국적인 문화 상품은 한류가 자리 잡고 문화적 할인이 크지 않은 아시아권에서는 통할 수 있으나, 아직 한국 문화에 대한 인지도가 낮은 유럽 시장에서는 통용되기 어려움.
- 더구나 유럽에서 우리 문화콘텐츠 소비자들은 아직 인터넷 커뮤니티를 중심으로 활동하는 비교적 소수의 젊은 층에 한정
- 한류를 지나치게 강조하는 것보다는 실제 유럽시장에 수출된 '유후와 친구들'(Yoohoo & Friends)이나 유럽 외 지역으로 수출된 꼬마버스 타요(Tayo the little Bus), 뽀로로(Pororo)처럼 한국 문화색이 뚜렷하지 않고 일반적 공감대 형성이 가능한 캐릭터와 스토리 라인 채택이 중요

<한류 강조가 실패한 사례>

- 한·미·캐나다 합작으로 제작된 한 아동용 애니메이션의 경우 스토리와 무관하게 삽입된 K-Pop 댄스 엔딩이 국내외 관객으로부터 좋지 않은 평가를 받은 바 있음.
- 해외시장용으로 제작되는 상품에 무리하게 한국 문화 아이콘을 삽입하는 것은 한국문화 홍보에 도움이 되기보다는 작품의 완성도를 저해할 수 있음.

□ 현지 소비 트렌드와 문화를 고려한 콘텐츠 개발

- 유럽인들은 한국인이 선호하는 귀여운 캐릭터나 아이템에 대한 관심도가 매우 낮은 반면, 단발성 게임이나 두뇌를 활용하는 게임 선호
- 국가별로 다양한 문화적 성향을 고려한 시장 진출전략 수립 요망
 - 프랑스는 '문화 다양성'에 큰 비중을 두므로 창의적인 콘텐츠 개발이 중요
 - 영국 런던은 다문화 도시로 외국인 거주비율이 50%를 넘고 약 300개의 언어가 사용되는 '세계의 축소판'인 바, 한국적 캐릭터에 대한 수용도가 상대적으로 높을 수도 있음.
 - 스페인은 자문화에 대한 자긍심이 높고 타문화 수용에 있어 배타적인 성향이 강하므로 보다 보편적, 일반적 스토리와 캐릭터를 활용한 시장 공략이 필요

□ 문화협력의정서를 활용한 한-EU 공동제작 확대

- 한-EU 문화협력의정서 발효로 우리나라와 EU 회원국이 시청각물을 공동 제작할 경우 일정 요건 충족시 양측에서 모두 자국산으로 간주되어 세금, 쿼터 면에서 혜택 부과
 - 시청각물 제작에 필요한 기술자재, 장비의 일시적 수입을 포함하여 대여 및 임차 편의가 제공되므로 이를 적극 활용 요망
 - 앞으로 의정서에 따라 상기 혜택이 부여되는 3년간 EU 기업과의 콘텐츠 공동제작을 통해 EU 회원국 내에서 부여되는 내국민 대우 혜택을 활용, 현지 문화콘텐츠 시장 진출 기반 마련 필요

□ 연령 등급, 폭력성 제한 등 콘텐츠 심의 관련 규정에 대비

- 게임 론칭시 연령 등급 제한 기준, 인증 취득 요망
 - 우리 기업은 애니메이션, 영화 등에 비해 게임 분야에서 비교적 활발하게 EU 시장에 진출
 - 게임 론칭시 사전에 국가별 연령등급 제한 기준을 파악하고 필요한 인증을 취득하는 것이 유리
- 온라인 게임 폭력성 제한에 유의
 - 특히 독일 정부는 청소년 보호를 위해 온라인 게임의 폭력성을 제한하는 법규를 강화 중으로 게임 시판 전에 자체심의 요망

□ 장르별 전문화를 통한 EU 시장 진출 필요

① 애니메이션

- 프리 프로덕션 개발시 동물, 사물 캐릭터, 교육적인 스토리 등 일반적 공감대를 형성할 수 있는 작품 개발 필요
- 애니메이션은 연관 라이선싱 사업이 수월한 작품에 대한 선호도가 높으며, 최근 3D 작품에 대한 관심이 높아짐.
- 애니메이션은 EU 시장 진출에 있어 가장 벽이 높은 콘텐츠 분야 중 하나로 EU 기업과 공동제작을 통해 시장진출을 꾀하는 것이 유리
- 우리 기업과 비교적 공동 제작 경험이 많은 프랑스, 다문화 정도가 높은 영국 등으로 선수출 후 여타 국가로 우회 진출하는 전략도 고려 가능
- EU 기업과 공동 제작, 현지 배급을 위해서는 포스트 프로덕션, 방송국 방영권, 라이선싱 등 여러 분야의 사업을 원활히 추진할 수 있는 대형 스튜디오와의 협력이 필요한 바, 현지 영상 마켓 참가를 통해 유망한 현지 파트너 물색에 힘써야 함.

<애니메이션 제작단계>

1. 프리 프로덕션(Pre-production) : 시나리오, 스크립트 작성, 캐릭터 및 배경 디자인 구상
2. 제작(Production) : 애니메이션 그림, 채색, 촬영 등
3. 포스트 프로덕션(Post-production) : 효과, 음향, 배경음악, 더빙 등

② 방송콘텐츠(드라마, TV 쇼)

- 최근 완성된 콘텐츠 구매보다는 시나리오 혹은 프로그램 포맷 수입이 활발해짐에 따라, 한국 콘텐츠의 직접 수출보다는 시나리오 혹은 포맷 수출을 위한 마케팅 필요
- 이탈리아의 경우 주요 방송국이 새로운 콘텐츠 발굴보다는 이미 검증된 콘텐츠 구입을 선호하므로 여타 EU국에서 인지도를 쌓고 이탈리아로 진출하는 편이 용이
- 주요 방송국 뿐 아니라 지방 방송 채널로의 판매도 고려 가능

③ 영화

- 일부 한국 영화는 베를린, 칸, 베니스 영화제를 통해 이미 EU 지역에서 인지도를 획득, 영화 애호가들 사이에 특정 한국 감독에 대한 팬덤이 형성되어 있음.
- 단, 유명감독의 예술 영화 혹은 국제영화제를 통해 작품성을 인정받은 작품 위주로 수입이 이뤄지고 있어 대중적인 인기를 얻기에는 어려움.
- 우리 영화에 대한 현지 소비자 일반의 인지도 향상을 위해서는 극장상영 뿐 아니라 DVD, 블루-Ray 등 소장용 상품 제작과 Pay TV에서의 영화 콘텐츠 판매, 항공기 상영 등으로 콘텐츠의 노출을 증가시킬 필요가 있음.

④ 게임

- 유럽은 비디오, 콘솔 게임 비중이 여전히 높으며 최근에는 스마트 기기용 게임 시장도 확대되어 다양한 플랫폼을 통해 시장 진출 가능
- 스마트 기기용 게임 시장 진출을 위해서는 현지어 지원이 필수적이며 현지에 무제한 데이터 서비스 상품이 없기 때문에 과도한 데이터 스트리밍이 필요한 게임은 지양해야 함.
- 국가별로 선호하는 게임 유형이 다르며, 일례로 이탈리아인들은 스토리텔링형 보다는 단순하고 다이내믹한 게임을 선호하며, 게임 중의 커뮤니케이션을 중시하여 멀티플레이 게임으로 시장 공략 필요

2. 정부 및 유관기관 지원 방안

□ 현지 영상마켓 및 콘텐츠 설명회 참가 지원 확대

- 현재 아시아에 집중되어 있는 우리 콘텐츠 진출지역을 EU로 다변화 하기 위해서는 우리 기업들의 EU 영상 마켓 행사 참가는 필수적
 - 하지만 세계적 규모의 대표적 콘텐츠 행사인 MIP TV, MIPCOM 등은 참가비만 1,300 유로를 웃돌며 항공비, 숙박비 등 부대비용까지 고려하면 참가를 희망하는 중소기업에 매우 큰 부담
- 따라서 정부 및 지방자치단체의 지원을 통해 우리 기업들의 현지 영상 마켓 참가를 확대해야 함.
 - 경쟁력 있는 콘텐츠로 무장한 우리기업의 현지 영상 마켓 참가를 꾸준히 지원하고, 우수 콘텐츠에 대해서는 추가적인 홍보 지원을 통해 현지에서의 인지도 향상 지원 필요

□ 더빙, 번역, 자막 제작 등 언어 접근성 강화 지원

- 해외수출에 기본이 되는 현지어 더빙, 번역, 자막 제작 지원 확충
 - 작품 내용의 왜곡 없는 전달을 위해서는 현지 문화에 정통한 이의 전문적인 번역이 필요하고, 특히 다국어 콘텐츠 제작시 높은 비용이 소요되므로, 제작 지원과 더불어 번역 지원 확충 필요
 - 더불어 해외마케팅에 활용할 데모 필름, 다국어 홍보물 제작 지원을 통해 문화콘텐츠 수출을 활성화할 필요가 있음.
- 번역 및 현지 마케팅 전문 인력 양성
 - 문화진흥기관들을 중심으로 EU 지역의 다양한 언어 및 문화적 배경을 고려한 번역 및 마케팅 인력양성을 위한 정책 마련 필요

□ 대규모 문화행사 지원을 통한 한국 문화상품 홍보

- 한류가 확산된 아시아권과 달리 유럽에서는 아직 한국에 대한 인지도가 낮고, 한류도 충분히 자리잡지 않아 일반 대중의 이목을 사로잡을 수 있는 대규모 한국문화 축제, 전시회 등 행사 확대 요망

- 런던에서는 '15.9월 현지 최초로 한국문화축제(Korean Festival)를 개최하였는데 현지인 수천여명이 참여하는 등 큰 호응을 얻음.
- 마드리드 주재 한국 문화원에서도 한국 영화 상영, 감독 초청, 문화 행사 등을 전개하여 현지인과의 문화적 접점을 확대 중
- 참여형 문화 홍보 행사의 정기화, 지역적 확대 요망
 - 일본의 경우, 일본 대중문화 전문 전시회인 재팬엑스포(Japan Expo)를 주기적으로 개최하고 있으며, 코스프레(cosplay)와 같은 참여형 행사를 통해 문화코드가 다른 현지인들에게 일본문화를 경험하고 공감대를 형성할 수 있도록 돕고 있음.
 - 국가적 계기를 활용한 대형 홍보 행사 외에 K-Pop, 한국 영화, 한국 음식 등을 정기적으로 노출하는 체험문화 행사 조직 요망

