

## 2015년 프랑스 영화산업 결산



## 2015 년 프랑스 영화산업 결산

영화진흥위원회 프랑스 통신원 김민채

발행인 김세훈

발행일 2016 년 4 월 15 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](http://www.kofic.or.kr)

©영화진흥위원회, 2016

# Contents

---

## 01

들어가는 말 / 1

---

## 02

2015 년 영화산업 개관 / 1

---

## 03

제작, 배급 현황 / 5

---

## 04

극장 시장 분석 / 9

---

## 05

디지털 온라인 시장 현황 / 12

---

## 06

해외 시장 / 14

---

## 07

한국영화 개봉 현황 / 14

---

## 08

정책 동향 / 15

---

## 09

2016 년 영화산업 전망 / 16

---

## 10

자료 출처 / 17

---

## 1. 들어가는 말

본 보고서에서는 2015년 프랑스의 주요 일간지, 영화 관련 사이트들에서 언급된 영화 시장 관련 기사들과 프랑스 국립영화센터 (이하 CNC) 홈페이지에서 열람이 가능한 각종 정보들을 기반으로 2015년 프랑스 영화 산업 전반에 대해 살펴보고자 한다. 보고서에 언급된 대부분의 수치들은 CNC에서 제공하고 있는 것이며, CNC의 2015년 결산 자료(매년 5월 중순경 발간)가 공식적으로 발간되기 이전이기 때문에 약간의 변동이 있을 수 있다는 사실을 사전에 밝힌다.

## 2. 2015년 영화산업 개관

2014년에 이어 2015년에도 프랑스 영화산업은 활기가 넘쳤다. 특히 2년 연속 영화 관람객의 수가 2억만 명을 넘어 섰는데, 이는 프랑스 영화산업의 강한 생명력을 보여주는 것이라 평가되고 있다.

### 총 관객수 2억 600만 명

2015년에는 총 2억 600만 명이 영화관을 찾았다. 2014년에 비해서 1.4%정도 감소되긴 했지만 지난 10년 간의 평균 관객수인 1억 9958만 명과 비교해 보았을 때 높은 수치이다. 프랑스는 2015년 유럽에서 가장 많은 사람들이 영화관을 찾는 나라였다.

### 많은 영화들이 상업적으로 성공

2015년에는 많은 영화들이 상업적으로 큰 성공을 거두었다. 500만 명 이상이 관람한 영화가 3편이었고 300만 명 이상이 관람한 영화가 12편이나 되었는데, 이는 최근 10년간 가장 높은 수치이다.

### 다양한 장르의 프랑스 영화들이 제작

2015년에는 <알라딘의 새로운 모험>, <선생님들 2>와 같은 코메디 영화, <테이큰 3>과 같은 액션, 어드벤처영화 등 다양한 장르의 프랑스영화들이 제작되었다. 여기에는 <어린 왕자>, <왜 나는 아버지를 먹지 않았을까? (Pourquoi j'ai pas mangé mon père)> 등 애니메이션 영화도 빼 놓을 수 없다.

### 많은 프랑스영화들이 상업적, 예술적 성공을 동시에 거둠

2015년은 많은 프랑스영화들이 상업적 성공을 거둠과 동시에 예술적으로 인정받았던 한 해였다. 칸 영화제에서 황금 종려상을 수상한 <디판>을 비롯하며, 남우주연상의 <아버지의 초상>, 여우주연상의 <나의 왕(Mon roi)>, 개막작 <말로니의 두 번째 이야기(La tête haute)> 등이 상업적, 예술적 성공을 동시에 거뒀다.

### 프랑스영화 수출도 활기

2015년도 역시 해외에서의 프랑스영화의 인기가 높았다. 특히 애니메이션 영화 <어린왕자>의 경우 40개가 넘는 나라에 판매, 상영되었고, 1400만 명 이상이 관람하여 지난 20년간 가장 큰 국제적 흥행을 거둔 프랑스 애니메이션 영화로 기록되었다.

### 3. 제작, 배급 현황

#### 1) 제작 현황

이번 장에서는 2016년 4월 5일 업데이트된 CNC의 영화 제작(Production cinématographique) 통계 자료와 2015년 영화 제작 결산 자료인 「La Production cinématographique en 2015」를 토대로 2015년 프랑스영화 제작 환경을 살펴보도록 하겠다. 제작 편수, 제작비, 자금 조달 방법 등 8개 사안에 대해 간략하게 분석할 예정이다.

#### 2015년 제작 영화의 수는 300편

2015년에는 2014년에 비해 42편이 증가한 300편의 영화가 제작되었다. 이는 최근 5년동안 가장 높은 수치이다. 100% 프랑스영화가거나 프랑스의 비중이 높은 공동 제작 영화의 경우 234편이 제작되어 전년도 대비 15.3% 상승했다. 이 중 절반에 해당되는 48.3%가 감독의 첫 작품 혹은 두 번째 작품이었다.

[표 1] 제작 편수

표 내용: 최근 5년간의 제작 편수 현황(단위: 편)			
	프랑스영화 (100% 프랑스영화+프랑스의 비중이 높은 공동제작영화)	외국의 비중이 높은 공동제작영화	총 편수
2011	206(151+55)	65	271
2012	209(150+59)	70	279
2013	208(153+55)	61	269
2014	203(152+51)	55	258
2015	234(158+76)	66	300

자료출처: 「Production cinématographique-données statistiques」, CNC, 발행일 2016년 4월

#### 영화 제작 투자의 증가

영화 투자가 적었던 2014년과는 달리 2015년에는 총 12억 2417만 유로가 영화 제작을 위해 사용되었다. 이 중 프랑스 내 투자금은 9억 7020만 유로, 외국 투자금은 2억 5400만 유로에 달했다. 국내외 투자금을 통틀어 프랑스영화에 투자된 금액은 총 10억 2379만 유로로 전년도 대비 28.1% 상승하여 2013년도의 10억 1922만 유로 선을 회복했다. 프랑스영화에 투자한 외국 투자 회사의 증가(전년 대비 +117.8%), 텔레비전 채널 선 구매의 증가(전년 대비 +31.2%)가 원인으로 평가된다.

