

프랑스

온라인 콘텐츠 시장과 통신 산업

KOFIC

프랑스의 온라인 콘텐츠 시장과 통신 산업

영화진흥위원회 프랑스 통신원 김민채

발행인 김세훈

발행일 2016 년 10 월 21 일

-

영화진흥위원회

부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13 층, 14 층

전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849

홈페이지 www.kofic.or.kr

©영화진흥위원회, 2016

Contents

01

프랑스 온라인 콘텐츠 시장 현황 / 1

02

통신 사업자와 온라인 콘텐츠 시장 / 3

03

관련 여론 / 8

04

자료 출처 / 9

1. 프랑스 온라인 콘텐츠 시장 현황

1) 프랑스 VOD, SVOD 사업자

아래의 [표 1]은 프랑스 온라인 콘텐츠 사업자 순위와 소비자의 비율을 정리한 표이다. 이 자료에 따르면, 2015년 프랑스에서 가장 많은 소비자가 이용한 VOD, SVOD 사업자는 오랑주 (Orange)로 전체 소비자의 27 %를 차지하고 있다. 그 뒤로 MyTF1 VOD와 넷플릭스 (Netflix)가 뒤를 이었는데, 소비자 비율은 각각 26.4 %와 25.8 %이다.

[표 1] 프랑스 온라인 콘텐츠 사업자 순위와 소비자 비율

표 내용 : 프랑스 국립영화센터 CNC 2015년 결산 자료에서 발췌한 프랑스 온라인 콘텐츠 (VOD, SVOD) 사업자의 목록, 1위 ~ 19위 순위, 소비자 비율. (2011년부터 2015년까지)						
	사업자	2011	2012	2013	2014	2015
1	Orange	34.0	37.9	27.0	24.6	27.0
2	MyTF1 VOD	14.6	18.7	23.3	22.4	26.4
3	Netflix	-	-	-	6.2	25.8
4	CanalPlay VOD	25.6	27.4	22.7	19.5	20.3
5	CanalPlay (정액권)	-	-	11.7	17.6	18.5
6	France TV Pluzz V&D	-	-	-	6.1	16.8
7	iTunes	13.5	17.0	14.8	14.2	15.1
8	Arte	-	-	-	10.8	14.6
9	SFR Club Vidéo	18.4	20.0	14.5	14.0	12.2
10	Google Play	-	-	7.8	9.4	11.2
11	PlayStation Store	4.2	5.7	6.4	6.7	7.6
12	Cinéma[s] @ la demande	-	-	-	4.6	7.4
13	Filmo TV	-	-	5.0	4.8	5.1
14	Vidéo Futur	2.4	5.3	4.5	5.2	4.8
15	Films&documentaires.com	-	-	-	2.3	4.6
16	AND Anime Digital Network	-	-	-	1.7	4.1
17	Universciné	-	-	-	4.1	3.7
18	Iminéo	-	-	-	1.7	3.6
19	Zive	-	-	-	-	0.2
	기타	16.5	17.4	15.5	12.3	13.5

자료출처: 「CNC 2015년 결산 (Bilan 2015 du CNC)」, CNC, 2016.