□ 한-EU 문화협력의정서에 대한 적극적인 홍보와 지원 필요

- 한-EU 문화협력의정서 체결과 시청각물 공동제작 혜택 홍보
 - 동 의정서가 지난 EU 회원국 비준절차에 따라 '15.12월에 발효된 사실을 알고 있는 업체들은 우리와 EU 양측 모두 매우 드문 것으로 파악됨.
 - 우리와 EU 모두 정부차원에서 국가적 행사를 활용하여 양측의 문화 콘텐츠 산업발전을 위해 의정서를 체결했다는 사실과 양국 기업이 누릴 수 있는 혜택을 보다 적극적으로 홍보할 필요가 있음.
- 한-EU 문화협력의정서 활용도 제고를 위한 행정지원 강화
 - 실제로 기업들은 복잡한 규정 내용 및 절차의 이해, 의정서 체결에 따른 기존 각국의 인센티브 시스템과의 충돌가능성, 법률적 조정과정에서 발생하는 각종 행정 및 재정적 비용으로 인해 제도적 혜택을 누리는데 애로를 느끼는 경우가 많음.
 - 한-EU 문화협력의정서 체결에 따른 공동제작의 경제적 효과를 극대화하기 위해서는 우리기업들이 해당 제도를 실제로 활용할 수 있도록 자문과 행정시스템 간소화 등 정책적 지원이 필요

- 제작비 등 투자자금 지원을 통한 해외기업과의 공동제작 활성화
 - 문화콘텐츠의 특성상 제작비 규모가 크기 때문에 투자자금 확보가 어려운 경우가 많으며, 특히 중소기업은 투자지분율을 충분히 높이지 못해 해외 파트너와 대등한 사업권 확보가 어려운 경우가 많음.
 - 특히 EU 제작사, 투자가들은 현지에 바로 적용 가능한 콘텐츠 투자를 선호하여 현지 사정에 맞는 포맷으로 전환이 필요하므로 이에 대한 재정 지원 필요

□ EU 개별 국가와 공동제작 협정 등을 통한 문화교류 협력 강화

- 한-EU 문화협력의정서 외에 EU 주요국과 별도 문화교류 협정 체결 등을 통해 문화콘텐츠 교류 기회 확장 가능
 - 실제로 EU 국가와 공동 제작한 작품 9개 중 5개 작품이 프랑스와의 공동제작 건으로, '06년 한-불 공동제작 협정 체결 덕분에 양국간 공동 제작이 확대된 것으로 평가됨.

<한-불 영화 공동제작('05-'15)>

연번	영 화 명	참여국	유형	제작연도	감독
1	설국열차	한국, 체코	공동제작	2013	봉준호
2	어 프루브드 포 어답션	한국, 벨기에, 프랑스	외국영화 국내 업체 진출, 외국영화 한국 로케이션, 기타	2012	로랑 부알로, 정 에냉
3	베를린	한국, 독일	공동제작	2012	류승완
4	겨울냄새	한국, 캐나다, 오스트리아	해외 로케이션	2011	전화성
5	두만강	한국, 중국, 프랑스	공동제작, 해외 로케이션, 해외 인력 참여	2009	장률
6	여행자	한국, 프랑스	공동제작, 해외 인력 참여	2009	우니 르콩트
7	밤과 낮	한국, 프랑스	해외 로케이션	2008	홍상수
8	경계	한국, 몽고, 프랑스	공동제작, 해외 로케이션	2007	장률
9	데미지	한국, 홍콩, 네덜란드	해외 로케이션, 해외 인력 참여, 해외 업체 참여	2006	유위강

자료원 : 영화진흥위원회

□ 문화콘텐츠 분야 비즈니스 플랫폼 구축 및 해외 마케팅 지원

- 문화콘텐츠 산업을 고부가가치, 성장잠재력이 큰 산업으로 인식하고 관련 산업 활성화를 위해 비즈니스 기반 구축 및 지속적인 지원 필요

<문화콘텐츠 산업 지원 행사>

1) 한국서비스콘텐츠수출상담회(KSCM: Korea Service & Content Market)

- 주관 : 중소기업청, KOTRA
- 개최시기 및 장소 : 매년 서울
- 내용 : 문화콘텐츠 및 미디어 분야 수출상담
- 특징 : 수요도가 높은 모바일 게임분야 타게팅 필요,
카툰(Live Action, 3D 등) 분야에서는 이미 독일 퍼블리셔의 관심도가 높은 상황

2) Asia-EU 카툰 커넥션(Cartoon Connection)

- 주관 : KOTRA, Cartoon(우리의 콘텐츠진흥원에 해당)
- 개최시기 및 장소 : 2016.5.2.~4, 제주도
- 내용 : 아시아, EU의 애니메이션, 웹콘텐츠 분야 제작·유통·방송사, 파생상품 제작사, 투자자들이 참여하여 세미나, 컨퍼런스, 상담회, 시상식 진행
- 특징 : 아시아와 EU의 콘텐츠 산업별 시장 현황 파악 및 유망기업간 네트워킹 가능

3) 아시아-유럽 영화인 워크숍(Ties That Binds)

- 주관 : 유럽 시청각 기업 협회(EAVE : European Audio-Visual Entrepreneur)
- 개최시기 및 장소 : 상반기(주로 4월) 이탈리아 Udine/ 하반기(주로 10월) 아시아
- 내용 : 아시아, 유럽 양측에서 10명의 감독을 선정하여 영화 제작, 마케팅 워크숍
- 특징 : 아시아와 유럽의 유명 영화인을 대상으로 우리 영화산업의 우수성 및 특정 영화작품에 대한 홍보도 가능

□ 내수시장 활성화 전략을 통한 수출기업 경쟁력 강화

- 대부분의 콘텐츠 제작 업체가 재정건전성이 취약한 바, 내수시장 활성화를 통해 업체의 경쟁력을 제고하고 지속적인 대외 활동이 가능토록 해야 함.
- 최근 우수인력의 중국 등 해외 유출 현상으로 국내 콘텐츠가 질적, 양적으로 악화될 우려가 있는바 국내 콘텐츠 제작 및 유통 환경 개선을 바탕으로 우리 기업의 체질 개선 노력 병행 필요

첨부

우리나라 지원제도

1. 애니메이션 [※한국콘텐츠문화원 지원내용 중심]

가. 재정 지원

□ 제작비 지원

○ 글로벌 애니메이션 본편 제작 지원 사업

- (개요/연혁) '13년까지 내수용 '본편 제작 지원사업', '국제 공동 제작 지원'으로 나누어 지원하던 것을 '국산 애니메이션 제작 지원'으로 통합 지원
- (지원내용) 미국, 중국 등 해외 전략시장을 타깃으로 해외 배급에 대한 구체적 계획 및 성과가 예상되는 TV시리즈, 극장용 애니메이션에 대해 프로젝트별 최대 5억원 이내로 제작비 일부를 지원
- (수혜사례) '13년 '아기공룡 둘리', '라바시즌 3' 등이 지원을 받았음. 이 중 '라바시즌 3'은 해외 에이전트 25개와 머천다이징 계약 체결, 40개국에 반영, '13년 한 해 동안 100억원의 매출 기록

<한국콘텐츠진흥원의 애니메이션 제작 지원 사업>

(단위 : 백만 원)

연도	2011	2012	2013	2014
국산 애니메이션 제작 지원				7,400
글로벌 애니메이션 본편 제작 지원	2,000	2,400	3,000	
애니메이션 후속시즌 제작 지원	1,000	1,200	1,000	
프리프로덕션·단편 애니메이션 제작 지원	1,000	1,400	1,200	1,200
산학 애니메이션 프로젝트 지원	-	1,200	1,000	
아동청소년 가족용 애니메이션 본편 제작 지원(추경)			2,500	
아동청소년 가족용 애니메이션 프리프로덕션 제작 지원(추경)			500	
합계	4,000	8,212	8,700	8,600

자료원 : 2014 애니메이션 산업백서(한국콘텐츠진흥원)

○ 애니메이션 후속 시즌 제작 지원

- (개요) 극장용, TV 시리즈용으로 나누어 성공 가능성이 높은 후속작지원
- (지원내용) 프로젝트별 최대 3억원 이내로 총 제작비의 50% 이상을 수행기관이 부담
- (지원대상) 극장용은 KOFIC 입장권 통합 전산망에 표시된 개봉일이 2년 이내여야 하고, TV 시리즈는 지상파(EBS 포함), 케이블, 위성방송에 송출된 작품이어야 함.
- (선정방법) 서류평가와 질의응답 평가 종합심의

구분	평가항목
서류평가	시청률, 방영수익, 부가사업 매출, 시즌2의 구성, 기획 및 제작 역량, 일자리 창출
질의응답 평가	기획, 제작 역량과 목표 시장에 대한 이해도, 마케팅 및 유통배급 계획, 추진 체계와 일정, 예산의 적절성, 자원 마련 가능성

- (수혜사례) '13 선정된 '두리몽실 몽계공항'은 유럽 등 20개 국가에 수출되었고 '13년에 140억 원의 매출(애니메이션, 캐릭터 총 매출)을 기록

○ 프리프로덕션·단편 애니메이션 제작 지원

- (개요) 국내외 투자 유치 및 공동제작을 유도하기 위해 본편 제작 가능성이 높은 기획 단계의 애니메이션을 지원
- (목적) 단편 애니메이션 제작 지원은 실험적이고 창의적인 단편 애니메이션의 지원을 통해 작가의 창작 역량을 고취하고 다변화된 국내 문화, 예술 발전에 이바지하는 것을 목표로 함.
- 비교적 소규모 프로젝트 제작 지원으로, 신규 일자리 창출 및 지속 가능한 1인 창조기업의 토대를 마련하는데 의의
- (성공사례) 프리프로덕션은 '러블리 다이노(My Lovely Dinosaur, 브리즈엔터테인먼트)' 외 10편 지원, 단편은 '마이조슈아(My Joshua, 밌스튜디오)' 등 13편 지원

○ 산학 애니메이션 프로젝트 지원

- (개요) 애니메이션 제작 업체와 학교가 연계되어 프로젝트를 중심으로 실제적인 인력을 양성하는 체제
- (지원대상) 산학 공동 기획 제작의 극장용, TV시리즈 대상. 총 제작 인력의 30% 이상에 학생 인력을 활용하여 애니메이션을 제작하는 업체
- (지원내용) 프로젝트별 순제작비 3억원 이내의 범위에서 총 3편, 즉 10억 원의 예산으로 학교와 기업의 자율적 컨소시엄으로 공동 제작에 대한 사전 제작 지원 시행. 제작비, 공간, 장비, 프로젝트 매니저 지원, 프로젝트 제작 전반의 프로세스 매뉴얼 작성 등 제작에 필요한 부분을 지원
- (성공사례) 맞춤형곡 등 4편