[표 2] 프랑스영화의 투자 출처(국적별)

표 내용: 최근 5년간의 프랑스영화(외국 주도의 공동 제작 포함)의 투자 출처(단위: 백만 유로)			
	프랑스 내 투자금	외국 투자금	총
2011	1062.3	326.1	1388.4

2012	1025.6	316.8	1342.3
2013	982.2	271.8	1253.9
2014	797.4	196.7	994.1
2015	970.2	254.0	1224.2

자료출처: 「Production cinématographique-données statistiques」, CNC, 발행일 2016년 4월

[표 3] 프랑스영화의 투자 출처(상세)

표 내용: 최근 5년간의 프랑스영화(100% 프랑스영화와 프랑스 주도의 공동 제작 영화)의 상세 투자 출처(단위: 백만 유로)

연도	프랑스 제작업 자	소피 카	영화지원기금			TV방송사		비디오 판권	프랑 스배 급업 자	Foreign mandates*	합계
			자동 지원	선별 지원	지자 체지 원	합작	선 구 매				
2011	320.19	33.80	30.64	24.01	19.54	46.69	318.90	79.23	49.51	79.27	1,127.62
2012	316.94	42.10	28.39	24.86	15.85	44.95	295.62	113.24	17.95	65.58	1,065.68
2013	297.80	32.03	29.66	27.77	20.98	33.75	244.46	87.10	12.87	142.78	1,019.22
2014	237.61	31.16	26.14	28.88	15.74	39.27	237.39	62.92	10.81	57.75	799.18
2015	310.77	34.71	25.47	29.35	19.95	55.48	307.49	80.68	13.95	46.74	1,023.79

\* 공동 제작 국가와 별도로 외국 시장에서 영화 판매 권한 이양

자료출처: 「Production cinématographique-données statistiques」, CNC, 발행일 2016년 4월

## 다양한 예산대 별 영화가 제작

2015년에는 예산대 별 제작 영화의 수가 골고루 증가했다. 특히 제작비 700만 유로 이상의 영화는 2014년의 36편에서 51편으로 증가했으며, 400만 유로에서 700만 유로 사이의 영화는 25편에서 8편 증가한 33편이 제작되었다. 예산 100만 유로에서 400만 유로 사이의 영화는 총 86편이 제작되었는데, 이는 1999년 이래로 가장 높은 수치였다. 100만 유로 미만의 저예산 영화도 64편이나 제작되었다.

[표 4] 제작비 별 영화 수

표 내용: 제작 예산으로 나눈 프랑스영화 편수 (M: 백만 유로, 단위: 편)

연도	15M 이 상	10~15M	7~10M	5~7M	4~5M	2~4M	1~2M	1M 미만	합계
2011	12	16	24	26	12	41	29	46	206
2012	18	15	22	22	3	46	25	58	209
2013	12	7	29	17	11	47	32	53	208

2014	3	14	19	22	3	61	22	59	203
2015	10	17	24	26	7	50	36	64	234

자료출처: 「Production cinématographique-données statistiques」, CNC, 발행일 2016년 4월

### 평균 제작 비용은 438만 유로

프랑스영화의 2015년 평균 제작비는 438만 유로로 2014년 394만 유로에서 11.1% 소폭 상승했다. 최근 10년간의 추이를 살펴보면 프랑스영화의 평균 예산이 지속적으로 감소(총 17.1% 가량 감소)되고 있는 것을 알 수 있었다. 평균 제작 비용은 해마다 약간의 차이는 있지만 보통 343만 유로(1993년)에서 642만 유로(2008년) 사이에 위치하고 있다.

### 41개의 나라와 142편 공동 제작

2015년에는 외국과의 공동 제작도 활기를 띠었다. 2014년보다 36편 증가한 142편이 41개의 나라와 공동 제작의 형태로 제작되었는데, 이는 2015년 한 해 동안 제작된 영화 47.3%를 차지한다. 공동 제작 영화에 투자한 금액도 41.6% 상승한 5억 5912만 유로를 기록했다.

### 공공 지원의 확대

영화 제작의 공공 지원도 5.7% 증가한 7477만 유로에 달했다. CNC의 지원은 5482만 유로 정도로 안정선을 유지했고, 지역 지원은 26.7% 증가한 1995만 유로 정도였다.

### 텔레비전 채널의 선 구매 없이 제작되는 영화 감소

텔레비전 채널의 선 구매 비용은 영화 제작비의 중요한 부분을 차지한다. 2015년에는 텔레비전 채널의 선 구매 없이 제작되는 영화의 수가 감소하여 선 구매에 대한 의존도가 보다 높아졌다. 예산 100만 유로 미만 영화의 경우 전체의 72.7%, 감독의 첫 작품인 경우 전체의 56.1%가 텔레비전 채널의 선 구매 없이 제작되었다. 이러한 영화들은 보통 SOFICA의 도움을 받게된다.