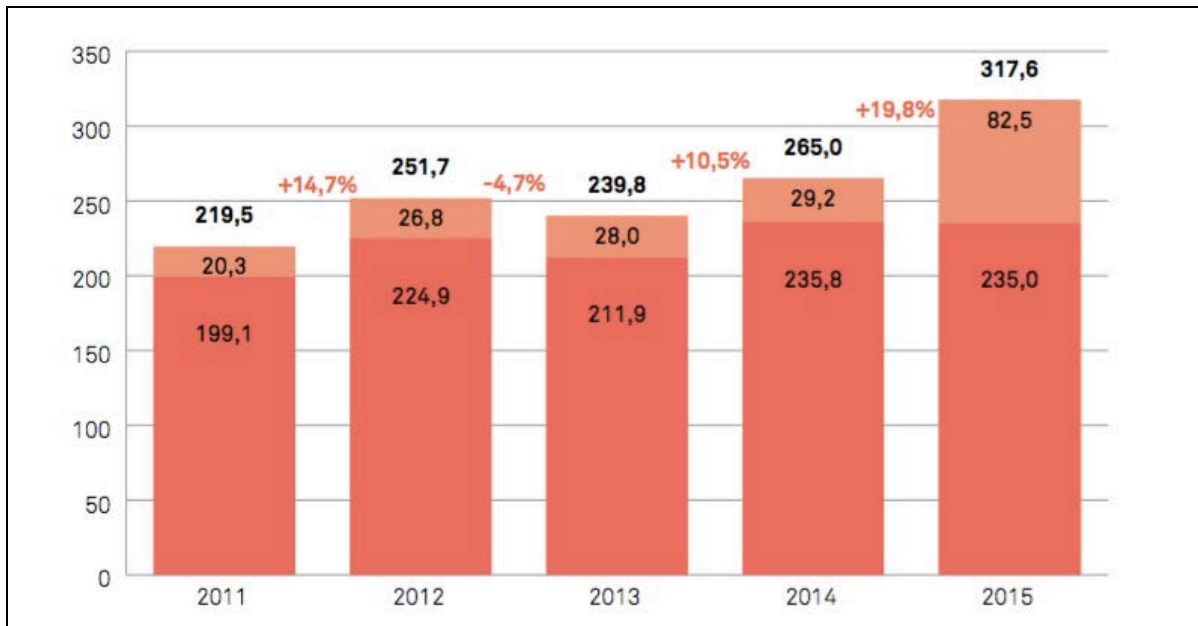
2) 온라인 콘텐츠 시장 현황

총 시장 규모

2015년 프랑스의 VOD, SVOD 시장¹은 3억 1760만 유로 규모이다. 이는 2014년 대비 19.8 %가 증가한 것이다. 아래의 [그래프 1]은 2011년부터 2015년까지 VOD, SVOD 시장 규모의 변화를 보여준다. 각 막대의 밑 부분이 VOD 시장, 윗 부분이 SVOD 시장의 규모를 의미한다.

이 그래프에서 주목해야 할 부분은 2014년 대비 2015년 SVOD 시장의 규모의 기하급수적인 증가이다. 2014년 대비 무려 182.3 %나 성장하여, 2015년 8250만 유로 규모 수준을 기록했다. 이 같은 성장은 기존의 SVOD 사업자인 카날플레이 (CanalPlay)와 넷플릭스 (Netflix)가 SVOD 시장을 역동적으로 변화시킨 것에 기인한다. 여기에 2015년 11월부터 프랑스의 주요 통신 사업자인 SFR가 자이브 (Zive)라는 SVOD 서비스를 런칭, SVOD 시장에 도전장을 내민 상태다. 특히 넷플릭스와 자이브의 대대적인 홍보로 SVOD 서비스에 대한 대중들의 인식이 높아졌다고 평가된다.

[그래프 1] 2011년 ~ 2015년 VOD, SVOD 시장 규모의 변화



자료출처: 「CNC 2015년 결산 (Bilan 2015 du CNC)」, CNC, 2016.

¹프랑스의 'VOD, SVOD 서비스 시장'에는 텔레비전 방송 다시보기 서비스 시장은 포함되지 않는다. 프랑스에서 텔레비전 방송 다시보기 서비스는 정해진 기간 무료로만 제공된다.

VOD, SVOD 소비자 특징: 35~49세 사이의 남성, 한 달에 1회 미만 이용

설문 조사 결과에 따르면, 2015년 VOD 서비스를 이용한 사람의 항목별 비율은 다음과 같다.

성별 별: 남성 (52.7 %), 여성 (47.3 %)

나이대 별: 15세~24세 (26.7 %), 25세~34세 (26.8 %), 35세~49세 (32 %)

위의 수치에 따르면, 프랑스에서 VOD 서비스를 구입하여 이용하는 사람은 주로 35~49세 사이의 남성이다. 또한 2015년 VOD 서비스를 이용한 전체 소비자의 65.8 %는 한 달에 1회 미만의 이용율을 보였다. 하루에 1회 이상 사용하는 사용자는 전체의 4.3 %를 차지했다.