○ 아동, 청소년, 가족용 애니메이션 제작 지원

- (개요) 국산 애니메이션 저변 확대와, 기획단계에서 투자 및 공동 제작 유치 기회를 마련하기 위한 목적
- (지원성과) 본편 4편, 프리프로덕션 7편 지원

□ 완성보증제도

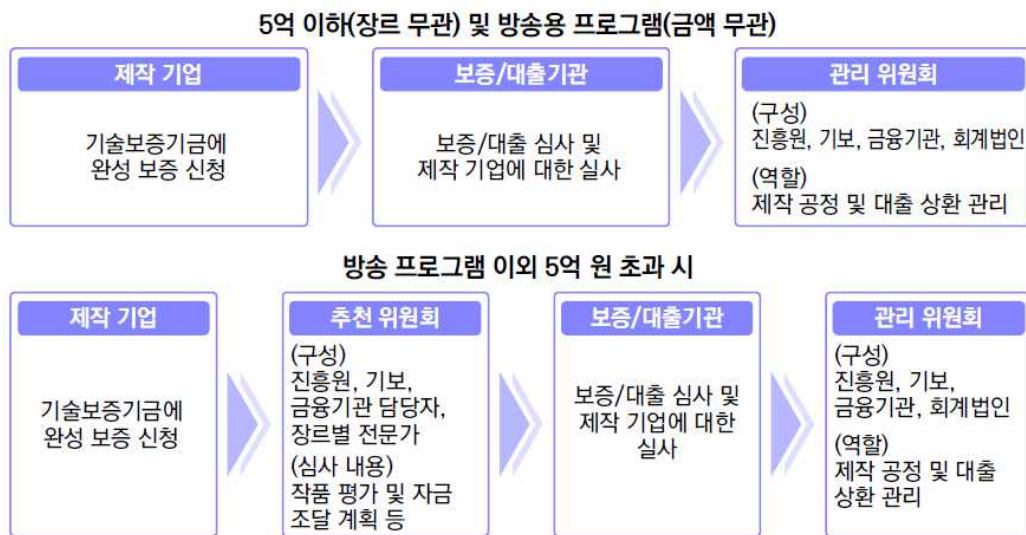
- (개요) '09년 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 기술보증기금간 업무 협약을 통해 콘텐츠 제작에 필요한 자금을 원활하게 조달할 수 있도록 금융기관에 대해 보증서를 발급하고, 문화상품 제작 완성 후 인도시 받는 판매대금으로 대출금을 상환하는 제도
- (요건)
 - 대상기업은 문화상품을 유통하려는 자(국내외배급사, 방송국 등)와 선판매계약을 체결하고 문화상품을 제작하고자 하는 콘텐츠 기업
 - 신청금액에 따라 제작비의 조달 규모를 아래와 같이 충족해야 하고, 제작비의 최저 20~70%까지 보증을 통해 융자를 받을 수 있음.

구분	요건
선판매 금액 이내 신청	제작비의 30% 이상 조달 확정
선판매 금액 초과 신청	제작비의 50% 이상 조달 확정

○ (지원성과)

- '13년 : 콘텐츠산업 전반에 걸쳐 총 47건의 완성보증으로 448억 6,000만원의 대출이 이루어졌는데 이중 애니메이션은 4건

<완성 보증 대상 기업 선정 절차>



자료원 : 한국콘텐츠진흥원, 「콘텐츠 산업 완성 보증」 신청 안내(2014).

□ 펀드 운영

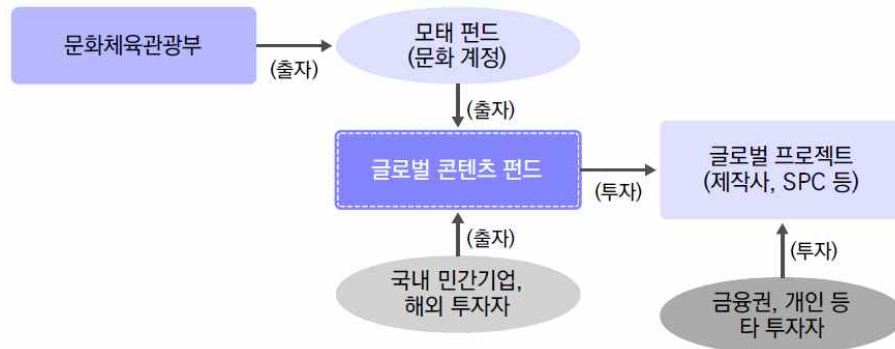
○ 글로벌 콘텐츠 펀드 조성

- (개요) 드라마, 영화, 애니메이션 등 해외 진출을 목적으로 하는 국내 업체 제작 글로벌 프로젝트, 국내 기업이 제작에 참여하는 해외 대규모 프로젝트에 투자하는 펀드
- (규모) 문화체육관광부가 800억원 출자, 민간 자본과 결합하여 총 1,000억원 규모 1,2차 2개의 펀드 조성

구분	조성시기	구성
1차	2011년	1,236억원(정부 400억원, 민간 및 해외투자가 836억원)
2차	2014년	'14. 11월 운용사 선정. 2015년 초 결정

- (운용요건) 글로벌 콘텐츠 관련 기업 및 프로젝트를 포함한 문화 산업에 별도 투자 의무 비율 이상을 투자해야 함.
- 전문 투자분야인 영상분야(영화, 드라마, 애니메이션 등)에 결성액의 60% 또는 투자 누계액의 50% 중 큰 액수를 의무적으로 투자하여야 함.

<글로벌 콘텐츠 펀드의 구조>



자료원 : 한국콘텐츠진흥원

○ 모태펀드(Funds of Funds)

- (개요) 콘텐츠 기업에 직접 투자하는 것이 아니라 투자자(출자자)로부터 출자금을 받아 하나의 펀드(母 펀드)를 조성, 개별 투자펀드(子펀드)에 출자하는 펀드
- (운영기관) 한국벤처투자(주)
- (규모) 子펀드 결성규모는 1조 2,370억에 이르며, 1,200개 기업 및 프로젝트에 1조 4,512억원의 투자가 이루어짐. 애니메이션, 캐릭터에는 총 990억원(7.31%)가 투자됨.

<모태펀드의 콘텐츠 분야별 투자 현황 ('15.12)>

구분	영화	공연	게임	음원	전시	애니/ 캐릭터	방송 콘텐츠	유무선 콘텐츠	출판/ 만화/ 웹툰	기타	합계
건수	1,510	309	95	112	42	143	101	1	13	207	2,533
금액	934,790	187,654	66,928	31,826	23,591	121,210	117,292	1,500	5,180	195,902	1,685,873
비율 (%)	55.45	11.13	3.97	1.89	1.4	7.19	6.96	0.09	0.31	11.62	100

출처 : 한국벤처투자(2015)

나. 유통 지원

□ 방송 프로모션 지원 사업

- 지상파 3사의 인기 시간대에 국산 애니메이션 편성 및 광고 방영을 지원

□ 해외 유통 지원

- (개요) 주요 영상 마켓 참가를 통한 홍보 및 진출기반 마련
- (참가 행사) 키즈 스크린 서밋, TAF, MIPTV, MIPCOM 등 참가지원
 - * Asia Animation Summit : 북미, 유럽 지역 주요 퍼블리셔를 대상으로 한 프로젝트 피칭 행사. 한국 작품 8편 포함, 총 4개국(한국, 호주, 말레이시아, 태국)에서 온 24개 작품에 대한 피칭이 있었음.
- (성과) '13년 5,700만 달러(계약액) 수출 실적 달성, '14년 38개 기업 참가, 1,600만 달러 계약 체결

다. 제작 인프라 지원

□ 방송회관 및 DMS 제작센터 운영

- (개요) 한국콘텐츠진흥원은 '02년부터 목동 방송회관 및 상암동 디지털 매직 스페이스 (DMS) 제작센터를 운영해 국내 방송영상 콘텐츠 제작사가 양질의 콘텐츠를 제작하도록 기여
- (지원내용) '11년부터 한국콘텐츠진흥원은 전 제작 시설을 직접 운영하며 '15년 방송회관 및 DMS제작센터의 가동률은 약 40%

□ 일산 한류월드, '빛마루 방송제작 지원센터' 운영

- (개요) 한국콘텐츠진흥원은 '10년부터 문화체육관광부와 방송통신위원회가 공동으로 추진한 '빛마루 방송제작 지원센터'를 일산 한류월드에 구축하고 '13.12월 개관
- (지원내용) 빛마루 방송제작 지원센터는 방송영상 콘텐츠 산업 관련 직접 시설로, 문화체육관광부 산하 한국콘텐츠진흥원과 미래창조과학부 산하 한국방송통신전파진흥원이 공동 운영하며 콘텐츠 산업 활성화를 목표

라. 인재 육성

- 한국콘텐츠 아카데미 운영(영상제작과정)
 - (개요) 영상제작(VFX) 과정 운영, 9개월의 실습중심 전문 교육 수료
 - (운영 성과) '14년 14명 수료, 3D 기반의 19개 작품 제작. 수료 후 배출된 인력들이 방송영상, 영화제작 관련 CG 제작사, 2D 및 3D 기반 모션그래픽 제작사 등으로 진출하여 활발히 활동 중
- 콘텐츠 창의인재 동반사업
 - (개요) 콘텐츠 전문가가 멘토가 되어 1~2명의 젊은 창작자를 도제식으로 직접 가르치는 현장 밀착형 교육 사업. 1년 단위로 추진
 - (선발) 창의교육생은 콘텐츠 산업에 대한 열정과 잠재력 등 종합적인 평가 과정을 거쳐 선발 매해 170여명의 창의교육생을 선발, 10개월에 걸쳐 멘토링
 - (지원내용) 각 분야에서 10년 이상의 수행경력을 가진 제작사, 협회, 단체들이 플랫폼 기관으로 역할
 - 멘토는 이 사업을 위해 외부에서 특별히 초빙되는 전문가로 구성되며 '12~'14까지 매년 100여명의 멘토가 이 사업에 참여
 - 멘토는 현업에서 활동 중인 극작가, 영화제작자, 감독, 방송 프로듀서, 만화가, 작곡가, 무대연출가, 각종 문화 기술자, 유통마케팅 전문가 들.
 - * 플랫폼 기관의 인턴십 참여시 4대 보험이 포함된 급여를 지급, 콘텐츠 창작 인력에 대한 사회적 안전망 구축
 - (운영 성과) '11~'14까지 멘토 292명이 참여, 창의인재 676명 지도, 수행한 현장 프로젝트 1,086건. 100건 이상의 공모전 수상 실적, 120건 이상의 작품 계약, 창작자 데뷔, 투자유치 성사