### 평균 촬영 일수의 증가

2015년의 평균 프랑스영화 촬영 일수는 6847일로 2014년에 비해 19.7% 상승했다. 이 같은 상승은 외국 촬영의 증가 때문인 것으로 분석된다. 제작사들이 프랑스가 아닌 외국 촬영을 선호하는 이유는 제작비 때문인데, 일부 사람들을 2016년 1월 1일부터 시행되는 세액 공제 제도가 이러한 변화의 흐름을 바꿀 수 있을 것이라 예상하고 있다.

### 2) 배급비 현황

이 장에서는 프랑스영화의 영화 배급 비용에 관해 간략하게 알아보겠다. CNC에서 공식적으로 발표한 배급비 관련 사항은 2014년까지의 자료로, 이를 통해 2015년의 배급 상황을



추정해 볼 수 있다. 2011년부터 2014년까지 4년 간의 변동폭이 크지 않기 때문에 2015년의 배급비 사용 상황도 이와 비슷할 것으로 예상된다. 프랑스영화의 배급 비용은 크게 기술 비용, 광고 지면 구입 비용, 광고 비용, 프로모션 비용의 네 부분으로 나뉜다. 세부 내용은 다음과 같다.

- 기술 비용

필름 복사, 운반, 보관 비용, 디지털화, 예고편, 자막, 더빙 관련 비용 등

- 광고 지면 구입 비용

외부 광고(지하철, 공공 시설 등), 영화관, 인터넷, 신문, 라디오, 텔레비전 광고 등

- 광고 비용

전단 제작비, 전단 출력비, 예고편 제작, 인터넷 사이트 제작, 촬영 사진비 등

- 프로모션 비용

프레스 행사비, 상영관 대여비, 배우, 감독 이동 비용, 시사회 초대 비용 등

[표 5] 프랑스영화 배급비 사용 현황

표 내용: 영화 수, 비용 별 액수									
		2011		2012		2013		2014	
영화 수 (단위: 편)		162		177		172		190	
배급비용 (단위: 백만 유로)	기술비	109.08	30.27	104.47	27.02	103.10	23.82	105.31	23.98
	광고지면구입비		50.04		48.80		51.40		51.70
	광고비		11.04		11.51		11.46		11.36
	프로모션비		17.73		17.14		16.40		18.27

자료출처: 「Coûts de distribution des films français」, CNC

프랑스영화의 배급 비용 중, 기술 비용에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 부분은 디지털화 비용이다. 총액 2398만 유로 중 72%인 1727만 유로가 영화를 디지털화하는 데 사용되었다. 배급 비용의 50%를 차지하는 광고 지면 구입비의 경우, 많은 부분이 옥외 광고(2226만 유로)와 극장 내 광고(1293만 유로) 용도로 사용되고 있는 실정이다. 참고로 프랑스에서는 지하철역, 버스정류장 등의 공공 장소에서 옥외 광고를 많이 찾아볼 수 있으며, 대부분의 경우 디지털 광고가 아닌 프린트된 형태를 고수하고 있다.

#### 4. 극장 시장 분석

##### 1) 관객 분석

##### 관객수

2015년에는 총 2억 600만 명이 영화관을 찾았다. 특히 12월 관객이 2494만 명 정도로 집계되었는데, 이는 1980년 이래, 상위 2위에 해당되는 수치이다.

[표 6] 관객수

표 내용: 2015년 총 관객수 2억 600만 명, 기간 별 관객 동원수			
기간	2015년 (단위: 백만 명)	2014년 (단위: 백만 명)	증감율 2015/2014 (단위: %)
1월	16.77	17.72	-5.4
2월	22.54	17.57	+28.2
3월	17.57	21.11	-16.8
4월	17.95	19.26	-6.8
5월	14.29	19.68	-27.4
6월	12.20	11.36	+7.4
7월	18.22	15.61	+16.7
8월	15.21	19.53	-22.1
9월	9.48	9.34	+1.4
10월	19.47	18.49	+5.3
11월	17.42*	17.22	+1.2*
12월	24.94*	22.08	+13.0*
총	206.06	208.97	-1.4

\* 추정치

자료출처: CNC (<http://www.cnc.fr/web/fr/estimations-de-l-annee-2015>)

##### 영화 국적 별 관객 점유율

총 관객의 44.4%가 프랑스영화를 관람했던 2014년과는 달리 2015년에는 미국영화가 강세를 띄었다. 2015년 프랑스영화를 관람한 관객의 비율은 35.2%인데, 이는 10년간의 평균 비율인 39.3%에 못 미치는 수치이다.

[표 7] 프랑스영화와 외국 영화의 관객 점유율

표 내용: 2012년부터 2015년까지 최근 4년 간의 국적별 영화 점유율 (단위: %)				
	2012년	2013년	2014년	2015년
프랑스영화	40.5	33.8	44.4	35.2*
미국영화	43.0	54.0	45.4	54.5*
기타 국적 영화	16.5	12.2	10.2	10.3*

\* 추정치

자료출처: CNC (<http://www.cnc.fr/web/fr/estimations-de-l-annee-2015>)

## 2) 박스오피스

2015년 프랑스 박스오피스의 1위부터 10위까지의 영화는 아래의 표와 같다. 정확한 관객수는 CNC의 2015년 결산 자료 (5월경 출간)를 통해 확인할 수 있겠지만, 순위의 변동은 없을 것으로 예상된다. 다음의 박스오피스 결과를 통해 주목해야 할 점은 다음의 3가지이다.