사업자별 가입자 수

사업자별 영상물 매출 규모와 가입자 수를 알 수 있는 공식적인 자료는 없다. 또한 대부분의 서비스 사업자가 자신의 가입자 수나 영상물 매출 규모를 발표하고 있지 않기 때문에 정확한 수치는 추론에 그치고 있는 상황이다. 여러 신문 기사에 언급된 내용을 정리하면 다음과 같다.

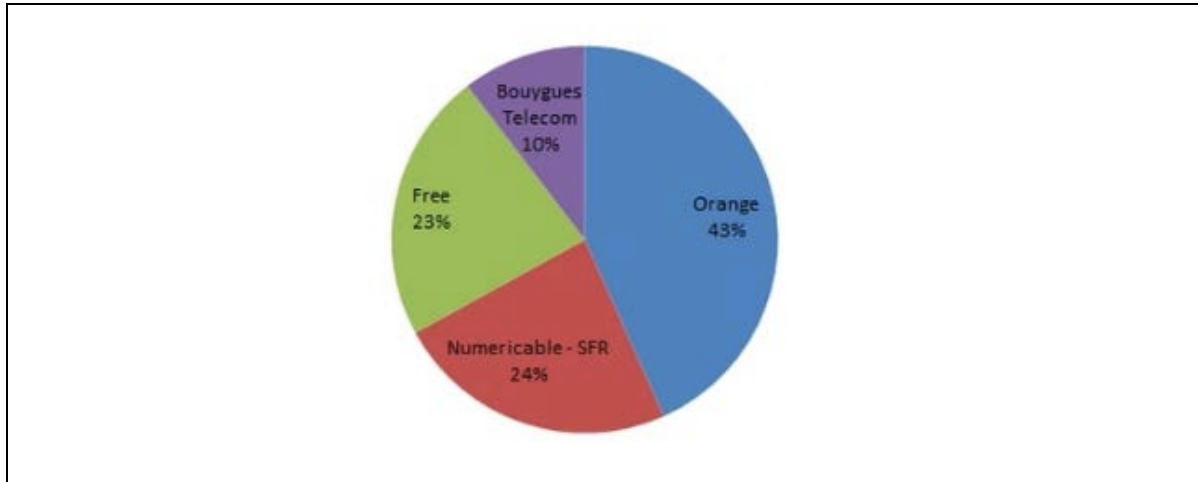
현재 총 프랑스 인구의 1.3 %인 백만 명이 유료 SVOD 서비스를 이용하고 있는 상태로 추정된다. 프랑스의 SVOD 시장은 카날플레이와 넷플릭스의 양자 구조인데, 카날플레이는 2015년 말, 구독자의 수가 61만 3000명이라고 발표했다. 넷플릭스는 정확한 수치를 제공하지 않았다. 최근 SVOD 사업에 뛰어든 SFR의 자이브는 2016년 1월 말, 자신의 가입자수가 100만 명에 이른다고 발표하기도 했지만, 이는 정확한 수치라고 보기 어렵다. 왜냐하면 서비스 초기에 자이브는 SFR의 인터넷 서비스를 이용하는 고객들에게 무료로 제공되기도 했기 때문이다. 필모 TV (Filmo TV)는 2015년 가을, SVOD 서비스 가입자 수가 20만 명이라는 자료를 발표하였다.

2. 통신 사업자와 온라인 콘텐츠 시장

1) 프랑스의 통신 사업자

프랑스의 주요 인터넷 사업자는 오랑쥬(Orange), 누메리카블-SFR(Numéricable-SFR), 프리(Free), 부이그 텔레콤 (Bouygues Telecom), 총 네 곳이다. [그래프 2]는 2016년 1분기 인터넷 사업자의 시장 점유율을 나타낸 것이다. 이 그래프에 따르면, 오랑쥬가 전체 시장의 43 %의 점유율을 차지, 1위를 기록하고 있으며, 2위는 누메리카블-SFR인데, 점유율이 24 %로 1위와의 차이가 큰 것을 알 수 있다.

