



## 유럽 대형 방송사들의 성장을 위한 투자 동향 분석

과거 코로나 19 관련 경제 불황을 우려한 광고주들이 일시에 지갑을 닫자, 광고 매출이 주 수익원이었던 TV 방송 사업자들 대다수가 힘겨운 나날을 보내야 했다. 하지만 2021년 들어와 그 분위기가 반전되어 상반기 유럽 주요 방송사들의 실적에는 두 자릿수 성장률이 적혀 내려가고 있다. 매출 회복세 조짐이 포착되면서 방송사들은 다시금 성장 동력을 마련하고, 새로운 혁신을 위한 투자를 가속화하게 될 전망이다.

## 1. 들어가며

2020년 전 세계 방송 산업은 힘든 한 해를 보냈다. 코로나 팬데믹 발발 이후, 경제 불황에 대한 우려로 인해 광고주들이 지갑을 닫으면서 광고 매출이 주 수익원이었던 방송계에 한파가 불어 닥친 것이다.

그러나 최근 유럽 내 주요 방송 사업자들이 2021년 상반기까지의 실적을 발표하면서 방송 미디어 산업이 점차 회복세를 보이고 있다는 진단이 나오고 있다. 많은 방송 사업자들이 코로나 팬데믹 이전인 2019년 수준으로 실적을 회복하였고, 일부는 2019년의 실적을 뛰어넘는 결과까지 보였다.

## 2. 2021년 2분기 유럽 주요 방송사 실적

방송 산업 전문매체 비디오위크(VideoWeek)에 따르면, 유럽 방송사 중 스페인 미디어셋 에스파냐(MediaSet España)의 매출 회복세가 가장 빠른 편으로 나타났다. 미디어셋 에스파냐의 2021년 상반기 매출은 42억 3,600만 유로이다. 이를 전년도인 2020년 상반기 매출 37억 5,100만 유로와 비교해 보면 12.9%가량 증가했음을 알 수 있다. 2021년 2분기 매출(23억 9,600만 유로)만 비교했을 때는 전년 동기(14억 5,300만 유로)와 비교하여 64.9% 상승한 셈이다. 이는 2020년 2분기 재무제표가 코로나 팬데믹의 직접적 영향을 받았기 때문이기도 하다. 같은 맥락에서 2021년 2분기는 미디어셋 에스파냐가 적어도 매출면에서는 코로나 이전 실적으로 복귀한 것으로 보인다.

### 그림 1 스페인 Mediaset España의 '19~'21년 상반기 주요 실적

(단위 : 백만 유로)

■ 2019년 상반기 ■ 2020년 상반기 ■ 2021년 상반기



출처: Mediaset España IR자료(2021)

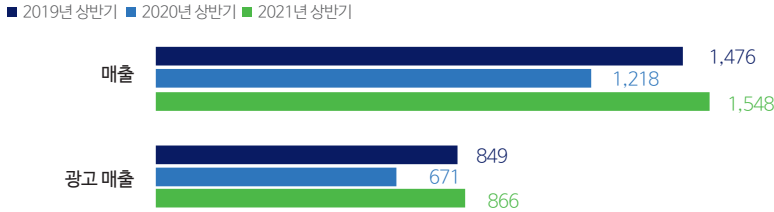
이 같은 매출 회복세는 대부분 광고 매출에 의한 것이다. 2021년 상반기 기준 미디어셋 에스파냐의 순광고매출(NAR, Net advertising revenues)<sup>1</sup>은 38억 7,700만 유로로, 2020년 상반기 31억 4,000만 유로 대비 23.5% 증가한 수치다. 그중에서도 2분기의 회복세가 더욱 강하게 포착되는데, 2021년 2분기 예만 순광고매출이 22억 3,900만 유로로 전년 동기 11억 9,500만 유로 대비 87.3% 증가했다.

영국 ITV 역시 매출 회복세가 두드러진다. ITV의 2021년 상반기 매출은 15억 4,800만 파운드로 전년 동기 12억 1,800만 파운드보다 27%가량 증가했다. 2020년과 2021년의 2분기 실적만 놓고 비교했을 때 무려 60.1%의 증가를 보인다. 전체 광고 매출은 2021년 상반기 8억 6,600만 파운드로, 전년 동기 6억 7,100만 파운드보다 29% 늘었다. 흥미로운 점은 ITV가 코로나 19 발생 이전인 2019년 상반기보다 오히려 2021년 상반기에 더욱 늘어난 매출을 기록했다는 사실이다. 버라이어티(Variety)를 비롯한 일부 외신에서는 이러한 현상을 두고 ITV가 일찌감치 AVOD 전략에 노력해 온 덕분에 오히려 2019년보다 더 많은 광고 매출을 올릴 수 있게 되었다고 진단한다.