### 1. <스타워즈: 깨어난 포스>의 강세

전 세계를 떠들썩하게 만들었던 <스타워즈: 깨어난 포스>강세는 프랑스에서도 예외가 아니었다. 이 영화는 개봉한 지 단 2주 만에 2015년 박스오피스 1위를 차지하는 놀라운 성적을 거뒀다. 2016년 3월 29일 집계<sup>1</sup>에 따르면, 이 영화를 본 관객은 총 10,466,198명으로 프랑스에서 개봉한 <스타워즈>시리즈 중 가장 많은 관객이 본 영화로 기록되었다. 프랑스의 영화 전문 통계 포털 CBO-Box Office에 의하면, <스타워즈: 깨어난 포스>는 개봉 첫 날 1093개의 영화관에서 61만 9200명의 관객을 동원하였고, 개봉한지 5일 만에 270만 명을 돌파, 2070만 유로의 수익을 창출했다. 또 다른 영화 전문 통계 포털 JP Box-Office의 자료에 따르면 이 영화는 프랑스에서 총 82,531,281 달러의 수익을 내, 프랑스에서 수익을 가장 많이 낸 영화 6위를 차지했다. 1위는 2008년 개봉한 <알로, 슈티 >(193,764,365 달러)이다.

### 2. 배급사 '유니버설' 영화의 강세

프랑스 박스오피스 상위 10편의 영화 중 네 편(<쥬라기 월드>, <미니언즈>, <분노의 질주: 더 세븐>, <그레이의 50가지 그림자>)이 유니버설이 배급한 영화였다. 이 네 편의 영화가 총 2800만 명의 관객수를 기록하여, 디즈니와 폭스 사의 관객수를 가뿐히 제쳤다.

### 3. 10위 내의 프랑스 영화는 단 2편

<sup>1</sup> Wikipedia, Box-office France 2015 참고, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Box-office\\_France\\_2015](https://fr.wikipedia.org/wiki/Box-office_France_2015)

미국 할리우드 발 블록버스터들의 영향으로 프랑스영화의 성적이 저조했다. 2015년 박스오피스 10위 내에 이름을 올린 프랑스영화는 <알라딘의 새로운 모험>과 <선생님들 2>, 단 2편이었다. 2014년에 4편의 프랑스영화가 10위권 내에 위치했던 것과 비교했을 때, 프랑스영화의 저조한 성적이 두드러진다. 이러한 상황에서 두 편의 프랑스영화에 모두 배우 케브 아담스(Kev Adames)가 주인공으로 출연했다는 점은 주목할 만하다. 이 배우는 두 편의 영화에서 작년 한 해, 총 790만 명의 관객을 끌어들이는 데 성공했다.

[표 8] 2015년 프랑스 박스오피스

표 내용: 2015년 12월 30일 집계 기준				
순위	제목	배급사	개봉일	관객수 (단위: 명)
1	<스타워즈: 깨어난 포스>	디즈니	12월 16일	6,803,351*
2	<미니언즈>	유니버설	7월 8일	6,401,791
3	<쥬라기 월드>	유니버설	6월 10일	5,123,699
4	<007 스펙터>	소니	11월 11일	4,770,434*
5	<분노의 질주: 더 세븐>	유니버설	4월 1일	4,556,574
6	<인사이드 아웃>	디즈니	6월 17일	4,458,131
7	<알라딘의 새로운 모험>	파테	10월 14일	4,415,307*
8	<어벤져스: 에이지 오브 울트론>	디즈니	4월 22일	4,326,331
9	<그레이의 50가지 그림자>	유니버설	2월 11일	4,043,310
10	<선생님들 2>	UGC	7월 1일	3,489,537

\* 2015년 12월 30일 기준, 극장에서 상영중인 영화

자료출처: 「Bilan Box office 2015: le triomphe de Star Wars, Kev Adams superstar...」, 알로시네(Allociné), 2016년 1월 2일 기사

### 3) 2015년 프랑스영화 수익률

영화 전문 사이트 알로시네(Allociné)는 지난 2월, 온라인 영화 매거진 르필름프랑세(Le Film Français)의 수치를 인용하여 2015년에 개봉한 프랑스영화 (100% 프랑스영화와 프랑스의 제작 비중이 큰 공동 제작 영화) 중 수익률이 높은 상위 10편의 영화를 소개했다.

[표 9] 2015년 프랑스영화 수익률 상위 10편

표 내용: 온라인 영화 매거진 르필름프랑세(Le Film Français)의 수치				
순위	제목	예산(단위: 백만 유로)	관객수(단위: 명)	수익률 (단위: %)
1	<아버지의 초상>	1.70	975,222	180.70

2	<내일(Demain)>	1.26	622,026	155.51
3	<무스탕: 랄리의 여름>	1.30	555,670	134.64
4	<머치 러브드(Much Loved)>	0.66	273,265	130.22
5	<베이비시팅2>	9.50	3,184,136	105.58
6	<나쁜여자, 공주의 마음 (Connasse, princesse des cœurs)>	4	1,199,102	94.43
7	<알라딘의 새로운 모험>	15.40	4,377,528	89.54
8	<아빠 또는 엄마>	12.84	2,886,476	70.81
9	<선생님들 2>	17	3,494,099	64.74
10	<추억들(Les souvenirs)>	5.34	1,063,157	61.71

자료출처: 「Quel a été le film français le plus rentable de 2015? 」, <알로시네(Allociné)>, 2016년 2월 19일

