

아르헨티나의 TV 및 통신사업자와
디지털온라인 시장

KOFIC

아르헨티나 온라인 시장과 통신사업

영화진흥위원회 아르헨티나 통신원 김유현

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

아르헨티나 온라인 영상물시장 현황 / 1

02

아르헨티나 주요 통신사와 통신요금 / 8

03

아르헨티나 미디어법 /10

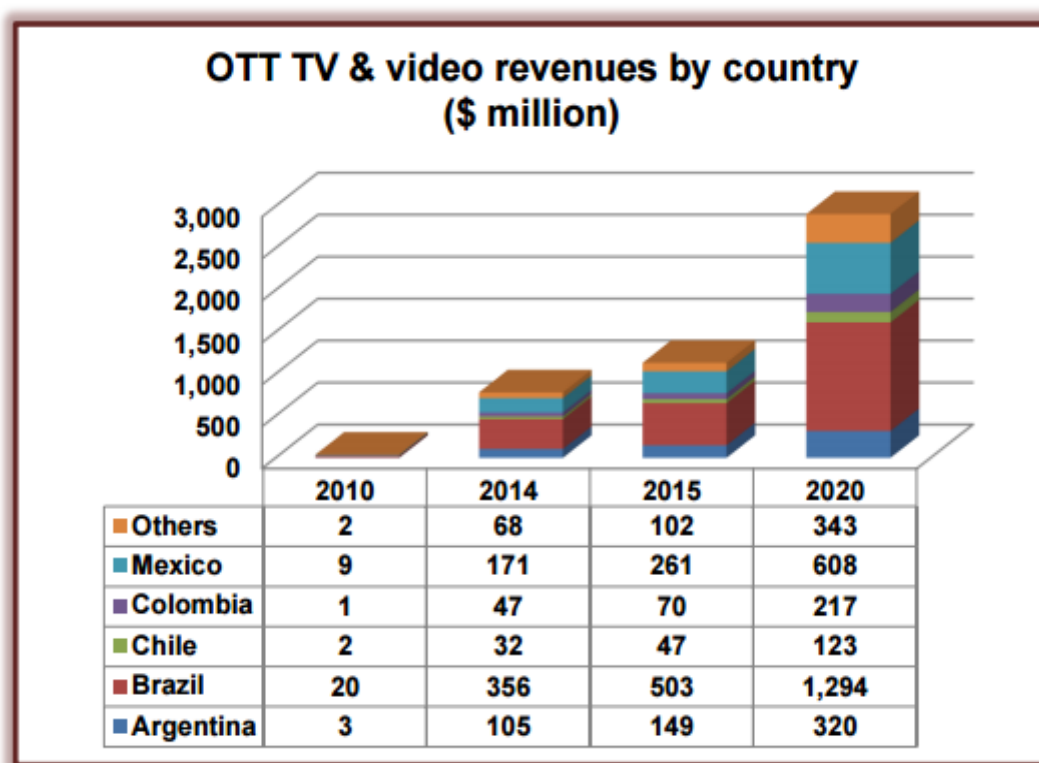
04

나오는 글 / 11

1. 아르헨티나 온라인 영상물시장 현황

데이터시스(Dataxis)에 따르면, 2015년 중남미 OTT(Over-The-Top) 가입자 수는 1020만 명이다. 서비스 업체 수는 94개이고 넷플릭스(Netflix)가 시장점유율 59.7%로 과반 이상을 차지했고 클라로 비디오(Claro video)를 운영하는 라틴 아메리카 최대 통신사 아메리카 모빌(América Móvil)이 25%, 디렉티비(DirecTV)가 7.5%로 뒤를 이었다. 국가별 가입자 순은 멕시코 47%, 브라질 30%, 아르헨티나 8% 순이다.

<표-1> 중남미 주요 국가별 OTT TV & VIDEO 매출 추이 변화



자료출처: Digital TV Research

중남미의 SVOD 시장은 2020년에 17억 4500만 달러의 가치를 지닐 것으로 추정되고 있으며 가입자 수는 2405만 명에 다다를 것으로 보고 있다. 2014년부터 2020년까지 국가별 가입자 수 증가는 브라질이 724만, 멕시코가 332만이 늘어나고 콜롬비아가 아르헨티나를 제치고 세 번째 자리를 차지할 전망이다.