1) 전체 광고 매출에서 광고 집행에 소요되는 비용 및 판매 수수료 등을 차감한 금액으로, 미디어셋 에스파냐는 재무제표에서 총 광고매출과 NAR을 구분하여 기재함

**그림 2 영국 ITV의 '19~'21년 상반기 주요 실적**

(단위 : 백만 파운드)

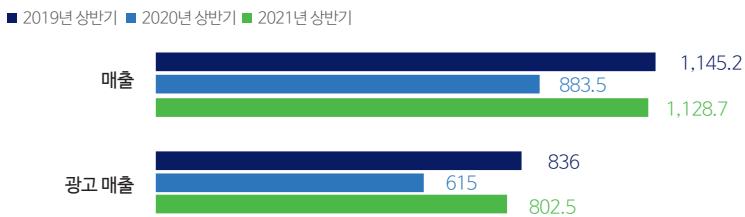


출처: ITV plc IR 자료(2021)

프랑스 TF1 또한, 강한 매출 회복세를 보이고 있다. TF1의 2021년 상반기 전체 매출은 11억 2,870만 유로이며, 전년 동기인 2020년 상반기의 8억 8,350만 유로보다 27.8% 증가했다. 이중 광고 매출은 2021년 상반기 기준 8억 250만 유로로, 전년 동기 6억 1,500만 유로보다 30.5% 증가한 것으로 집계된다.

**그림 3 프랑스 TF1의 '19~'21년 상반기 주요 실적**

(단위 : 백만 유로)

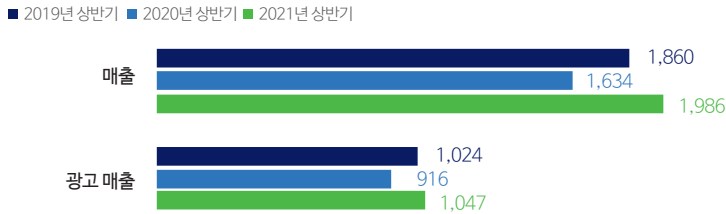


출처: TF1 IR 자료(2021)

이 밖에도 유럽의 주요 증권거래소에 상장되어 각 분기 실적을 공개하고 있는 방송사 또는 미디어 그룹들을 살펴본 결과, 증가폭의 차이는 있었으나 독일의 프로시벤(ProSieben), 룩셈부르크의 RTL 그룹(RTL Group), 스웨덴 NENT(Nordic entertainment group) 등 모두 매출 실적이 회복되고 있는 모습을 보였다.

**그림 4 독일 ProSieben의 '19~'21년 상반기 주요 실적**

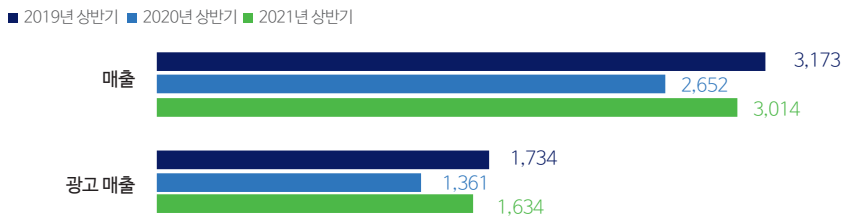
(단위 : 백만 유로)



출처: ProSieben IR 자료(2021)

**그림 5 룩셈부르크 RTL Group의 '19~'21년 각 연도 상반기 주요 실적**

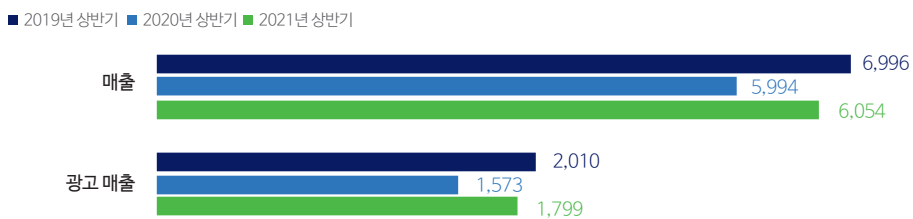
(단위 : 백만 유로)



출처: RTL Group IR 자료(2021)

**그림 6 스웨덴 NENT의 '19~'21년 각 연도 상반기 주요 실적**

(단위:백만 크로네)



출처: RTL Group IR 자료(2021)

### 3. 성장을 위한 투자에 나선 유럽 방송사

비디오위크는 유럽 내 다수의 방송사들이 2021년 2분기를 지나면서 매출을 회복하며 다시금 회사의 성장과 혁신 추진에 집중할 것이라 예측한다.