위 표는 수익률이 높았던 상위 10편의 영화 목록과 예산, 관객수, 수익률을 정리한 표이다. 상위 10편 중 6편이 예산 600만 유로(한화 약 78억 5000만원) 미만의 중저예산 영화였다는 점을 주목해볼 만하다. 수익률 100% 이상의 영화만을 고려했을 때에는 5위 <베이비시팅2>를 제외하고는 모두 예산 200만 유로(한화 약 26억원) 미만인 저예산 영화였다. 특히 수익률이 180.7%나 되었던 <아버지의 초상>은 관객수 97만 명으로 100만 명에 살짝 못 미치는 수치를 기록했지만, 예산이 170만 유로(한화 약 22억원)로 저예산 영화에 해당되어 거의 2배에 달하는 수익율을 낼 수 있었던 것으로 분석된다. 반면 제작비가 <아버지의 초상>의 8~9배에 이르렀던 <알라딘의 새로운 모험>(1540만 유로(한화 약 202억))은 400만 명이라는 엄청난 수의 관객을 동원했음에도 수익율은 89.54%에 그쳤다. 프랑스 국내에서 최대 동원할 수 있는 관객수가 400만 명~700만 명 정도라고 생각해본다면 제작비가 높은 영화의 경우에는 100% 이상의 수익율을 내기 힘든 것으로 예측되고 있다.

## 5. 디지털 온라인 시장 현황

2015년 프랑스 디지털 온라인 시장에 관한 정확한 수치는 CNC의 2015년 결산 자료가 나와야 확인이 가능할 것으로 예상된다. 따라서 이번 장에서는 CNC가 제공하고 있는 2014년의 수치, 각종 신문 기사에 나온 2015년의 자료를 바탕으로 디지털 온라인 시장의 현황에 대해 살펴보고자 한다. 프랑스 디지털 시장을 다각도로 분석하기 위해 3가지 사항(VOD 공급 형태, 소비 형태, 소비자 구성)에 중점을 맞추었다. 들어가기에 앞서, 프랑스에서는 VdD(Vidéo à la demande)라는 용어가 VOD, SVOD를 모두 지칭하는 용어로 사용되고 있다는 점을 밝힌다.

## 1) VOD 산업 현황

2014년 프랑스의 VOD 시장 규모는 2억 4894만 유로로 해마다 조금씩 성장하고 있다. 프랑스는 TV를 통한 VOD 서비스의 이용 비중이 매우 높은 편인데, 2014년 IPTV를 통한 VOD 산업의 규모는 1억 8515만 유로로 컴퓨터를 이용한 경우보다 3배나 큰 시장 규모를 보였다. 프랑스에서 '박스(Box)'라고 불리는 전화, 인터넷, TV를 포함하는 결합 상품의 비중이 높은 것, TV를 통한 SVOD 서비스 이용율이 높은 것 등을 고려해볼 때 IPTV를 통한 VOD 시청은 꾸준히 이어질 것으로 예상된다.

[표 10] 서비스 이용 단말기에 따른 VOD 시장 규모

표 내용: 서비스 이용 단말기(컴퓨터, IPTV)에 따른 시장 규모 (단위: 백만 유로)				
	2011	2012	2013	2014
<b>IPTV</b>	155.80	180.44	176.51	185.15
<b>컴퓨터</b>	63.67	71.24	63.33	63.79
<b>전체</b>	219.47	251.68	239.84	248.94

자료출처: 「Consommation des ménages en vidéo à la demande」, CNC

프랑스에서 SVOD 시장은 VOD 시장에 비해 규모가 매우 작은 편이다. 2014년의 경우, VOD 시장 규모는 2억 1970만 유로에 달했는데 반해 SVOD 시장은 2924만 유로 규모에 그쳤다. 하지만 프랑스산 SVOD 서비스인 카날플레이(CanalPlay)가 미국 넷플릭스에 대항하여 나름대로 선전하고 있고, SFR의 자이브(Zive) 등 여러 SVOD 서비스가 생겨나고 있는 상황이므로 프랑스의 SVOD 시장은 앞으로 성장할 가능성이 충분하다고 보여진다.

[표 11] 서비스 종류에 따른 VOD 시장 규모

표 내용: VOD 서비스 종류에 따른 시장 규모 (단위: 백만 유로)				
	2011	2012	2013	2014
<b>VOD 대여/구입</b>	199.14	224.87	211.87	219.70
<b>SVOD</b>	20.32	26.80	27.98	29.24
<b>총</b>	219.47	251.68	239.84	248.94

자료출처: 「Consommation des ménages en vidéo à la demande」, CNC

## 2) VOD 서비스 이용 현황

위에서 잠깐 언급한 것처럼 프랑스 VOD 서비스는 크게 VOD 대여, VOD 구입, SVOD의 3가지 형태로 나뉜다. 2014년의 경우, 총 다운로드 수의 20.7%가 영화, 43.4%가 영화 외 시청각물, 35.9%가 성인물이었다. 3가지 형태의 VOD 서비스에서 영화 외 시청각물의 다운로드 수가 각각 39.3%(VOD 대여), 42.5%(VOD 구입), 80.1%(SVOD)으로 가장 높은 비중을 차지했

다. SVOD 서비스에서 영화가 차지하는 비율이 4.8% 정도에 그치는 것을 고려하면, 프랑스 인들은 SVOD를 통해 드라마와 같은 시청각물을 주로 시청하는 것을 알 수 있다. 참고로 많은 플랫폼에서, 상영하는 영미권 드라마 리스트를 홍보 수단으로 사용하고 있다.