[그래프 2] 2016년 1분기 인터넷 사업자의 시장 점유율



자료출처: 「Parts de marché du haut et très haut débit en France」, <주르날위네 (Journaldunet.com)>, 2016년 6월 2일.

아래의 [표 2]는 2016년 1분기 프랑스의 인터넷 사업자 4곳의 가입자 수를 나타낸 것이다. 인터넷 사업 1위를 차지하고 있는 오랑쥬는 1190만 명, 뉘메리카블-SFR와 프리가 각각 652만 명, 621만 6000명의 가입자 수를 보유하고 있다.

[표 2] 2016년 1분기 인터넷 사업자 4곳의 가입자 수

표 내용 : 2016년 1분기 인터넷 사업자 4곳의 가입자 수 각각의 사업자가 제시한 수치에 의거하여 주르날위네(Journaldunet.com)이 정리.	
	인터넷 가입자 수 (단위: 백만 명)
오랑쥬	11.9
뉘메리카블-SFR	6.52
프리	6.216
부이그 텔레콤	2.859
총	27.495

자료출처: 「Parts de marché du haut et très haut débit en France」, <주르날위네 (Journaldunet.com)>, 2016년 6월 2일.

인터넷 요금은 제공하는 서비스의 정도에 따라 가격이 다양하다. 프랑스는 박스 (Box)라고 불리는 인터넷, 유선 전화, TV의 통합 상품(트리플 플레이 서비스, Triple Play service, TPS)이 대부분이다. 인터넷과 유선 전화의 경우에는 상품별 차이가 크지 않지만, TV의 경우 볼 수 있는 채널의 수(유료 채널의 유무 등)가 차이가 많이 난다. 가격은 보통 월 29.99 유로 ~

84.99 유로 정도이다. 보통 1년 약정으로 할인되는 경우가 많다. 각종 프로모션도 빈번하다. 무선 전화와 통합할 경우(쿼드러플 플레이 서비스, Quadruple Play service, QPS)에는 추가 가격 할인이 있다.

2) 통신 사업자와 VOD, SVOD 서비스

통신 사업자이면서 VOD, SVOD 사업자이기도 한 프랑스의 주요 사업자는 오랑주, SFR 두 곳이다. 오랑주의 경우는 VOD 서비스를, SFR의 경우에는 VOD와 SVOD 두 서비스 모두를 제공한다. 같은 사업자가 인터넷과 VOD/SVOD 서비스를 제공하고 있지만, 통신과 VOD, SVOD 이용은 일반적으로 별개이다. 예를 들어 오랑주의 인터넷 서비스를 이용하는 가입자는 추가 이용료를 지불하고 VOD 서비스를 이용하거나, 넷플릭스 (+월 7.99 유로), 카날플레이(+월 9.99 유로), 필모 TV (+월 6.99유로) 등의 SVOD 서비스를 TV를 통해 볼 수 있다. 단 SFR의 SVOD 서비스인 자이브의 경우에는 SFR의 인터넷을 사용하는 경우에만 가입이 가능하다. 일반적인 경우에 인터넷 결합 상품을 통하지 않아도 SVOD, VOD 서비스는 개별적으로 이용이 가능하기 때문에, 특정 인터넷 회사의 서비스를 이용해야 할 필요는 없다.

3) 통신 사업자와 방송 다시보기 서비스

프랑스에서 통신과 VOD, SVOD 이용은 별개라는 점을 고려해 볼 때, 통신 사업자가 제공하는 영상물의 범위를 논하는 문제는 결국 텔레비전 다시보기 서비스의 문제로 수렴된다. 앞서 언급한 것처럼 프랑스에는 박스(Box)라고 불리는 인터넷, 유선 전화, TV의 결합 상품이 대부분이다. 따라서 인터넷을 가입하면 TV, PC, 태블릿을 통해 TV 프로그램을 무료로 볼 수 있다. 25개 전국구 무료 채널 프로그램²의 경우에는, 'TV à la demande' 혹은 TVR (télévision de rattrapage)라고 불리는 다시보기 서비스를 이용할 수 있다. 굳이 TV를 통하지 않고도 각 채널의 인터넷 사이트를 방문하면 서비스를 이용할 수 있다. 이 서비스는 7~30일까지 무료로 제공되고 그 이후에는 삭제되거나 유료화된다. 하지만 유료 방송 VOD를 서비스하는 사업자는, 필자가 알고 있는 한 없다. 그 외의 테마 채널은 통신 사업자에 따라 제공되는 서비스가 다르다. 왜냐하면 통신 사업자가 제휴하고 있는 텔레비전 채널이 상이하기 때문이다. 아래의 [표 3]은 인터넷 사업자 별로 제공하는 다시보기 서비스의 채널(테마 채널의 경우)이 상이함을 보여주는 예이다.