<멘토-멘티 협업사업>

- '14년 개봉한 '님아, 그 강을 건너지 마오'는 콘텐츠 창의인재 동반사업 중 멘토와 멘티의 협업작품
- 독립영화로는 역대 최다인 전국 470만 관객을 동원

○ 지역스토리 랩 프로그램

- (개요) 상상력이 곧 생산력인 스토리산업의 성장을 위해 지역 특성을 반영한 스토리 창작 및 사업화 지원이 필요하다는 인식 아래 지역의 자생적인 스토리산업 활성화 기반 조성. 지역 거점형 랩 프로그램 시작
- (지원내용) 총 8개 광역시도별 지역 거점이 선정되어, 스토리 발굴, 스토리 멘토링, 워크숍, 집필실 제공, 창작자 교육을 할 수 있는 기반 제공. 스토리가 사업화로 이어질 수 있도록 지원. 투자자 초청 피칭, 네트워킹 리셉션을 마련 하여 지역 스토리가 강화될 수 있는 기회 마련
- (운영 성과) '14년 8개 지역에서 총 207개 스토리 및 스토리 소재가 발굴, 20개의 사업화가 이루어짐.

○ 투자유치지원 교육 : 해외투자자 발굴을 위한 IR 방법 교육

마. 국내제작물 보호제도

○ 스크린 쿼터(국산영화의무상영제)

- 근거 : 영화진흥법 제28조, 1966년 제2차 영화법 개정시 도입
- 내용 : 연간 상영일수의 40%인 146일동안 국산영화 상영의무이나 성수기 상영 등을 통한 감면을 고려할 때 106일이 통용됨.
- 스크린 쿼터를 어길 시 극장은 미달일수 만큼 영업정지 처분에 처함.

○ 저작권 법 제도(법률 제9625호)

바. 관련 지원 기관

- 한국콘텐츠진흥원 www.kocca.kr
- 서울애니메이션센터 www.ani.seoul.kr
- 경기콘텐츠진흥원 www.gcon.or.kr
- 광주정보문화산업진흥원 www.gitct.or.kr
- 강원정보문화진흥원 www.gimc.or.kr

2. 영화 [※영화진흥위원회 지원내용 중심]

가. 한국영화 창작 제작 역량 강화를 위한 지원

□ 한국영화 기획개발 지원

- (개요) 트리트먼트(소재), 시나리오 선정 후 기획, 개발비 투자로 다양한 콘텐츠를 개발함으로써 영화산업 구조 합리적 구축을 꾀함.
- (지원내용) 투자 및 제작 완성 가능성이 높은 트리트먼트, 그리고 시나리오를 반기별 15편 내외로 선정하여 각 프로젝트에 최대 3,000만원을 지원
- (수혜사례) '14년 상반기 15편에 총 4억 2,000만원, 하반기 15편에 총 3억 5,500만원 지원

<한국영화 기획개발 지원작 개봉 현황('14)>

작품명	영화사명	개봉 실적	비고
끝까지 간다 (구 : 무덤까지 간다)	(유)AD406	5.29 개봉 (관객수 : 3,448,583)	기획개발 지원(2009)
나의 독재자	반짝반짝영화사	10.30 개봉 (관객수 : 386,054)	기획개발 지원(2012)
덕수리 5형제	(주)기억속의 매미	12.4 개봉 (관객수 : 210,777)	기획개발 지원(2011)

□ 한국영화 개봉작 적립식 지원

- (개요) 기존 흥행 실적이 좋은 제작사들이 안정적으로 다음 작품을 만들 수 있도록 지원하여, 영화 산업 내 중견 제작사를 육성
- (지원내용) 제작사는 극장 관객 수 실적에 따라 최소 1,000만원부터 최대 7,000만원까지 차기작품 기획개발비를 지급받음.
 - 지원금은 원작 구매, 시나리오 작가, 프로듀서, 감독 인건비 및 기획 개발 진행비 등으로 사용 가능
 - 지원 결정 대상자는 위원회가 개발한 한국영화 시나리오 표준계약서를 의무 사용하고, 지원 약정 체결 후 6개월 이내에 시나리오 초고를 제출

□ 영상전문투자조합 출자

- (개요) 전체/12세이상 관람가인 '가족영화'의 낮은 관객 점유율에 대한 문제의식에서 출발하여, 다양한 연령층이 소비할 수 있는 영화제작을 위한 사업
- (지원내용) 영화진흥위원회에서 연 400~500억 원대의 제작비를 투자
- (지원대상) 출자 대상 조합
 - 한국영화 기획개발에 투자조합 결성액의 10%, 전체/12세이상 관람가 영화에 90% 이상 투자하는 창업투자조합
 - 전체/12세이상 관람가 영화는 여성, 가족, 청소년, 아동이 함께 감상할 수 있는 영화로서 전체관람가, 12세이상 관람가 영화를 대상으로 함.
- (수혜사례) '00년부터 현재까지 시행되고 있는 이 사업에서 '14년까지 약 42개의 투자조합에 1,262억 원의 자금을 출자하였고, 이로 인해 결성된 42개 조합의 결성 자금은 6,395억 원에 달함.

나. 지역별 영상 향유권 확대·개선을 위한 지원정책

□ 작은 영화관 지원

- (개요) 영화진흥위원회에서 문화시설이 상대적으로 부족한 지방 소도시 주민들을 위한 다양한 상영 프로그램과 교육 프로그램 등을 기획, 제공
- (지원내용) 다양한 프로그램 제공을 위해 유치원생부터 일반, 노인 등으로 수요자의 층위를 나누어 교육 프로그램 진행
- (운영 성과) '14년 전국 9개 도시에서 9개가 운영되었으며 당해 11개 섹션, 104편의 상영 프로그램을 개발하고, 총 24개의 기획전을 개최, 8번의 앙코르 상영회를 지원

<작은영화관 기획전 현황>

번호	극장명	개최횟수	전체관객 수	교육 수	교육참여자 수	전체 좌석점유율(%)
1	김제시 지평선시네마	4	3,936	6	311	80
2	완주군 완주휴시네마	3	2,608	4	119	71
3	홍천군 홍천시네마	2	1,326	2	70	77
4	부안군 마실영화관	3	2,438	4	89	67
5	장수군 한누리시네마	4	4,285	6	256	64
6	고창군 동리시네마	4	2,717	6	263	54
7	임실군 작은별영화관	4	2,654	7	347	47
8	무주군 산골영화관	4	1,865	6	173	35
9	동두천 문화극장	1	266	-	-	17
10	밀양시네마	1	177	-	-	11
11	오산시네마	1	190	-	-	12
12	여주 월드시네마	1	774	-	-	48
13	32	1,628	41	1,628	54%	

출처 : 한국콘텐츠진흥원

다. 한국영화 해외 진출 지원

□ 국제영화제 참가 지원

- (개요) 한국영화가 주요 국제영화제에 진출하여 해외 관객을 만날 수 있도록 감독, 프로듀서, 배우 등의 국제영화제 참가 지원
- (지원내용) 칸, 베를린, 베니스, 토론토 등 약 200개 국제영화제에 참가하는 한국영화인에게 항공권 및 자막 DCP 제작 비용 일부를 제공
- '14년 총 42개 영화제에 69편, 감독과 PD 등 81명의 참가를 지원

□ 해외 필름마켓 참가 지원

- (개요) 한국영화의 해외 수출을 지원하기 위해 해외 주요 영화마켓에 참가하는 한국영화 해외 세일즈사 및 기술서비스업체에 부스 운영 경비 지원 및 비즈니스 미팅 진행을 위한 공동 라운지 제공
- (운영성과) '14년 해외 필름마켓 총 10개 처를 대상으로 하였으며, 총 853건의 계약을 성사

□ 한국영화 해외배급물 제작 지원

- (개요) 해외진출 가능성이 높고 제반 지원이 필요한 중·저예산 한국영화의 수출 촉진을 지원
- (지원대상) 순 제작비 20억 원 이내의 중·저예산 한국영화와 순 제작비 45억 원 이내의 극장용 애니메이션
- (지원내용) 번역비, 자막제작비, 녹음 및 더빙비 등을 지원하며 작품당 최대 1,000만원 지원
- '14년 <한공주>, <도희야>, <경주>, <죽구왕> 등 총 27편 지원

□ 한국영화 해외상영 행사 지원

- (개요) 한국영화의 해외진출 기반을 확대하기 위해 문화원, 대사관 등 재외공관이 연례적으로 개최하는 한국영화 특별상영행사 등을 지원
- (지원내용) 해외상영행사 지원사업은 한국영화 상영행사의 직접 사업비(대관료, 상영료, 홍보물 제작비 등)의 일부를 지원 혹은 위원회 보유 다국어 자막 Digital Cinema Package 대여
- (수혜사례) '14년 총 36개국 42개 행사를 지원하였으며, 약 14만 명의 관객을 모았고 평균 좌석 점유율은 71%

□ 국제공동제작영화 인센티브 지원

- (개요) 국제공동제작영화 인센티브 지원 사업은 국제공동제작을 활성화하여 한국영화의 글로벌 네트워크를 확충하는 것을 목표
- (지원대상) 순 제작비 10억 원 이상을 국내에서 집행하는 극장 상영용 장편 실사영화
- (지원내용) 한국이 참여하는 국제공동제작영화는 국내에서 집행된 순 제작비의 25%를 현금으로 지원받음.
- 지원액은 편당 3억 원 이내이며 심사위원회를 구성하여 기획의 타당성 및 작품의 완성도, 외국 투자유치 가능성 등을 평가

<국제공동제작영화 인센티브 지원 현황('14)>

번호	작품명	감독	국내제작사	외국제작사(국적)
1	곡성	나홍진	(주)사이드미러	폭스 인터내셔널 프러덕션(미국)
2	두 번째 스물	박흥식	민 영화사	Blue Film srl(이탈리아)

3-1. 방송콘텐츠 (※한국콘텐츠진흥원 지원내용 중심)