2015년 라틴 아메리카의 넷플릭스 전체 가입자 수는 648만 명이며 브라질 338만, 멕시코 190만, 아르헨티나 76만 4000 명이었다. 브라질과 멕시코는 전체 가입자 순위에서도 4, 5위를 차지할 만큼 중요한 시장으로 급부상했다.

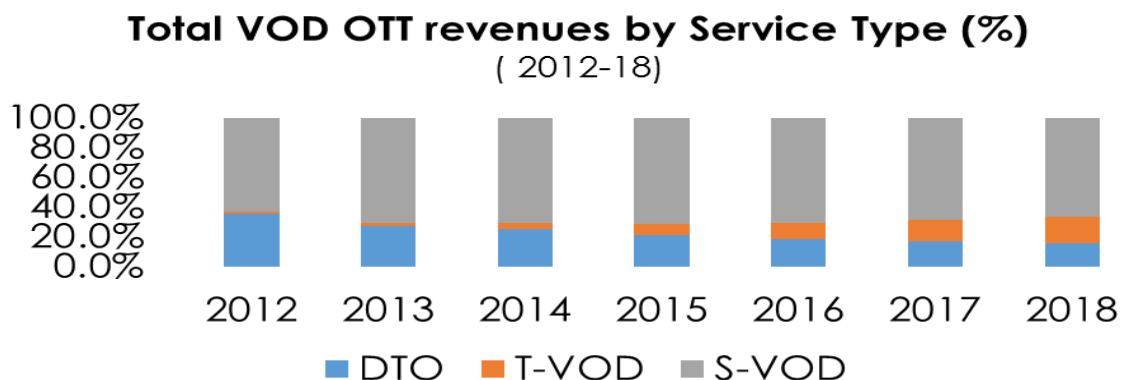
<표-2> 주요 국가별 넷플릭스 가입자 수 현황(2015 년 12 월 기준)

Netflix paying SVOD subscribers by country at December 2015 (000)	
USA	43,541
International total	26,360
Argentina	764
Australia	350
Austria	236
Belgium	300
Brazil	3,338
Canada	3,950
Chile	390
Colombia	810
Denmark	713
Finland	668
France	1,150
Germany	1,208
Ireland	330
Italy	150
Japan	275
Luxembourg	38
Mexico	1,980
Netherlands	1,600
New Zealand	175
Norway	668
Other Latin America	420
Portugal	60
Spain	150
Sweden	1,463
Switzerland	236
UK	4,942
Source: Digital TV Research estimates	

자료출처: Digital TV Research

중남미의 SVOD 서비스는 지속적 확대가 예상된다. 2018년에는 서비스 유형별 수익구조의 66.5%가 SVOD 타입을 사용할 것이며 TVOD(Transaction VOD, 건당 주문형서비스)가 18%, DTO(Download To Own)가 15.5%를 차지할 전망이다.

<표-3> OTT 서비스 유형별 수익구조 변화 추이



자료출처: Dataxis

컨설팅전문업체 카리에르 이 아소시아도스(Carrier y Asociados)에 따르면, 2015년 아르헨티나의 OTT 가입자 수는 120만 명이고 2018년에 185만 명으로 증가할 전망이다. 아르헨티나인은 1주일에 인터넷을 통해 11시간을 동영상 보는 데에 할애하는데 플랫폼 중 넷플릭스의 가입자 수는 76만 4000 명, 시장점유율로는 80%에 가까운 비중을 나타내고 있다. 이어 텔레포니카(Telefónica)의 온비디오(On Video), 텔레콤(Telecom)의 아르넷 플레이(Arnet Play)와 같은 통신사들의 자체 플랫폼과 쿠빗(Qubit.tv) 등이 나머지 점유율을 놓고 각축을 벌이는 형국이다.