[표 3] 인터넷 사업자 별 다시보기 서비스 제공 채널 (테마 채널의 경우)

² 저작권 문제가 없을 경우에 한정된다. 일반적으로 영화, 스포츠 경기, 공연 등은 다시보기에서 제외되고 있다.

	CanalSat	Bouygues Telecom	Free	Numericable	Orange	SFR
13ème Rue	✓					
AB1		✓	✓		✓	✓
AB Moteurs		✓	✓			✓
Action						✓
Animaux			✓		✓	
Boing	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Boomerang	✓		✓	✓	✓	✓
Canal J	✓					
Cartoon Network	✓			✓		
Chasse et Pêche			✓			
Ciné+ (bouquet de 6 chaînes)	✓		✓	✓		✓
Ciné FX						✓
CNN			✓			
Comédie+	✓					
Discovery	✓					
Discovery Education	✓					
Discovery Science	✓					
Disney Channel	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Disney Cinemagic	✓			✓		
Disney Junior	✓			✓		
Disney XD	✓			✓		
E!l	✓				✓	
Encyclo			✓			
Equidia Life / Equidia Live	✓		✓	✓	✓	✓
Escales			✓			
Euronews	✓		✓	✓		
Eurosport	✓	✓		✓		✓

자료출처: 「La télévision de rattrapage : une pratique installée, une économie en devenir」, CSA, 2015년 2월.

방송 다시보기 서비스에 관한 모든 권한은 방송국에 있다. 인터넷 사업자가 다시보기 서비스의 제공 유무에 간섭하지 못하게 되어있다. 방송 다시보기 서비스를 제공하기 위해서 인터넷 사업자는 적게는 10만 유로에서 많게는 300만 유로에 이르는 비용을 각 방송국에 지불해야 하는데, 이는 방송국의 영향력과 인터넷 사업자의 협상 능력에 달렸다. 방송국의 입장에서 이 비용과 광고 수익이 다시보기 서비스를 제공해서 얻는 이익이라고 할 수 있겠다.

현재 프랑스에서는 방송 다시보기 유료 서비스가 사업화되어 있지 않다. 사실 프랑스에서 텔레비전 다시보기 서비스는 최근에 들어서야 이슈화되었다. 사람들의 텔레비전 시청 습관의 변화로 무료로 제공되는 7일~30일 이후에 다시보기 서비스를 이용하는 사람이 늘면서, 이제야 이 서비스의 경제적 가치에 대해 생각하기 시작하였기 때문이다. 프랑스방송위원회 CSA의 2015년 자료에 따르면, 다시보기 서비스의 유료화를 위해서는 해당 채널, 광고주, 인터넷 사업자 간의 이해 관계, 저작권 문제, VOD, SVOD 시장과의 관계 등 다각도로 문제를 고려해야 할 것으로 보고 있다. 현 상태를 유지할 지, 전면 무료화 할지, 전면 유료화 할지는 아직 정해지지 않은 상태다.

4) 관련 법

온라인 콘텐츠에 관한 법으로는 저작권과 저작인접권에 대한 DADVSI 법 (loi DADVSI, Loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information), VOD, SVOD, TVR(방송 다시보기)를 모두 포함하는 주문형 영상물 서비스를 칭하는 SMAD (Services de médias audiovisuels à la demande)에 관한 법률인 2013년 11월 15일 공공 영상물의 독립성에 관한 법, P2P 등의 불법 다운로드를 금지하고, 인터넷 상에서의 창작물의 보호와 배급을 위한 Hadopi 법(Loi relative à la production pénale de la propriété littéraire et artistique sur internet), 미디어 연대기 (Chronologie des médias, 영화 극장 개봉으로부터 TV나 VOD 등의 다른 형태로의 상영까지의 기간을 정해놓은 법령) 등이 있다. 이들을 모두 창작자나 콘텐츠 제공 업자들의 권리를 보호하기 위한 것들이다. 이러한 법들에 통신 사업자와의 관계에 관한 법령은 거의 없는 상태이고, 있어도 매우 기술적이고 부차적인 언급뿐이다.