가. 제작 기반 강화

□ 방송영상 콘텐츠 제작 지원

- (개요) 공모를 통해 지원 대상을 선정하며, 선정된 방송영상 콘텐츠에 대해서는 재정적 지원
- (지원대상) 분야별 전문가로 구성된 평가위원회가 지원 작품 선정
- (지원내용) 제작비 및 지원 작품의 사후 관리 차원에서 완성작 상영회와 공개 피칭 행사 개최 등 완성된 작품에 대한 국내외 마케팅 지원

<방송영상 콘텐츠 제작 지원 작품 현황('14)>

부문	작품명	제작사명	편성
연속물 (시리즈)	닥터 이방인	(주) 아우라미디어	SBS 방영
	골든 크로스	팬엔터테인먼트	KBS 방영
단막극	수상한 7병동	(주) 디디션엔터	KBS 방영
	낡은 기억의 잔해	아이박스미디어	대전 MBC 방영
	전설의 고향	(주) 아피아스튜디오	
	울랄라 노래방	(주) 아이엠티브이	MBC에브리원,네이버 TV 캐스트 방영
	그 여름의 끝	(주) 뉴데이픽처스	KBS 방영
	간서치 열전	(주) 티모엔터테인먼트	KBS 방영
	아빠가 돌아왔다	지텔레비전	
	이태원 레인보우	(주) 미디어파크	
	마지막 춤은 당신과 함께	(주) 케이엠에이치	
	빛으로 바람으로 백두산을 담다 2부작	(주) 이큐브미디어	KBS1 방영
다큐멘터리	우리 아이의 인생 성공, 미래 교육을 논하다	(주) 유로티브이	육아방송 방영
	기적의 공간 작은 도서관	(주) 미라클픽처스	
	<위대한 유산> 해외 소재 우리 문화재를 지킨 '숨은 인물 발굴 프로젝트'(2부작)	(주) 이노스토리	EBS 방영
	당신의 인생을 바꿀 세 가지 혁명	(주) 김진혁공작소	SBS 방영
	대장정! (대한민국 장애인, 정정당당 납세자되다)	와이드프로	
	바따온 콜롬비아, 4058인의 잊혀진 용사들	(주) 톱프로덕션	KBS1 방영
	<GATE-회색무역>	(주) 미디어천지인	KBS1 방영
	감성 투어, 옛집에 살아보다	아프리카미디어	
	한국의 헤이온와이 보수동, 책마을을 꿈꾸다	(주) 바오밥	
	나의 린포체	프로섬	
	패권의 비밀	(주) 인디유니온	
	나는 연필이다	주식회사 시트리	SBS 방영

	다큐 3부작 '오래된 3권의 요리책'	(주) 미디어트앤크	Asia N 방영
	한반도의 흙, 예술이 되다	주식회사 이야기차	
	나무의 기억, 서울 600년	(주) 미디어소풍	
	영상 포엠 보이스 오브 아시아	(주) TV유니온	

□ 방송영상 콘텐츠 포맷 제작 지원

- (개요) 신규 포맷 파일럿 제작 및 포맷 바이블 제작지원을 통해 포맷 제작 활성화와 해외 진출 기반을 마련
- (지원대상) 방송영상 독립제작사 및 방송 프로그램 권리를 보유한 제작사
- (포맷 바이블(Format Bible) 제작 지원 사업)은 기제작된 한국의 우수 프로그램을 포맷화하여 해외 시장에 판매하기 위한 사업
 - 포맷의 해외 진출을 위해 '14.4월에 개최된 밍포맷(MIPFormats)'이라는 행사에서, 약 200여명의 해외 바이어를 대상으로 'The Next Big Hits From Korea'라는 한국 포맷 쇼케이스 개최
 - 12월에 개최된 아시아 TV 포럼에서는 한국 포맷 쇼케이스인 'Approach on Korea's Format'을 개최하며 KBS '슈퍼맨이 돌아왔다', SBS '짝' 등 4개 방송사 총 7편의 포맷을 소개하고 비즈니스 상담회를 개최

구분	제작사	작품명	편성 및 방영 현황
포맷 바이블 제작	CJ E&M 주식회사	식샤를 합시다	중국원예문화 판매
	EBS	선생님이 달라졌어요	중국 쓰촨 위성 TV 판매
	(주) JTBS	대단한 시집	-
	한국방송공사	슈퍼맨이 돌아왔다	네덜란드 프레멘탈미디어 판매
	문화방송	우리집 막둥이	중국 후난 TV 판매
	주식회사 케이비에스엔	보이프렌드의 헬로 베이비	
신규 포맷 파일럿 제작	나무와 숲	인류 교감 서바이버 바벨	-
	(주) 박스미디어	나르는 슈퍼맨	KBS W 방영('14.11) 정규 편성
	델미디어	SNS 천사단 (소원을 말해요)	MBC 방영('14.9)
	인터즈 주식회사	도서관이 살아 있다	KBS2 방영('14.11)

	(주) 엔미디어	러브데이터	-
	에이피미디어 주식회사	지혜왕 (지혜의 한 수, 회초리)	MBN 방영('14.12.) 정규 편성
	(주)비전마스타	3 + 킹	-
	주식회사 브라보픽쳐스	열창클럽 씬sing	SBS 방영('14.9)
	코엔미디어	러브싱크로	JTBC 방영('14.10)

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

□ 방송영상 콘텐츠 창작 기반 구축

- (개요) 신진 작가에게 새로운 창작의 근간으로 활용되도록, 한국 콘텐츠진흥원은 방송 대본을 DB화하여 '11.11월부터 '대국민 방송 대본 DB 서비스(<http://db.kocca.kr>)'를 제공
- (지원내용) 방송 영상 DB서비스는 6만 3,182권의 방송 대본을 구축, 방영 정보 등과 함께 제공하여 대국민 문화 서비스

□ 방송영상산업 발전 유공 포상

- (개요) '14.12.9 개최한 방송영상 분야의 유일한 정부 포상 행사
- (선정방법) 방송영상 그랑프리의 신뢰도를 제고하고 위상을 공고히 하기 위해 시청률 조사 자료를 기초로 모든 방영 프로그램의 전수 조사를 실시한 후 수상작 선정
- (선정기준) 드라마/비드라마로 장르를 구분하고 분야별 전문가로 구성된 위원회를 구성하여 작품의 완성도, 새로운 시도 여부, 사회적 영향력, 시청률 등의 기준으로 수상작 결정

<방송영상산업 발전 유공 포상 수상자('14)>

상훈	작품명	수상자(소속)	비고
대통령 표창	의궤, 8일간의 축제	최필곤 (KBS)	비드라마
	응답하라 1994	신원호 (tvN)	드라마
국무총리 표창	정도전	정현민 (KBS)	드라마
	생물로알티	허지희(충주MBC)	비드라마
	공짜는 없다		
	히든싱어	조승욱(JTBC)	비드라마
문화체육관광부장관 표창	밀회	안판석(JTBC)	드라마
	역사저널, 그날	김세연(KBS)	드라마
	부모VS학부모	신진주(EBS)	비드라마
한국콘텐츠진흥원장상	의궤, 8일간의 축제	박준균 (KBS)	비드라마

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

나. 인프라 지원

- ※ 제작센터(방송회관, 디지털 매직 스페이스, 빛마루) 운영 내용은 애니메이션 동일 항목 참고

□ 제작센터 구축 추진

- 대전시 엑스포 과학공원 내 'HD 드라마타운' 건립
 - (개요) 한국콘텐츠진흥원에서는 국내 드라마의 경쟁력 있는 콘텐츠 제작을 위해, 대형 스튜디오 위주로 구성될 'HD 드라마타운 조성 사업' 추진 중
 - (지원내용) 한국 드라마의 해외 경쟁력 강화를 위해 '17.6월 준공을 목표로, 대전 엑스포 과학공원 내 부지 면적 6만 6,115m², 연면적 3만 2,040m²의 제작 단지 구축
 - 세트장 중심의 대형 스튜디오와 특수 효과 스튜디오, 특수 시설 스튜디오, 미술 센터, 야외 촬영장 등 조성 목표

다. 해외 유통 강화

□ 국제방송영상견본시 참가 및 개최

- 국제방송영상견본시 참가 지원
 - (개요) 글로벌 네트워킹의 기회를 마련하고 국내 콘텐츠 기업의 경쟁력 제고를 위해 국제방송영상견본시 참가를 지원하며 한국 공동관 운영
 - (지원내용) 해외 견본시 참가를 통한 한국 공동관 운영 및 프로그램 등록 지원, 네트워킹 행사와 홍보물 제작 등 한국 콘텐츠 홍보 마케팅
 - 수출협의회를 개최하여 업체의 의견을 수렴하고, STVF와 TIFFCOM 등 견본시에서 프로그램 가이드북과 기념품을 제작 및 배포하며 '한국 콘텐츠 홍보 네트워킹 행사' 또한 개최

- (수혜사례) 한국 콘텐츠의 수출액 증대와 제작사 및 배급사의 해외 네트워크 확대

<한국 공동관 운영 실적('14)>

(단위 : 개, 천 달러)

	건본시 명	개최 장소	개최일	지원 업체	수출 성과
1	NATPE MIAMI	미국, 마이애미	1.27~29	6	1,125
2	FILMART	중국, 홍콩	3.24~27	22	6,896
3	MIPTV	프랑스, 칸	4.7~10	25	12,258
4	STVF	중국, 상하이	6.9~13	14	15,119
5	NATPE Europe	체코, 프라하	6.23~26	7	204
6	TTF	대만, 타이베이	9.17~19	9	3,365
7	MIPCOM	프랑스, 칸	10.13~16	26	14,085
8	TIFFCOM	일본, 도쿄	10.21~23	19	9,402
9	ATF	싱가포르	12.9~12	25	21,884
합계					84,338

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

○ 국제방송영상건본시 개최

- (개요) 아시아를 대표하는 국제 방송 콘텐츠 마켓 개최를 통해 국내 방송 콘텐츠의 수출을 지원하고자 '01년부터 국제방송영상건본시(BCWW)를 개최
- (지원내용) 국내외 주요 방송사 구매 담당자와 핵심 바이어를 초청해 온·오프라인 홍보, 마케팅을 통한 국내외 전시사 및 바이어 유치 등
- (수혜사례) '14년 9월 서울 코엑스에서 열린 제14회 국제방송영상건본시에 전 세계 50개국에서 온 2,013명의 바이어들이 참가했으며 방송 프로그램 판매 실적은 약 4,556만 달러를 기록

<국제 방송영상건본시(BCWW)의 성과>

연도	참가국	참관자	전시 사	바이어 수	판매 실적
2013	53개국	4,856명	170개사	1,804명	3,590만 달러
2014	50개국	5,805명	182개사	2,013명	4,556만 달러

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

□ 수출용 방송 콘텐츠 재제작 지원

- (개요) 수출 증대, 신 시장 개척, 장르의 다양화를 목표로 국내 우수 방송영상물을 해외 현지 규격에 맞도록 재제작 작업을 지원

- (지원내용) 번역, 자막, 더빙, 음악/효과 (M/E) 분리, 종합 편집 등 지원
 - '14년에는 지원 규모와 내용을 수출 계약 여부, 증빙 여부, 마케팅 활용, 장르별 지원 범위 등으로 세분화해 지원금 효과적 활용
 - 기존의 영어·중국어·일어 중심의 '확산 시장'에서, 수출 채널 다변화를 위해 스페인어·아랍어 등을 지원하여 칠레, 아르헨티나 등의 신흥 시장 지원을 확대
- (수혜사례) 드라마 17개 작품, 다큐멘터리 14개 작품, 음악, 오락, 교양 6개 작품 등 다양한 분야의 지원으로 총 508만 1,422달러 ('14.12월 집계 기준)의 수출 실적을 거두었다.