[표 12] VOD 서비스 별 서비스 이용

표 내용: 2011년부터 2014년까지 VOD 서비스 별 서비스 이용 비율 (단위: %)					
		2011	2012	2013	2014
전체	영화	21.8	19.8	20.8	20.7
	영화 외 시청각물	50.4	50.9	44.3	43.4
	성인물	27.8	29.3	34.9	35.9
VOD 대여	영화	25.3	23.1	23.5	22.9
	영화 외 시청각물	42.9	43.8	38.4	39.3
	성인물	31.8	33.1	38.1	37.8
VOD 구입	영화	28.3	30.6	36.6	35.4
	영화 외 시청각물	50.4	49.6	46.4	42.5
	성인물	21.4	19.8	17.0	22.2
SVOD	영화	6.6	4.8	5.4	4.8
	영화 외 시청각물	87.7	88.4	84.7	80.1
	성인물	5.7	6.8	9.9	15.1

자료출처: 「Références actives en vidéo à la demande」, CNC

### 3) 영화 국적 별 이용 현황

전체 VOD 서비스 이용 프랑스영화의 비중은 29.5%, 미국영화의 비중은 43.5%를 차지했다. 프랑스이외의 유럽 국적의 영화는 15.9%, 아시아 등 기타 국가의 영화는 전체 이용 건수의 11.1%에 그쳤다.

### 4) VOD 소비자층의 특징

CNC의 자료 「VOD 사용자(Public de la vidéo à la demande)」에 제시된 2014년 수치를 살펴보면, 프랑스에서 VOD 서비스는 25-34세 사이의 수도권 거주자(남자) 사이에서 인기가 높았다. 대부분의 VOD 이용자들(전체 이용자의 71.7%)이 VOD를 가끔 이용(1달에 1회 미만)한다고 밝혔고, 주기적(한달 혹은 일주일에 1회 정도)으로 이용한다고 밝힌 사람들은 16.5%

정도였다. 하루에 한 번 VOD 서비스를 이용하는 사람들은 전체의 2.9% 정도였다.

#### 5) VOD 플랫폼

2014년 기준, 인기있는 VOD 플랫폼으로는 프랑스 통신사 오랑주(Orange)의 Orange 24/24 Vidéo(전체 유료 VOD 이용객의 26.4%), 프랑스 텔레비전 채널 TF1이 운영하는 My TF1 VOD(24.7%), 비방디 그룹의 CanalPlay VOD(21.2%), CanalPlay SVOD(19.3%)가 있다. 넷플릭스도 2014년 9월 서비스를 시작한 이후 115만 명(2015년 12월 기준) 정도의 이용객을 매료시켰다.

### 6. 해외 시장<sup>2</sup>

유니프랑스가 2016년 1월 13일 발표한 자료에 따르면, 2015년 프랑스영화는 해외에서 1억 600만 명의 관객을 동원하고 6억 유로정도의 수익을 내었다. 이는 2014년에 비해 각각 12%가 낮은 수치이지만 최근 20년 간 상위 3번 째에 기록될 만큼 좋은 성적이다. 2015년 프랑스영화의 해외 시장은 다음과 같은 세 가지 특성을 보였다.

#### 1) 2년 연속 해외 관객수가 프랑스 관객수를 상회

2014년에 이어 2015년에도 해외에서 프랑스영화를 관람한 관객수가 프랑스 국내 관객수의 수를 상회했다. 100% 프랑스국적 영화와 프랑스 주도의 공동 제작 영화의 해외 관람객 수는 2014년에 비해 3% 오른 1억 명을 기록했으며, 프랑스어로 제작된 영화의 관객은 4260만 명으로 2014년보다 22% 상승했다. 2015년 한 해 해외에서 상영된 프랑스 영화의 수는 515편이었다.

[표 13] 2015년 프랑스영화 세계 박스오피스

표 내용: 100% 프랑스영화 혹은 프랑스 주도의 공동 제작 영화의 세계 박스오피스 상위 10편			
순위	제목	2015년 관객수(단위: 백만)	수익 (단위: 백만 유로)
1	<테이큰3>	43.6	261.7
2	<어린왕자>	15	62
3	<트랜스포터: 리폴드>	12.7	63.6
4	<미라클 벨리에>	3.3	20.6
5	<컬러풀 웨딩즈>	2.8	16.6
6	<아스테릭스: 신들의 전당>	2.2	14

<sup>2</sup> 이 장의 수치들은 CNC와 유니프랑스의 잠정적 수치로 정확한 수치는 이보다 조금씩 높을 것으로 예상된다.



7	<문: 달의 요정>	1.9	7.6
8	<웰컴, 삼바>	1.7	11.4
9	<미녀와 야수>	1.5	4.2
10	<제네시스: 세상의 소금>	0.8	5.1

자료출처: 유니프랑스

<테이큰 3>은 2015년 해외에서 가장 성공한 프랑스영화로 손꼽힌다. 2015년 80개의 지역에서 4400만 명의 관객을 끌어들이었는데, 그 중 1070만 명이 북미 지역(미국과 캐나다), 540만 명이 중국 지역 관객이었다. 이 영화는 총 10개 지역에서 100만 명 이상의 관객을 동원했다. 프랑스 애니메이션 영화 <어린왕자>의 선전도 빼놓을 수 없다. 이 영화는 외국에서 가장 성공한 프랑스 애니메이션 영화로 기록되었다. <트랜스포터: 리폴드>도 중국, 북미, 러시아, 멕시코에서 인기를 끌었으며 <미라클 벨리에>는 콜롬비아에서 537,000명의 관객을 동원하여 <언터처블: 1%의 우정>의 기록을 갈아치웠다. 이 영화는 이탈리아, 독일, 스페인 등의 서유럽 국가들과 캐나다의 퀘벡 지방에서 많은 관객을 동원했다. 2014년에 프랑스에서 개봉한 <컬러풀 웨딩즈>도 2015년 여러 나라에서 개봉하며 좋은 성적을 거뒀다.