5) 프랑스 시장의 특징

프랑스의 통신 시장과 온라인 콘텐츠 시장은 다음과 같은 점에서 한국의 시장과 차이점이 많다.

첫 째, 텔레비전 방송 다시보기 서비스인 TVR을 제외한 유료 VOD, SVOD의 경우에는 인터넷 사업자들과 독립적으로 운영된다. 통신사들의 플랫폼을 통해 통신 요금과 패키지 하는 경우는 SFR의 SVOD 서비스인 자이브(Zive)가 유일하나, 이에 대한 문제가 아직 제기되지 않았다.

둘 째, 방송 다시보기 서비스는 거의 대부분이 무료이다. 하지만, 이에 대한 소비가 증가하면서 이를 유료화 시킬지 말지에 대한 문제가 서서히 드러나고 있는 상황이다.

셋 째, 콘텐츠 제공 업자에 대한 법적인 보호가 잘 되어있는 편이다.

3. 관련 여론

통신비와 온라인 콘텐츠 비용에 대한 프랑스의 일반적인 여론은 다음과 같다.

통신비의 경우에는 제공하는 서비스에 따라 다양한 상품이 있고, 각종 프로모션으로 통신비를 할인해주는 경우가 많기 때문에 초기 가격에 대한 비판은 많이 없는 편이다. 하지만 가입 후에 통신사 측에서 콘텐츠 제공 약관을 변경, 제공하는 콘텐츠의 증가를 빌미로 가격을 무턱대고 올리는 경우가 많아 각종 인터넷 게시판에 이에 대한 비판이 거세다.

온라인 콘텐츠 비용(VOD)의 경우, 비싸다는 의견이 지배적이었다. 특히 2011년의 기사에 따르면, VOD 서비스의 인프라가 많이 개선되었고, 시장 규모 또한 커졌는데도 불구하고, VOD의 가격이 2005년과 2011년에 4.99 유로(신작 영화의 경우)³로 동일하다는 비판이 있었다. 배급과 저작권료의 문제 때문에 가격을 내리지 못하는 것으로 해석되었는데, 5년이 지난, 현재도 여전히 신작 영화의 VOD 대여 가격은 4.99 유로인 상태이다.

³ VOD 가격이 4.99유로일 경우, 가격 구성은 다음과 같다.

세금: 1.10 유로, 배급사: 1.23 유로, 저작권료: 2.45유로, 플랫폼: 0.20 유로

[자료출처]

보고서

「CNC 2015년 결산 (Bilan 2015 du CNC)」, CNC, 2016.

「La télévision de rattrapage : une pratique installée, une économie en devenir」, CSA, 2015년 2월.

신문 기사

「Huit lois en dix ans pour encadrer le Web français」, <르몽드 (Le Monde)>, 2015년 4월 16일.

「Parts de marché du haut et très haut débit en France」, <주르날위네 (Journaldunet.com)>, 2016년 6월 2일.

「Parts de marché des opérateurs mobile en France」, <주르날위네 (Journaldunet.com)>, 2016년 5월 18일.

「Comparatif des offres fibre」, <아리아즈 (Ariases.com)>, 2016년 10월 6일.

「Marché vidéo: le milliard d'euros sur le fil」, <지디넷(zdnet.fr)>, 2016년 3월 3일.

「4,99 € pour un film en VOD, c'est trop cher !」, <지디넷(zdnet.fr)>, 2011년 6월 21일.

인터넷 사이트

프랑스 국립영화센터 (<http://cnc.fr>)

프랑스방송위원회 CSA (<http://www.csa.fr>)