▷ 넷플릭스

세계 최대 OTT 플랫폼 사업자인 넷플릭스는 2011년 9월 7일, 남미에서는 브라질(11년 9월 5일)에 이어 두 번째로 아르헨티나(우루과이, 파라과이 동시 런칭)에 런칭했다. 현재 가입자 수는 76만 4000만 명이며 전체시장의 80%에 가까운 점유율을 확보하고 있다. 가격은 베이직 109 페소, 스탠다드 149페소, 프리미엄189페소고 가입 후 한달 동안 무료로 이용할 수 있다.

가입자 수	76 만 4000 명(2015 년 12 월 기준)		
콘텐츠	영화/시리즈/다큐멘터리/공연 등		
보유 콘텐츠 수	10000 편		
요금제	°Basic(109 페소 ¹⁾)	°Standard(149 페소)	°Premium(189 페소)
HD	X	가능	가능
Ultra HD	X	X	가능
이용 기기	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC/게임 콘솔	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC/게임 콘솔	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC/게임 콘솔
이용 제한	없음	없음	없음
해지	언제든지 가능	언제든지 가능	언제든지 가능
기타	가입 후 한달 무료	가입 후 한달 무료	가입 후 한달 무료

자료출처: <https://www.netflix.com/ar-en/>

¹ 1달러=15.25페소(2016년 10월 8일 기준)

▷ 온비디오

2014년, 스페인 국적의 통신사업자 텔레포니카(Telefónica)에서 런칭한 OTT 플랫폼. 영화, 시리즈 등 15,000편 이상의 영상콘텐츠를 접할 수 있다. 아르헨티나의 2대 지상파 채널 텔레페(Telefé)와 엘트레세(EI Trece)의 인기 프로그램 또한 시청할 수 있다. 현재 가입자 수는 12만 명(유료 서비스 가입자에 한함)로 집계되고 있으며 텔레포니카의 브로드밴드 서비스 스피디(Speedy) 가입자 등에 제공된다. 이용기기는 PC, 스마트TV, 스마트폰(안드로이드), 태블릿(안드로이드)이며 디지털TV 셋톱박스 서비스는 일반 TV도 가능하다.

가입자 수	12 만 명(2016 년 6 월, 유료 사용자 기준)		
콘텐츠	영화/시리즈/다큐멘터리/공연 등		
보유 콘텐츠 수	15000 편		
요금제	°On Video Lite	°On Video(115 페소)	°On Video TV(115 페소)
HD	X	가능	가능
Ultra HD	X	X	가능
이용 기기	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC/	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC/	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC/TV
이용 제한	150 편	8000 편	8000 편
요금 할인	없음	50%(6 개월)	50%(6 개월)
기타	안드로이드만 가능	안드로이드만 가능	안드로이드만 가능

자료출처: <http://www.telefonica.com.ar/productos/entretenimiento/on-video>

▷ 아르넷 플레이

텔레포니카와 함께 아르헨티나 통신사업을 이끌고 있는 텔레콤에서 2011년에 시작한 OTT 플랫폼. 텔레콤은 서비스를 위해 1억 2000달러를 투자했으며 텔레콤의 브로드밴드 서비스 아르넷(Arnet) 가입자에게 제공된다. 기본 브로드밴드 서비스(255 페소~565 페소, 인터넷 속도에 따른 차등 가격)에 60페소를 추가하면 영상을 즐길 수 있다. 매달 수천편에 달하는 영상콘텐츠를 볼 수 있고 국영방송 카날시에테(Canal 7), 교육전문방송 파카파카테베(Pakapaka), 엘카날 쿨투라 엔쿠엔트로(el canal cultural Encuentro), 자국영화전문채널 인카테베(IncaaTV), 테크노폴리스(Tecnópolis), 세에네23(CN23), 세싱코에네(C5N), 타테티(Tateti), 스포츠전문방송 데포르테베(DeporTV)의 콘텐츠도 확

보, 다양성을 갖추었다는 평가를 받고 있다. PC를 비롯해, 스마트폰, 태블릿, 스마트TV에서 동시에 영상콘텐츠를 볼 수 있으며 화질은 SD에서 HD까지 가능하다. 또한, 핀코드(PIN CODE) 입력을 통해 미성년자의 영상물 시청을 조정할 수 있는 기능을 지니고 있다.