## 2) 다양한 장르의 영화가 인기, 프랑스 애니메이션 영화의 선전

세계 박스오피스 10위권의 영화를 살펴보면 스릴러, 코메디, 드라마, 다큐멘터리 등 다양한 장르의 프랑스영화가 해외에서 인기를 끈 것을 확인할 수 있다. 그 중에서도 애니메이션 영화인 <어린왕자>와 <아스테릭스: 신들의 전당>, <문: 달의 요정>이 각각 2위와 6위, 7위를 차지했다는 사실을 통해 프랑스 애니메이션 영화의 저력을 확인할 수 있었다.

## 3) 중국 시장의 중요성

프랑스영화 산업에서 중국으로 대표되는 아시아 시장이 차지하는 중요성이 점점 커지고 있다. 2015년 프랑스영화 관객의 지역별 분포는 아래의 표와 같다. 2015년에는 프랑스영화 국제 시장에서 처음으로 아시아시장(중국)이 1위를 차지했다. 중국인 관객수가 미국과 캐나다의 관객수를 합친 것을 상회했다는 점이 주목할 만하다. 그 밖에도 프랑스영화는 일본 시장에서 350만 명의 관객을, 한국 시장에서 220만 명의 관객을 매료시켰다.

[표 14] 지역별 프랑스영화 관객수 분포

표 내용: 프랑스영화 관객수 (지역별) 상위 5개 지역			
순위	지역	2015년 관객수 (상승폭)	2015년 수익 (단위: 유로)
1	중국	14,743,000 (-18%)	70,788,000

2	미국과 캐나다	14,433,000 (-28%)	105,737,000
3	멕시코	9,410,000 (+76%)	25,179,000
4	브라질	5,348,000 (+44%)	19,115,000
5	이탈리아	5,213,000 (-16%)	30,466,000

자료출처: 유니프랑스

## 7. 한국영화 개봉 현황

2015년에 프랑스 극장에서 개봉한 한국영화는 모두 3편이다. 상반기에 김성훈 감독의 <끝까지 간다>, 심성보 감독의 <해무>가 개봉하였고, 하반기에는 홍상수 감독의 <자유의 언덕>이 극장 개봉하였다. 극장 개봉 없이 DVD로 바로 출시된 경우도 있다. <더 테러 라이브>, <군도>이 경우가 바로 그것인데, 각각 9월 30일, 7월 2일에 DVD로 출시되었다. 프랑스 내 VOD, SVOD 산업이 발달하면서 다양한 한국영화, 드라마들이 극장 개봉없이 프랑스에 소개되고 있는 상황이다. 특히 2014년에서 방송된 SBS 드라마 <괜찮아, 사랑이야>는 프랑스 SVOD서비스 중 하나인 카날플레이(Canal Play)에서도 볼 수가 있다.

[표 15] 2015년 극장 개봉 혹은 DVD 출시된 한국영화

한국 명	현지 개봉 명	극장 개봉일/ DVD 출시 일	관객수 (단위: 명)
<끝까지 간다>	<Hard Day>	1월 7일	25,877
<해무>	<Sea Fog>	4월 1일	-
<자유의 언덕>	<Hill of Freedom>	7월 8일	24,858
<더 테러 라이브>	<The Terror Live>	9월 30일	-
<군도>	<Kundo>	7월 2일	-

자료출처: 알로시네(Allociné)

## 8. 정책 동향

### 1) 세액 공제(Crédit d'impôt)

지난 3월 18일, 유럽 위원회는 CNC가 2016년 1월 1일부터 시행중인 세액 공제 제도를 최종 승인했다. 이에 따라 CNC는 현재 시행중인 세액 공제 제도를 2022년 말까지 유지할 수 있게 되었다. 1월 1일 부로 변경된 세액 공제 제도에 따르면, 공제 비율은 30%로 확대, 세액 공제 총액 상한선은 2000만 유로에서 3000만 유로로 높아졌으며, 프랑스어로 제작되어야 한다는 제작 기준은 조금 완화되었다. 이러한 제도의 변경에 따라 많은 해외 제작사들의 프랑스 유입이 예상되고 있다.

## 2) 3D 영화, 특수 효과 산업의 활성화 정책

CNC는 아직 그렇다할 성과를 보이지 못하고 있는 3D 영화 산업을 활성화 시키기 위해 새로운 대책을 마련했다. 특히 3D 안경의 대여, 판매 등의 문제로 배급사와 영화관이 상영을 꺼리는 것에 대한 대안책으로 3D 영화 상영시 이들에게 경제적인 혜택을 주는 문제를 논의 중이다. 사실 이 같은 3D 영화 활성화 정책은 CNC가 최근 관심을 보이고 있는 시각 효과, 특수 효과 산업 지원 정책과 맞닿아 있다. 2016년 2월 CNC는 이 분야의 전문가인 장가이아르(Jean Gaillard)에게 프랑스 시각 효과/특수 효과 분야의 구조화에 대한 연구 보고서를 요청하기도 했는데, 이 보고서는 4월 말 발표될 예정이다.

## 9. 2016년 영화 산업 전망

2016년에도 프랑스 영화 산업은 호조를 띠 것으로 전망되고 있다. 프랑스 일간지에 실린 기사들을 통해 2016년에 예상되는 프랑스영화 산업 이슈들을 다음의 네 가지로 요약, 정리했다.