<장르별 재제작 지원 현황(2014)>

(단위 : 개, 천 원)

장르별 지원 현황			
장르	작품 수	업체 수	지원 금액
드라마	17	9	737,965
다큐멘터리	14	11	144,246
교양·오락 등	6	4	61,623
합계	37	24	943,834

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

□ 배급지원 : 방송 콘텐츠 해외 교류 지원

- (개요) 한국 방송 콘텐츠 배급을 통해 한류 시장 확대 및 국가 이미지 제고를 위해 방송 콘텐츠 해외 교류 지원
- (지원내용) 대상 지역의 배급 드라마 판권 구매 및 현지어 재제작, 마케팅 자료 배포, 지역 특화 견본시 참가 등 마케팅 활동 전개를 비롯해 방영 계약 체결 및 테이프 전달

연도	주요 실적
2014	- 아프리카 (영어권, 불어권) 및 CIS 지역 국가 12개국 배급 완료 · <일지매> 등 5개 콘텐츠, 23건 협약 완료
2013	- 아프리카 (영어권) 및 오세아니아 지역 12개국 배급 완료 · <내 이름은 김삼순> 등 5개 콘텐츠, 25건 협약 완료
2012	- 아프리카 영어권 국가 10개국 배급 완료 · <성균관 스캔들> 등 3개 콘텐츠, 22건 협약 완료

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

□ 국제 공동제작 : 국제방송문화교류지원

- (개요) '국제방송문화교류지원'은 방송 한류를 확산시키기 위해 잠재 시장 방송사와의 방송 콘텐츠 공동 제작 및 교차 반응을 통해 반(反)한류·혐(嫌)한류를 예방
- (지원내용) 대상 지역의 배급 드라마 판권 구매 및 현지어 재제작, 마케팅 자료 배포, 지역 특화 견본시 참가 등 마케팅 활동 전개를 비롯해 방영 계약 체결 및 테이프 전달
- (수혜 사례) 해당 사업을 통해 '14년 3개국을 대상으로 6개의 다큐멘터리 프로그램이 제작되었으며, 중남미·중동·중국과의 방송 네트워크 구축 및 문화 교류에서 높은 성과

<국제방송문화 교류지원 과제 현황('12~'14년)>

연도	과제명	업체명	주요 실적
2014	브라질 다큐멘터리 공동제작	아리랑TV	- K-드라마, 텔레노벨라를 만나다 - 양국 문화에 가교를 놓다
	사우디아라비아 다큐멘터리 공동제작	KBS	다큐멘터리 <모래 위의 기적> 2부작 - 물의 나라, 사우디아라비아 - 대한민국 산업의 심장, 울산
	중국 다큐멘터리 공동제작	MBC	다큐멘터리 <2015 신한류시대> 2부작 - 찰리우드의 도전자들 - K-팝 스타 탄생의 비밀
2013	멕시코 방송영상물 공동제작	아리랑TV	<코리아-멕시코(KOREA-MEXICO) 유적 리얼리티 쇼> 2부작
	두바이 다큐멘터리 공동제작	(주)큐큐톡	다큐멘터리 <21세기 아라비안나이트, 두바이> 2부작
	터키 다큐멘터리 공동제작	OBS 경인방송	다큐멘터리 <오스만 제국의 후예들과 늑대> 2부작
2012	콜롬비아 방송영상물 공동제작	아리랑TV	- <K-팝 리얼리티 쇼(K-pop Reality Show)> - <아리랑 스페셜-애니모 케이팝(Arirang Special-Animo K-pop)> - <아리랑 프라임(Arirang Prime)-콜롬비아에서 한국을 만나다> 3편 공동 제작 및 교차 방영
	한태 수교 55주년 기념 다큐멘터리 공동제작	EBS	- 다큐멘터리 <자연에서 길어올린 영혼> 2부작 공동 제작 및 교차 방영

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

라. 방송영상산업 전문 인력 양성

□ 사이버 방송영상 아카데미 운영

- (개요) 한국콘텐츠아카데미(edu.kocca.or.kr) 온라인 교육 프로그램의 일환으로 방송영상 콘텐츠의 기획, 제작, 비즈니스 분야의 교육 콘텐츠를 개발해 희망자들에게 평생 교육을 무료 제공
- (지원대상) 방송영상 분야 예비 인력과 산업 종사자
- (수혜사례) '14년 41개의 교육과정 운영을 통해 총 9,372명이 교육 받음
- (지원내용) 한국콘텐츠아카데미는 온라인 교육 프로그램의 품질 제고를 위해 교육 대상별 인재 양성 목표 및 방법을 설정하고 콘텐츠 산업 분야별 직업군, 필요 역량 등을 담아 체계 수립
 - 청소년들에게 다양한 직업군과 창작 체험을 지원하고자 중학교 자유 학기제 참여 학교와 콘텐츠 특성화 고등학교를 대상으로 콘텐츠 기초 창작법을 배울 수 있는 온라인 강좌를 제공

□ 다큐멘터리 디렉터 스쿨 운영

- (개요) 문화체육관광부는 국내 방송 콘텐츠 산업의 저변 강화를 위해 다큐멘터리 분야의 인적 기반 확대를 목표로, '02년부터 다큐멘터리 디렉터 스쿨(Korea Independent Productions Association Director School : KIPA Director School)을 운영
- (지원내용) 제작 실무 전문 교육기관인 다큐멘터리 디렉터 스쿨은 방송의 다채널 환경에 필요한 전문 방송인을 양성하는 것을 목표로, 영상 제작 디렉터 과정(PD)과 마케팅 디렉터 과정(MD)로 나누어 교육
- (수혜사례) '14년 총 51명이 수료해 50명이 방송업계에 취업(제작 디렉터 과정 42명, 마케팅 디렉터 과정 8명)하는 성과를 이룸

□ 드라마 프로듀서 스쿨 운영

- (개요) 문화체육관광부는 국내 방송 콘텐츠 산업의 저변 강화를 위해 다큐멘터리 분야의 인적 기반 확대를 목표로, '02년부터 다큐멘터리 디렉터 스쿨(Korea Independent Productions Association Director School)을 운영

- **(지원내용)** 제작 실무 전문 교육기관인 다큐멘터리 디렉터 스쿨은 다채널 방송환경에 필요한 전문 방송인을 양성하는 것을 목표로, 영상 제작 디렉터 과정(PD)과 마케팅 디렉터 과정(MD)로 나누어 교육
- **(수혜사례)** '14년 총 51명이 수료해 50명이 방송업계에 취업(제작 디렉터 과정 42명, 마케팅 디렉터 과정 8명)하는 성과를 이룸

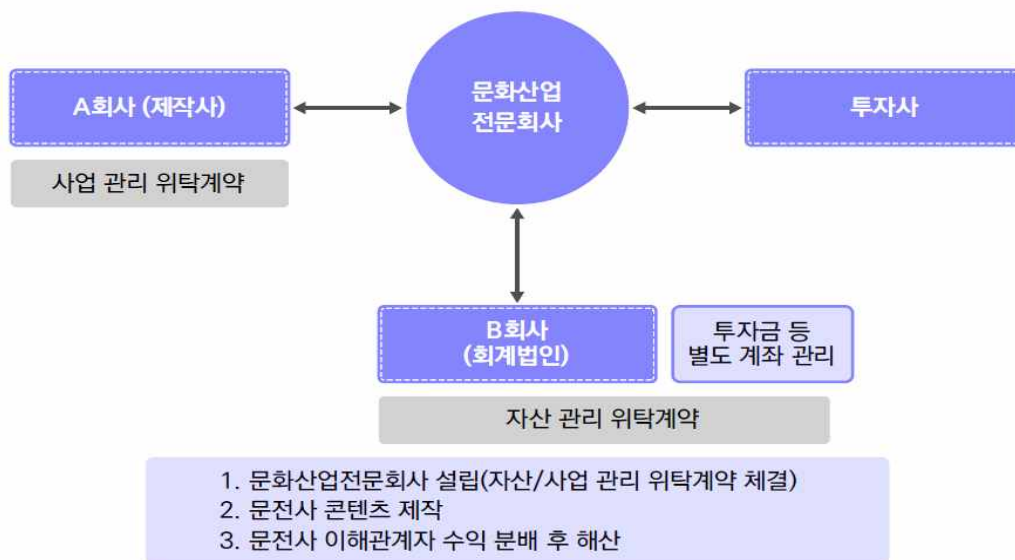
마. 금융 지원

※ 모태 펀드 조성, 글로벌 펀드 조성, 완성 보증 제도는 애니메이션 분야 동일 항목 참조

□ 문화산업전문회사

- **(개요)** 문화산업전문회사는 투자금의 투명한 조달과 운영, 회수 절차를 확보함으로써 좀 더 많은 투자자들에게 투자를 유인하기 위한 목적으로 도입
- **(지원내용)** 프로젝트 수행을 위해 별도로 설립된 문화산업전문회사는 프로젝트 사업에 대해서는 사업 관리자가 관리를 담당, 자금 관리는 회계법인 등 자산 관리자에게 업무를 위탁해 자금 관리를 투명하게 운영

<문화산업전문회사의 운영 구조>



자료원 : 한국콘텐츠진흥원

□ 방송진흥기금

- (개요) 국내 방송영상 콘텐츠 산업 발전에 기여하는 케이블TV 업계와 제작사의 콘텐츠 제작 인프라 구축과 콘텐츠 창작, 제작 지원을 위해 방송영상물 제작 및 제작 시설 구축을 위한 융자 지원을 시행하는 제도
- (지원분야) 케이블 PP 및 독립제작사의 프로그램 제작비 및 인건비, 첨단 디지털 시설 구축비, 방송 콘텐츠 제작에 필요한 CG, 3D 기술 등 기타 영상 진흥 사업

<조성 재원>

(단위 : 백만 원)

구분	1996	1997	1999	총계
지역 민방 출연(5개사)	1,000	2,200	-	3,200
2차 케이블 SO 출연(24개사)	-	19,750	-	19,750
구 공익 자금 출연	-	-	4,500	4,500
합계	1,000	21,950	4,500	27,450

<대출 조건>

(단위 : 백만 원)

분야별	융자 기간	대출 한도 (프로젝트별)	연 이자율		
			전체	은행 수수료	진흥원
방송 프로그램 제작비 융자 지원 (일반)	2년	1,500	2.75%	1.5%	1.25%
디지털 방송 시설 구축 융자 지원	2년	1,000	2.75%	1.5%	1.25%
방송 프로그램 인건비 융자 지원	1년	500	2.5%	1.5%	1.0%

※대출 규모 : 매년 130억 원 규모.