가입자 수	5만 명(유료 사용자 기준)
콘텐츠	영화/아동물/공연 등
보유 콘텐츠 수	10000편
요금제	60페소(가입 후 3개월 동안 45페소)
이용 대상	Arnet 서비스 가입자만 가능
HD	가능
이용 기기	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC
기타	3 기기 동시 접속 가능

자료출처: <https://www.arnetplay.com.ar/>

▷ 쿠빗

2010년, 아르헨티나 출신의 마리아노 프리마베라(Mariano Primavera)와 루이스 페레스 엔다라(Luis Pérez Endara)가 설립한 OTT 서비스 스타트업. 쿠빗은 넷플릭스와 같은 거대 OTT 플랫폼에 맞서 이동통신사업자, 스마트TV 사업자 등과의 제휴를 이용한 B2B(Business to Business) 전략으로 틈새 시장을 노렸고 다른 군소사업자들과 달리 우루과이, 콜롬비아, 에콰도르, 파라과이와 같은 인근 라틴 아메리카 국가로 사업을 확장해 가고 있다. 특히, 콜롬비아에서 긍정적인 행보를 이어가고 있는데 2014년 보고타에 사무실을 연 이후 2015년까지 20만 가입자를 유치했고 2016년에는 50만에 이를 것으로 전망되고 있다. 이 같은 추세에 힘입어 자본금 8만 페소에서 시작한 쿠빗은 연 평균 100만 명이 이용하며 1억 5000만 페소의 수익을 내는 OTT 플랫폼 사업자로 변신한 상태다.

가입 후 한달 동안은 무료로 영상콘텐츠 사용이 가능하며 월정액은 90페소로 책정되어 있으며 보유 콘텐츠의 수는 3000편이다. 다른 OTT 플랫폼처럼 PC, 스마트폰, 태블릿, 스마트TV 등에서 이용과 동시 접속이 가능하며 iOS, 안드로이드, 블랙베리 등 모든OS에서 이용할 수 있다.

가입자 수	5만 명(아르헨티나)
콘텐츠	영화/시리즈/다큐멘터리/공연 등
보유 콘텐츠 수	3000편
요금제	90페소
HD	가능
이용 기기	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC
이용 제한	없음
기타	가입 후 한달 무료

자료출처: <http://www.qubit.tv/>

▷ 클라로 비디오

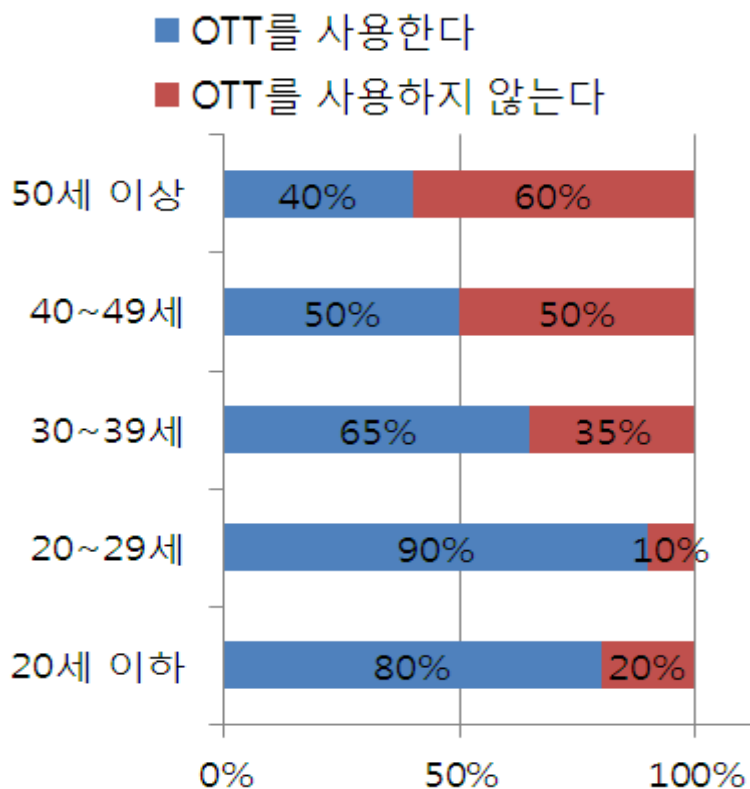
클라로 비디오는 중남미 최대 통신사 아메리카 모빌(América Móvil)의 이동통신사 클라로에서 운영하는 OTT 플랫폼. 중남미에서는 넷플릭스에 이어 두 번째로 많은 사용자를 확보하고 있다. 아르헨티나는 2013년 12월에 런칭했으며 Claro 가입자에 한해 이용이 가능하다. Claro 신규 가입자는 6개월 동안 클라로 비디오를 무료로 즐길 수 있다. 무료 기간 후에는 89페소를 지불해야 한다.