### 1) 세액 공제 제도의 확대에 의한 해외 영화의 프랑스 촬영 증가

프랑스 정부는 2016년 1월 1일부터 해외 제작사들의 세액 공제액의 총액을 기존의 2000만 유로에서 3000만 유로로 높인 정책을 시행중인데, 이미 정책의 효과가 나타나고 있다. CNC의 2016년 1분기 평가 자료에 따르면, 프랑스에서 촬영하고자 하는 외국 영화 프로젝트가 3개월 간 19편이 접수되었다. 이는 2015년 한 해에 버금가는 수치로, 해외 영화의 세액 공제 제도를 확대한 것이 원인이라고 평가된다. 현재 적용되고 있는 세액 공제 제도는 프랑스에서 전부 혹은 일부를 제작한 외국 제작사의 영화, 시청각물, 애니메이션물을 대상으로 하고 있다.

### 2) 영화 출연료, 소폭 감소

몇 년 전 프랑스에서는 배우들의 영화 출연료가 영화 제작비를 높이는 원인이라며, 높은 영화 출연료를 비판하는 여론이 있었다. 당시 프랑스 배우 대니본(Dany Boon)이 <슈퍼처방전>을 통해 1000만 유로(한화 약 130억)를 받은 것으로 밝혀져 논란이 일기도 했다. 이에 CNC는 출연료의 상한선을 제한하는 정책을 시행했다. 400만 유로 미만의 영화인 경우 60만 유로까지, 제작비 1000만 유로 영화의 경우 99만 유로까지를 배우들의 출연료를 제한한 정책이 바로 그 것이다. CNC의 이러한 정책과 2014년의 영화 제작 감소, 배우들 사이의 의식 개선 등이 맞물려, 현재 영화 배우들의 출연료는 조금은 낮아진 상태이다. 2016년에는 영화 출연료에 대한 새로운 논의가 있을 것으로 예상되고 있다.

### 3) 미성년 관람 불가 영화 증가

영화 상영에 관한 한, 다른 유럽 국가나 미국에 비해 자유롭다고 평가되는 프랑스에 다시

검열이 확대될 조짐이 보이고 있다. 일부 단체들이 아이들이 봐서는 안될 충격적이고 잔인한 내용이 담긴 영화들을 유폐한다는 이유로 CNC의 검열 시스템을 문제삼고 있는 상황이다. 현재 프랑스에서는 12세 미만, 16세 미만, 18세 미만 관람 불가 3단계로 미성년자의 영화 관람을 제한하고 있다. 2015년에는 단 2편의 영화가 18세 미만 관람 불가로 관람이 제한되었다. 영상물 등급 관련한 소송들이 증가하고 있는 만큼 2016년에는 이에 관한 새로운 기준이 마련될 가능성이 있다.

#### 4) 프랑스 SVOD 시장의 변화

지난 2016년 4월 8일, 비방디(Vivendi) 그룹이 이탈리아의 미디어 회사 미디어셋(Mediaset)과 전략적 동맹 관계를 체결하면서 넷플릭스에 새로운 도전장을 내밀었다. 이들의 목표는 OTT 시장의 새로운 세계적 플랫폼을 만드는 것이다. 비방디 그룹은 프랑스 내 넷플릭스와 경쟁 관계에 있는 카날플레이(Canal Play)의 소유주이며, 이탈리아의 미디어셋은 이탈리아에서 60만 명의 이용자를 보유한 인피니티(Infinity)라는 SVOD 서비스를 제공하고 있는 그룹이다. 전 세계적으로 SVOD 시장에 뛰어들고 있는 그룹들이 증가하고 있는 추세이기 때문에 넷플릭스의 프랑스 점유율에도 변화가 있을 것이라고 예측된다. 넷플릭스 프랑스 이용자의 수는 2015년 12월 1,150,000명 가량으로 집계되었다.

## 10. 자료출처

### 단행본 및 자료

- 「Consommation des ménages en vidéo à la demande」, CNC
- 「Coûts de distribution des films français」, CNC
- 「La Production cinématographique en 2015」, CNC
- 「Production cinématographique-données statistiques」, CNC, 발행일 2016년 4월
- 「Références actives en vidéo à la demande」, CNC

### 신문 기사

- 「Star Wars VII: près de 3 millions de spectateurs en France」, <르 피가로(Le Figaro)>, 2015년 12월 21일
- 「Bilan Box office 2015: le triomphe de Star Wars, Kev Adams superstar...」, <알로시네(Allociné)>, 2016년 1월 2일
- 「Cinéma: les interdictions aux mineurs en plein boom」, <르 푸앵(Le Point)>, 2016년 2월 4일
- 「Quel a été le film français le plus rentable de 2015?」, <알로시네(Allociné)>, 2016년 2월 19일
- 「Cinéma: les acteurs toujours très bien payés...mais moins qu'avant」, <르 파리지앵(Le Parisien)>, 2016년 2월 26일
- 「Cinéma: le crédit d'impôt attire les tournages étrangers」, <프랑스수아(FranceSoir)>, 2016년 4월 3일
- 「Le cinéma français ne connaît pas la crise」, <르 피가로(Le Figaro)>, 2016년 4월 7일
- 「Vivendi vs Netflix: bataille autour de la SVOD」, <지디넷 프랑스(ZDnet)>, 2016년 4월 10일

### 인터넷 사이트

- CBO Box Office (<http://www.cbo-boxoffice.com>)
- JP Box Office (<http://jpbox-office.com>)
- 프랑스 국립영화센터 (<http://www.cnc.fr>)
- 유니프랑스(<http://www.unifrance.org>)