자료원 : 한국콘텐츠진흥원

3-2. 방송콘텐츠 (※문화체육관광부 자체 지원내용 중심)

가. 지원 행사 개최

□ 부산콘텐츠마켓(BSM) 2014 개최

- (개요) 부산콘텐츠마켓은 한류 문화시장의 저변 확대를 목표로 '14.5.15~17일까지 해운대 벅스코에서 3일간 개최
- (지원 내용) '14년 행사는 8회째로 전세계 45개국 555개 업체, 261개 부스에 바이어와 셀러 1,314명이 참여해 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 등 다양한 콘텐츠 거래
- (수혜 사례) '14년 부산콘텐츠마켓 방송 견본시의 상담 및 거래 실적은 7,892만 달러

<BCM 2014 프로그램>

구분	행사 내용
BCM MARKET	방송 견본시, BIZ Matching, 문화 콘텐츠 펀드 투자 계획 설명회, BCM Pitching 투자 협약식
BCM FORUM	BCM 아카데미, 아시아 차세대 TV 콘텐츠 포럼 세미나, UHDTV 및 모바일 정책 세미나
BCM PLAZA	3DTV, 4D 콘텐츠 등 뉴미디어 전시 체험
공식 행사	개막식, 환영 리셉션, Buyer Seller Luncheon, Korean Traditional Performance
부대 행사	Taiwan Day Event, 홍보대사 '남규리' 팬사인회

<BCM 2014 참가 업체 현황>

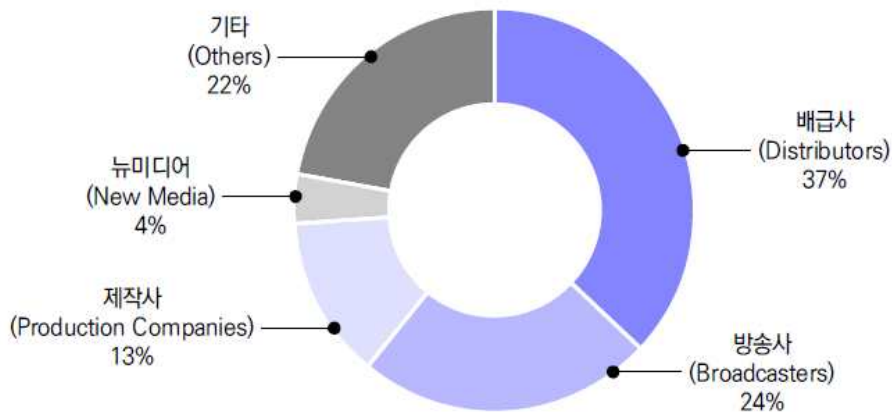
구분		참가 업체(개)		
		2012	2013	2014
해외	Buyer	208	230	198
	Seller	99	94	83
	소 계	307(266)	324(281)	281
국내	Buyer	164	142	121
	Seller	201	151	153
	소 계	365(287)	293(229)	274
합계		672 (553)	617 (510)	555

※2014년부터 셀러, 바이어가 동시에 참가하는 업체는 중복 집계(괄호 수치)를 배제함

자료원 : 2015 방송영상 산업백서

<BCM 2014 참가 현황 (참가사 사업 분야)>

(단위: %)



자료원 : 2015 방송영상 산업백서

□ 서울드라마어워즈 2014 개최

- (개요) 서울드라마어워즈(SDA : Seoul International Drama Awards)는 KBS, MBC, SBS, EBS 방송 4사가 합심해 세계 각국의 드라마를 우리나라에 알리고, 우리 드라마도 세계에 알리자는 취지에서 개최되는 국제 행사
- (지원 내용) '06년에 첫 회를 시작해 '14년 9회까지 열렸으며 '14년에는 50개국 209개 작품을 유치하여 국제적으로 시상식의 권위를 인정받음
- (결과) 유튜브를 통해 온라인 시상식 생중계를 진행하며 한류 문화 확산과 한국 드라마 홍보 효과를 증대 (105개국, 11만 641명 시청)

□ 코리아드라마페스티벌 (KDF) 2014 개최

- (개요) 아시아권을 중심으로 우리나라 드라마의 우수성을 알리고 드라마 산업 발전과 지역 경제 활성화를 위해 '07년부터 매년 가을 진주에서 개최되는 축제
- (지원 내용) '14년 제7회 행사('14.10.01.~'14.10.12.) 에서는 지난 1년간 우리나라에서 방영된 지상파, 종편, 케이블 채널의 드라마를 대상으로 한 시상식과 OST 콘서트 등 개최

□ 부산국제광고제 2014 개최

- (개요) 부산 벡스코에서 '14년 8월 개최된 2014 부산국제광고제 (AD STARS 2014)는 문화체육관광부와 부산시가 후원하는 세계 최초 온·오프라인 융합 광고제
- (지원 내용) '08년부터 개최되었으며 온라인 예선과 오프라인 본선이 함께 열리는 국내 유일의 국제 광고제
 - 50개국 1,666편이 본선에 진출하였으며 시상식에서 총 250편 수상
 - '14년 광고제에서는 광고산업이 가장 빠르게 성장하고 있는 중국 시장을 겨냥, 중국광고협의회 등 200여 명의 중국 대규모 참관단유치
 - 전문 광고인 뿐 아니라 누구나 참여할 수 있는 야외 행사인 'AD 스트리트'를 마련하여 세계적 광고 문화 축제로서의 위상을 다짐

나. 교육 프로그램 운영

□ 해외 방송인 초청 교육사업

- (개요) 문화체육관광부, 사단법인 한국PD교육원이 일방적 한류 확산에 대한 반감을 막고 한류의 지속 발전 기반 구축을 목표로 추진하는 쌍방향 방송 교류 사업
- (지원 내용) '11년부터 추진되었으며 '14년에는 총 3회에 걸쳐 해외 방송인 국내 초청 교육으로 이루어짐.
 - 한류 잠재 지역인 남미 6개국, 중국 6개 성(省) 정부 방송사 및 아시아 4개국을 대상으로 방송 관계자와 콘텐츠 기획자를 초청해 교육 진행 (11개 국, 21개 방송사, 37명)
 - '11년부터 '14년까지 총 9회에 걸쳐 이루어진 해외 방송인 초청 교육은 각국 방송 인력과의 우호 교류뿐만 아니라 우리나라 방송 콘텐츠를 해외에 알리는 가교 역할

- (수혜사례) 4개국, 5개 방송사와 교육 협력 MOU를 체결하고 아르헨티나, 칠레, 우루과이 등 중남미 지역에서 한국 프로그램의 방영 확정 및 구매를 검토하는 성과

□ 기타 교육 프로그램 운영

- (개요) 문화체육관광부는 광고업계 수요에 부응하는 실무 중심의 인재 양성을 위해 한국광고단체총연합회와 함께 ‘글로벌 광고 인재 센터 운영 사업’ 추진
- (지원 내용) 우수한 예비 인력을 대상으로 실제 프로젝트를 부여하고 기획, 제작, 제안에 이르는 단계별 실무 교육을 제공
 - ‘14년 총 29명이 수료했고 국내외 광고제에 총 74개 (국내 38개/ 해외 36개) 작품을 출품해 총 21개 (국내 2개/ 해외 19개) 작품 수상
 - 한국콘텐츠진흥원에서 운영하는 ‘사이버 방송영상 아카데미 운영 사업’은 방송영상 분야의 제작 인력 저변 확대 및 해당 분야 종사자들의 직무 능력 향상 도모를 위한 우수 온라인 교육 제공

4. 게임 [※글로벌게임허브센터 지원내용 중심]

□ 차세대게임콘텐츠 제작지원사업

- (개요) 수출집약형 게임콘텐츠를 발굴하기 위해 추진
- (지원내용) '13년 상·하반기로 구분하여 지원
 - 상반기 : 전략시장 진출분야와 미래형 차세대게임분야
 - 하반기 : 지역 게임산업 기반 확충 및 청년창업 활성화를 위해 스타트업 분야와 지역 게임기업 분야에서 우수 게임을 선정
 - (수혜사례) 총 47편의 게임 개발이 완료, 플랫폼 다변화, 차세대 기술의 접목이 활발하게 이루어짐.