가입자 수	15만 명(유료 사용자 기준)
콘텐츠	영화/시리즈/다큐멘터리/공연 등
보유 콘텐츠 수	15000편
요금제	89페소(가입 후 6개월 동안 무료)
이용 대상	Claro 서비스 가입자만 가능
HD	가능
이용 기기	스마트 TV/스마트폰/ 태블릿/PC

자료출처: <https://www.clarovideo.com/argentina/renta>

아르헨티나인의 83%가 OTT서비스를 경험한 적이 있는 것으로 나타났다. 연령대별로 살펴보면, 만 20세~29세 사이가 OTT 플랫폼의 이용률이 가장 높으며 90%가 현재도 사용하고 있다는 답변을 내놓았다. 반면, 50대 이후의 연령대에서는 40%가 이용하고 있다.

<표-5> 아르헨티나 연령별 OTT 사용 현황(2015년)



자료출처: Carrier y Asociados

기기별 이용빈도를 보면, PC가 94%로 단연 높았고 스마트폰(88%), 태블릿(30%), 스마트TV(15%), 게임 콘솔(12%) 순이었다. OTT 플랫폼 가입자의 평균 이용횟수는 2회였고 44%가 HD 서비스를 이용하고 있으며 기타 Ultra HD를 통해서도 영상을 보고 있는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 OTT 플랫폼을 통해 아르헨티나내에서 쉽게 접할 수 없는 다른 국가의 영상물을 제공하고 있어 브로드밴드사업자에게는 고수익 창출의 기회가 되고 있다.

<표-6> 아르헨티나의 기기별 OTT 사용 현황(2015 년)



자료출처: Carrier y Asociados

2016년 아르헨티나SVOD시장의 수익은 9180만 달러로 추정되는데 2020년에는 26.22%가 증가한 2억 3290만 달러가 될 것으로 내다보고 있다. 2016년 TVOD시장의 수익은 1350만 달러로 예상되고 2020년에는 20.84% 늘어난 2880만 달러로 전망되고 있다

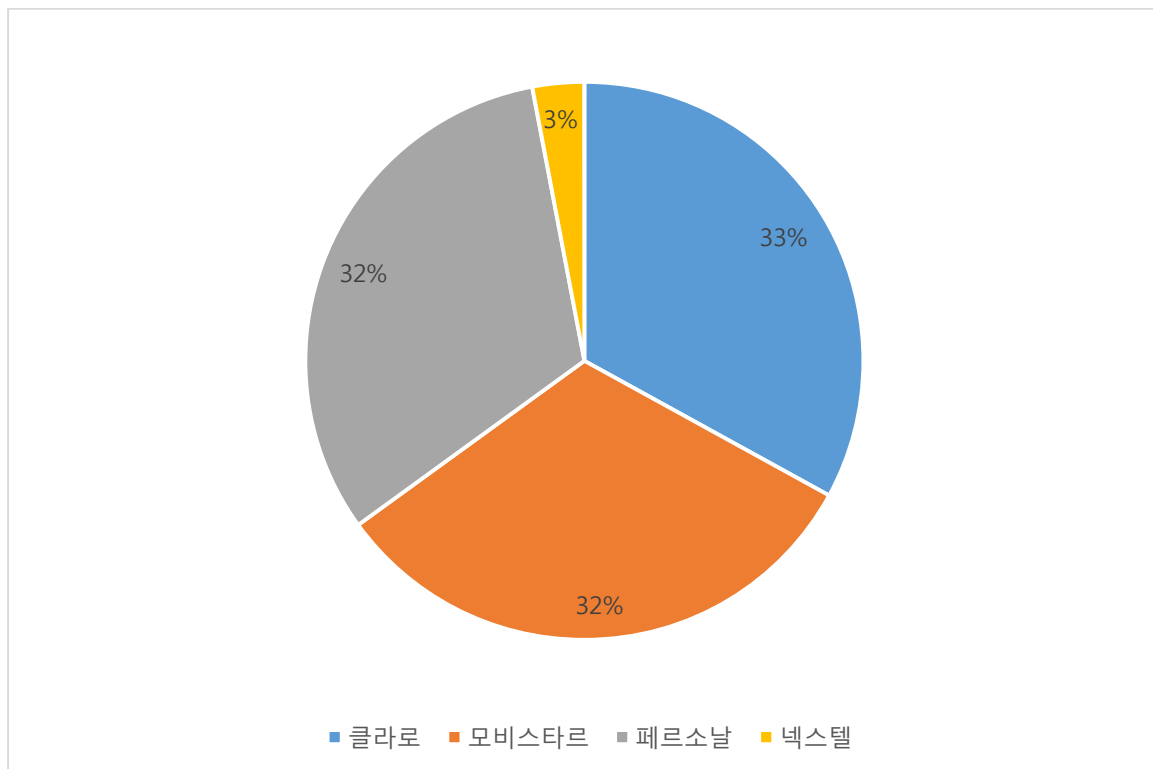
2. 아르헨티나 주요 통신사와 통신요금

아르헨티나의 통신시장은 텔멕스(Telmex), 텔레포니카(Telefónica), 텔레콤(Telecom)이 주도하고 있다. 이 세 기업은 클라로(Claro, 텔멕스), 모비스타르(Movistar, 텔레포니카), 페르소날(Personal, 텔레콤)의 자회사를 통해 이동통신시장에서도 치열한 경쟁을 펼치고 있다.

아르헨티나의 이동통신회선 수는 6300만 개로 집계되고 있으며 클라로가 2100만 개(33%), 모비스타르와 페르소날이 각각 2000만 개(32%), 넥스텔이 186만 개(3%)를 보유하고 있다. 이 중에서 스마트폰 사용자는 54%에 달하며 2016년 말에는 63%에 이를 것으로 내다보고 있으며 17%는 4G 서비스를 이용하고 있다.

2015년 휴대전화 전체 판매량은 31% 증가했고 소매업자는 58% 늘어났다. 구매 유형은 약정 가입보다는 공기계를 먼저 구입 후 이동통신사를 선택하는 것을 선호한다.

<표-7> 아르헨티나 주요 이동통신사 시장점유율(2015년)



자료출처: <http://www.lanacion.com.ar/1943101-tercer-aumento-del-ano-en-celulares-suben-los-precios-hasta-16>

이동통신요금은 연 25~30%에 이르는 고인플레이션으로 인해 지난 몇 년간 높은 인상률을 나타냈다. 2016년 요금은 지난해에 비해 평균 16% 이상 인상되었으며 페르소날 15.4%, 모비스타르 10.5%의 인상률을 보였다. 단, 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있는 클라로는 아직까지 요금을 올리지 않고 있으며 올 연말이나 2017년 2분기에 금액 상승을 진행할 계획이다.