<'13년 상반기 차세대 게임콘텐츠 지원사업 지원 과제>

과제명	수행기관	분야
MP3 노트 자동생성 리듬액션 게임	일렉트릭몬스터	전략 시장
지금부터 축구왕 'Ahora Futbol Principe'	컬트핑거	
마법천자문 손오공의 한자영웅전	도미당 크리에이티브	
유무선 융합 디바인 소울	(주)게임프릭	
투닉스 갤럭시	(주)락호	
멀티 포털 플랫폼 온라인게임	트라이픽스	
차세대 멀티플랫폼 소셜 액션게임 팀좀비 개발	댄싱앤초비 엔터	미래형
이터널 클래식	(주)벌키트리	
멀티플랫폼 3D RPG : 카오스 히어로즈	와플소프트	
로봇과 디지털콘텐츠의 상호작용기반 체감형 스포츠게임	아이알로봇	
무용보 자동생성기술을 활용한 춤 겨루기 게임	제로원크래프트	
플라잉 슈터	주식회사 썸에이지	
이사만루 Fullcount (리얼 베이스볼 물리를 활용한 멀티플랫폼 3D 야구 게임 개발)	공개임즈	
N-스크린, Unity3D, Youtube를 통한 멀티플랫폼 Action SNS 게임	(주)레인보우야드	
나의 반려 동물 : 고양이	니벤스컴퍼니 /푸토엔터테인먼트	
나의별 이야기	(주)브리디아스마트	
실시간 소셜 기능이 탑재된 차세대 SNG	(주)라쿤소프트	

자료원 : 글로벌게임허브센터

<'13년 하반기 차세대 게임콘텐츠 지원사업 지원 과제>

과제명	수행기관
반응형 AR기술을 이용한 어드벤처게임(스마트TV)기반	인천정보산업진흥원 /(주)에이투티소프트
'Clanderz' 모바일 워게임 프로젝트	(재)울산문화산업개발원 /(주)피엔제이
노래방 시간 전송 배틀 게임	(재)광주정보문화산업진흥원 /주식회사 자콤 외
모바일 3D RPG, 바벨탑 : 탐욕의 종결자	인천정보산업진흥원 /맥스온소프트(주)
검귀 : 3D Action MORPG	경상북도문화콘텐츠진흥원 /니벤스컴퍼니
호흡신호변환장치와 연동하는 비누방울 Diet Game	경상북도문화콘텐츠진흥원 /유비즈텍
올레 아일랜드	(재)제주테크노파크 /라이트닝소프트 외
네버랜드 스토리	경기콘텐츠진흥원 /문웍스(구 데브아일랜드)
히어로스토리	경기콘텐츠진흥원 /(주)콘컴
젼파이터 스마트 투게더 멀티온라인	경기콘텐츠진흥원 /디이씨코리아 외
4D 기반 게임라이더용	(사)전북디지털산업진흥 /호미
투명 LCD 터치스크린을 활용한 차세대 교육 게임	(재)부산정보산업진흥원 /(주)파크이에스엠
방탈출 게임	(재)부산정보산업진흥원 /(주)게임데이
전략대전게임	(재)부산정보산업진흥원 /(주)마상소프트
실시간 네트워크 기반의 차세대 가상현실 실감형 레이싱게임	(재)대구디지털산업진흥원 /라온플러스
Unity3D를 활용한 다양한 Device에서 구동되는 게임 개발	(재)대구디지털산업진흥원 /(주)에이오엠엔터테인먼트
Z-BIKE기반의 멀티플랫폼 연동 스포테인먼트 체감형 게임제작	대전문화산업진흥원 /지오아이티 외
낚시는 리얼이다	(재)전주정보문화산업진흥원 /(주)모아지오
던전 러쉬	너울엔터테인먼트 /달게임디자인
이터널 오션	스튜디오웅 /게임뮤지엄

과제명	수행기관
멀티 플랫폼용 몬스터 수집 전략 게임 '몬스터 레이드'	오르카
초고품질 그래픽기술이 적용된 본격 하드코어 모바일 액션 RPG '소울 블레이드'	액션스퀘어
멀티플랫폼 지원 엔진을 이용한 차세대 RPG '12 Dragons'	주식회사 에이치쓰리
MMORPG 온라인 게임 콘텐츠 및 유무선 연동 관련 솔루션 개발	(주)이스트인터랙티브
소환전쟁2, 실시간 국가대항 전략 게임	테르소프트
싸이키 워리어스	(주)게임사이클
소셜 기반의 슈팅액션RPG 'Project FS'	(주)샬러드볼크리에이티브
Full 3D 정통무협 모바일 MORPG	(주)얼라이브게임즈
마이 리틀 드래곤	(주)모즈팩토리
모바일 미드코어 MORPG <파이널 워>	노엔소프트

자료원 : 글로벌게임허브센터

□ 게임 글로벌서비스플랫폼(GSP) 지원

- (개요/연혁) 외국 유저가 국내 게임을 이용할 수 있도록 서버 및 네트워크, 해외 마케팅, GM(Game Management) 서비스, 결제 서비스 등을 제공하며 온라인게임의 해외 진출 지원
- (지원내용) 미국, 유럽, 동남아 등 해외의 이용자가 국내 게임을 이용할 수 있도록 서버 및 네트워크, 해외 마케팅, GM(Game Management) 서비스, 결제 서비스 등을 제공하는 글로벌서비스플랫폼(GSP) 지원
- (수혜사례) '13년 글로벌 캠프(현지인들에게 직접 게임을 선보이는 현지 이벤트 행사)가 인도네시아, 베트남, 브라질에서 처음 열림.
 - 특히 베트남에서는 약 2,000명이 운집한 상태에서 크레이지 다이아몬드의 <러브 비트> 등의 게임을 성황리에 선보임.
 - '13년에 GSP를 통해 서비스한 게임업체들의 총 수출액은 전년 대비 18% 증가한 505만 달러를 기록
 - 게임프릭에서 서비스 중인 <디바인 소울>은 GSP서비스 개시 이후 인도네시아, 북미 등지의 퍼블리셔와 새롭게 계약을 체결

□ 인큐베이팅 지원 사업

- (개요) 글로벌게임허브센터는 게임기업 인큐베이션을 운영하며 국내 중소기업개발사를 발굴 및 육성
 - 입주 기업에 대해 인터넷 사용료 전액 지원, 공용시설 관리비 50% 지원 등
 - 게임분야 벤처기업 육성 프로그램인 게임벤처 2.0의 운영을 통해 창업 활성화를 도모
 - 게임소프트웨어 임대 지원, 투자설명회 및 취업박람회 개최 등을 통해 글로벌게임허브센터의 회원사들을 다방면으로 돕고 있음.
- (성공사례) 매출액 260억 원을 달성하는 등 지원 사업의 긍정적인 효과

□ 해외 수출 활성화 지원

- (개요) 한국콘텐츠진흥원이 국내 게임수출상담회(ITS GAME 2013)와 국외 게임쇼(ChinaJoy, gamescom, SPIEL)에 참여하여 한국 공동관을 운영
- (지원내용)

행사명	개최일 /장소	국내 참가기업	해외바이어 (상담)기업	상담건수	비고
ITS GAME 2013 in Korea	6.27~28 서울워커힐	194개사	85개사	1,456건	게임콘텐츠 해외수출지원
ChinaJoy 한국공동관 운영	7.25~28 중국 상해	35개사	-	870건	
독일gamescom 한국공동관 운영	8.15~17 독일 쾰른	24개사	-	726건	
SPIEL국제보드게임 박람회 한국공동관 운영	10.24~27 독일 에센	7개사	-	284건	취약플랫폼 게임해외수출지원 (보드)

자료원 : 글로벌게임허브센터

□ 모바일게임 글로벌 퍼블리싱 지원

- (개요) 한국콘텐츠진흥원의 모바일게임센터는 '모바일게임 글로벌 퍼블리싱 지원'사업을 통해 국내 중소 모바일게임 기업의 해외진출 활성화
- (지원내용) 국내 중소 모바일게임 기업 17개에 엔제이에스, 부나비 게임즈, 블루플레이 등을 선정하여 글로벌 퍼블리싱을 지원

□ 모바일게임 현지화 지원

- (개요) 모바일게임센터는 '모바일게임 현지화 지원'사업을 통해 국내 모바일게임의 맞춤형 해외진출을 지원함.
- (지원내용) 국내 모바일게임의 해외 진출을 위해 게임의 현지 언어 번역, 현지 기기 테스트, 적극적인 비즈매칭 지원을 통해 수출을 장려
- '13년 라티스글로벌커뮤니케이션을 위탁수행사로 지정하여 전체 40개 게임의 현지화를 지원

<수혜 사례>

순번	업체명	게임명	순번	업체명	게임명
1	퍼니비소프트	타워 오브 딘	21	아울로그	재배 소녀 2
2	엑스 포테이토	컴온 파이터	22	코로스튜디오	마스터 오브 던전2
3	누스랩	쉽팜 인 슈가랜드	23	이노스파크	드래곤 프렌즈
4	지애씨 인터랙티브	퍼즐 마스터즈	24	이꼬르	판타킹
5	안다물 코리아	소드걸스 S	25	플레이마루	캣타운
6	(주)모모	오투잼 POP	26	아이디어박스게임즈	마스터 오브 크래프트
7	로팝게임즈	아크나이트 EX	27	(주)앤편	캔디 코스터
8	(주)케이넷피	배틀 서머너	28	(주)앤편	빨간 마후라
9	(주)케이넷피	드래곤 크로니클	29	앱크로스	빙고팡
10	노크노크	해피해피 브레드	30	레드사하라스튜디오	불멸의 전사
11	디저털 프로그	델피니아 크로니클	31	시우인터랙티브	스키러쉬
12	산게임즈	마이 타워 스토리	32	젤리 오아시스	엘프 디펜스2
13	N피플게임	힘내라 타코야키	33	우주	브랜뉴 보이
14	베이글 코드	오늘도 버블	34	노엔소프트	파이너 월드
15	도트소프트	스텝	35	블루홀스튜디오	미니돔
16	라이브젠	아스트로윙	36	에스디인터넷	비틀윙
17	바닐라 브리즈	디저트 타운	37	에스디인터넷	네이버필드 모바일
18	(주)둑	뮤직 RPG	38	와플소프트	카오스 히어로즈
19	디아엔터테인먼트	갓 오브 하이스쿨	39	엔조이고	건탱
20	아만타	달리달리 쌍쌍	40	모둠	모고스타

자료원 : 글로벌게임허브센터



작성자

- ◆ 브뤼셀 무역관 김도연 대리
- ◆ 파리 무역관 윤하림 과장
- ◆ 마드리드 무역관 전수연 과장
- ◆ 밀라노 무역관 유지윤 대리
- ◆ 런던 무역관 김성주 대리
- ◆ 프랑크푸르트 무역관 박소영 과장
- ◆ 구미팀 안 령 사원



Global Market Report 16-023

한-EU FTA 문화협력의정서를 활용한 유럽 문화콘텐츠 시장 진출전략

발 행 인 김재홍
발 행 처 KOTRA
발 행 일 2016년 4월
주 소 서울시 서초구 헌릉로 13
(06792)
전 화 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 www.kotra.or.kr

ISBN : 979-11-87219-38-5(95320)

Copyright © 2016 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는

저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

Global Market Report

한-EU FTA 문화협력의정서를 활용한 유럽 문화콘텐츠 시장 진출 전략