<표-8> 아르헨티나 주요이동통신사의 요금 제도

이동통신사			
요금제 (월 기준)	^o 3G/4G 200MB(160페소) 1GB(210페소) 3GB(290페소) 5GB(430페소) 10GB(700페소)	^o 3G 1GB(260페소) 2GB(350페소) 3GB(460페소) ^o 4G 1GB(130페소) 3GB(264페소) 5GB(330페소) 10GB(445페소)	^o ONE(3G/4G) 5GB(540페소) 10GB(800페소) ^o COMUNIDAD(3G/4G) 1GB(250페소) 3GB(380페소)
부과서비스 (전 요금제)	^o 클라로 무시카 (Claro Música) 12개월 무료 ^o 클라로 비디오 (Claro Video) 6개월 무료	^o 페르소날 플레이 (Personal Play) ^o 페르소날 무시카 (Personal Música) ^o 두 서비스 모두 별도 요금 지불	^o 온비디오(On-Video) 별도 요금 지불/인터넷 서비스(Speedy) 가입자 는 Lite 버전 무료 ^o 냅스터(Napster) 한 달 무료/이후 39,90 페소(월) 지불
기타	^o 5GB/10GB 요금제 는 미주대륙 통화 시 국내통화 요금으로 결제	^o 동일 통신사와 관계 없이 SMS 무제한 무료	^o 동일 통신사와 관계 없 이 SMS 무제한 무료

자료출처: <http://www.personal.com.ar/tienda/planesypacks/#/planes?producto=telefonos&mercado=abonofijo>

<http://www.claro.com.ar/portal/ar/pc/personas/movil/pospago/>

<http://www.movistar.com.ar/tienda/planes/one/>

3. 아르헨티나 미디어법

신규미디어법은 크리스티나 페르난데스 키르치네르(Cristina Fernández de Kirchner) 대통령이 집권 하던 2009년 10월 반포된 법령 26.522. 일명 독과점 방지법이라 불리는 신규미디어법은 1980년, 재정하였던 방송법 22.285를 수정한 법으로 언론사가 공중파 TV, 라디오, 케이블 TV 등의 사업을 할 수 없도록 하는 내용을 골자로 개정하였다.

이 법은 아르헨티나 최대 미디어그룹 그루포 클라린(Grupo Clarin)의 독점을 막고 미디어법에 따른 시장구조 재편이 필요하다는 명분 하에 만들어졌다. 그루포 클라린은 지상파 TV, 케이블 TV, 라디오 방송, 인쇄 및 출판업체를 소유하고 있고, 연간 매출액이 20억 달러에 달하는 아르헨티나 최대 미디어 그룹이다. 그렇지만 실상은 2008년 농축산물 수출세 문제를 둘러싸고 정부 비판 언론으로 자리매김한 아르헨티나 그루포 클라린을 압박하기 위한 노림수라는 평이 지배적이다.

그루포 클라린은 신규미디어법 반포와 동시에 41, 45, 48, 161항이 헌법에 위반된다고 즉각적인 소송을 진행하면서 해당 법 통과가 지연되었다. 하지만 2013년 10월, 대법원이 시청각 상업 서비스법이 헌법에 위반되지 않는다고 해당 법을 통과시키면서 그루포 클라린에 대한 압박 수위를 높여갔다.

<표-9> 아르헨티나 신미디어법 주요 내용

조항	내용
41	°국가 승인을 통한 사업자 간 라이선스 교환 제한
45	°한 사업자 당 보유할 수 있는 케이블 및 FTA TV 라이선스 수를 최대 24개로 제한 °특정 기업이 지상파 및 케이블 TV를 겸영하거나 방송 시장 점유율 35%를 넘는 것을 제한
48	°부당한 시장 과점 행위를 강하게 규제
161	°라이선스 기준 자격 및 제한을 충족시키지 않은 사업자를 법적으로 규제

자료출처: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

그러나 2015년 12월, 중도 우파의 마우리시오 마크리(Mauricio Macri) 대통령이 취임하면서 크리스티나 정부에서 개정하였던 신규미디어법에 대한 수정을 예고하면서 반대파와의 갈등을 불러일으켰다. 이후 법 개정을 위한 토론, 세미나, 포럼, 국민으로부터의 의견 수렴과 같은 다양한 방법을 통한 방안을 모색하고 있는 상태다.

한편, 통신사가 수익을 목적으로 영상물을 배포하고자 할 시 2014년 12월 16일에 반포된 법령 27.078(정보통신법)에 따르면 신규미디어법의 조항을 따라야 한다.

4. 나오는 글

2016년 아르헨티나 최저임금은 8080 페소(약 538 달러)이며 평균임금은 17000페소(약 1133 달러) 수준이다. 이전 정부부터 치솟은 인플레이션(연 25~30%)으로 급여 수준은 현 물가수준을 따라 잡지 못하고 있다. 현 정부 들어서는 이원화되어 있던 환율제도를 일원화했고 국가재정 악화를 바로 잡기 위한 공공요금의 대폭적인 인상까지 있어 올해 인플레이션은 40%에 육박할 것으로 전망되고 있다.

통신요금 및 인터넷 서비스 비용 역시 고인플레이션으로 인해 6개월 혹은 3개월 단위로 인상되고 있지만 높은 금액에 비해 서비스 품질은 개선이 필요한 상황이다. 가정에서 주로 사용하는 인터넷 속도는 한국의 2008년 수준인 10~30Mbps이며 요금 역시 500페소에서 1000페소(약 67 달러)의 높은 수준이다.

유형별 이동통신 사용자를 보면, 4G 사용자는 17%이고 3G는 65%, 2G는 19%다. 스마트폰 사용자가 늘고 있고 4G 이용자도 더불어 증가하고 있는 점은 긍정적이나 소득 수준에 비해 높은 서비스 요금과 금액에 비해 낮은 서비스 품질 및 불편한 고객 대응 등의 개선은 필수적인 부분이다. 실례로 오픈시그널닷컴(OpenSignal.com)에 따르면, 아르헨티나의 4G 서비스는 68개국 중 65에 해당될 만큼 낮은 등급이다.

이러한 실정에 따라 중앙 정부 차원에서도 이전 정부, 현 정부 할 것 없이 국가통신계획을 세우고 관련 인프라 구축에 만전을 기하고 있으나 여전히 갈 길이 멀다.

2011년 9월, 아르헨티나에 넷플릭스가 상륙한 이후 3대 통신사(텔레포니카, 텔레콤, 클라로)는 자체 OTT 플랫폼을 통해 다양한 영상물을 공급, 투자를 확대하고 있다. 하지만 적은 콘텐츠 수, 품질에 비해 높은 가격(신규 콘텐츠의 경우, 20페소~50페소의 별도 요금 지불) 등으로 인해 각종 프로모션에도 불구하고 고객 유치에 어려움을 겪고 있다. 반면, 제한 없이 모든 콘텐츠를 월정액으로 이용이 가능한 넷플릭스는 유명 시리즈, 자체 제작 콘텐츠, 세계 여러 국가의 영화, 다큐멘터리 등을 선보이며 아르헨티나뿐만 아니라 중남미 SVOD시장의 선두주자로 자리매김하고 있다. 시장 사정이 이렇다 보니 텔레콤의 경우, 자체 브랜드인 아르넷 플레이어의 가입자 수를 늘리기 보다는 신규 가입자에 한해 3개월 동안 넷플릭스를 무료로 이용할 수 있는 상품을 내놓기도 했다.

참고 자료

<http://www.prensario.net/16452-On-Video-120000-suscriptores-de-video.note.aspx>

<http://www.prnewswire.com/news-releases/ott-video-in-latin-america-demand-for-local-exclusive-content-drives-competition-among-svod-platforms-300325319.html>

<http://www.infobae.com/tecnologia/2016/06/21/el-4g-en-la-argentina-sigue-siendo-uno-de-los-mas-lentos-del-mundo/>

<http://www.lanacion.com.ar/1830192-cuantos-usuarios-tiene-la-telefonía-4g-en-la-argentina>

<http://www.lanacion.com.ar/1943101-tercer-aumento-del-año-en-celulares-suben-los-precios-hasta-16>

<http://www.comentariosblog.com.ar/tag/carrier-y-asociados/>

<http://www.infobae.com/2016/04/25/1806994-los-smartphones-4g-despegan-la-argentina/>

<http://www.infobae.com/2015/11/14/1769400-telefonía-móvil-argentina-la-más-cara-más-reclamos-y-menos-competencia/>

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

<http://www.personal.com.ar/tienda/planesypacks/#/planes?producto=telefonos&mercado=abonofijo>

<http://www.claro.com.ar/portal/ar/pc/personas/movil/pospago/>

<http://www.movistar.com.ar/tienda/planes/one/>