### 3.1. 스트리밍 사업 재가속

유럽의 방송사 중에서도 특히 ITV, NENT 등은 동영상 스트리밍 서비스 사업에 일찌감치 진출한 사업자들로 평가받고 있다. 2021년 2분기에는 두 방송사 모두 스트리밍 서비스의 전년 동기 대비 매출 증가율이 기존의 선형 TV 사업 매출 증가율보다 높은 것으로 나타났다.

ITV는 광고 기반의 동영상 스트리밍 서비스인 ITV 허브(ITV Hub)를 운영 중이며, NENT는 유료 구독형 동영상 스트리밍 서비스 비아플레이(Viaplay)를 운영하고 있다. RTL 그룹의 경우에도 스트리밍 서비스 관련 수익이 2021년 2분기에 전년 동기 대비 34% 증가한 1억 700만 유로에 달한다고 언급하여 해당 사업 부문의 실적 호조를 보고한 바 있다.

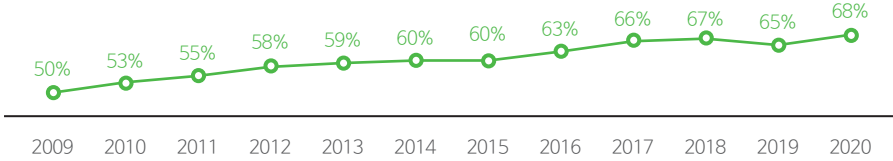
무엇보다 2020년에는 코로나 락다운(재택거리)이라는 변수로 인해 선형 TV 시청률이 일시적으로 증가하는 현상이 있었지만 2021년을 지나 '위드 코로나 2' 시대에 접어들면서 TV 시청률은 다시 감소세에 직면하고 있다. 결국 종합해 봤을 때, 방송사들은 기존의 선형 TV를 축소 또는 유지하는 반면, 온라인 스트리밍을 중심축으로 한 사업 확장에 더욱 골몰하게 될 것이라는 분석이다.

### 3.2. 방송사의 스튜디오 사업 활성화 기대

방송사들이 온라인 스트리밍 사업을 가속화한다는 것은 이른바 “스튜디오(콘텐츠 제작) 사업”에서 더 큰 경쟁력을 가져가겠다는 의미로 풀이할 수 있다. 오늘날 스트리밍 플랫폼간의 경쟁은 결국에는 콘텐츠로 귀결되기 때문이다.



2) 백신과 치료제로 사망자와 중증 환자를 최소화하면서 일상 생활로 복귀하는 것을 뜻함

**그림 7** ITV 산하 채널로 배포되는 콘텐츠 중 콘텐츠 자회사 ITV Studios에서 제작한 콘텐츠 비율

출처: ITV, Statista(2020)

넷플릭스(Netflix)를 비롯하여 디즈니플러스(Disney+), 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video) 등 미국발(發) 동영상 스트리밍 서비스는 물론이고 유럽 내 현지 태생인 크고 작은 소규모 VOD 서비스들의 난립 속에서 방송사는 이제 기존의 콘텐츠 배급 채널로서의 역할보다는 더 많은 채널에 자신들의 콘텐츠를 공급하는 콘텐츠 제공자로서의 역할이 중요해질 것이라는 진단이다.

한편, 지난 2020년에 코로나 팬데믹으로 인해 각종 콘텐츠 제작 현장이 일시에 중단되기에 이르렀는데, 이를 고려하면 현 시점에서 방송사들이 스튜디오 사업에 더욱 공격적인 행보를 보이는 것은 전략적으로 어느 정도 설득력이 있다는 분석이다. 콘텐츠 제작이 일시에 중단되면서 그 파급 효과로 인해 2021년을 기점으로 향후 1~2년간은 새로운 콘텐츠에 대한 수요가 배가될 수 있고, 그 기회를 기존에도 콘텐츠 제작 노하우를 탄탄하게 확보하고 있는 방송사들이 포착할 가능성이 보인다는 의미다.

### 3.3. 새로운 광고 기술의 도입

그렇다고 해서 방송사들이 스튜디오 사업에만 ‘올인’할 수는 없는 노릇이다. 방송사들은 여전히 콘텐츠 배급 채널로서, 그리고 그에 기반하여 광고를 대중에게 노출하는 광고 매체로서의 역할도 유지할 것이다.

이러한 가운데, 기존의 선형 TV는 물론이고 OTT까지 아우를 수 있는 광고 기술과 상품이 필요함은 당연한 일이다. 이미 ITV나 TF1과 같은 방송사에서는 프로그래밍 방식의 광고 구매 플랫폼이나, 혹은 어드레서블 광고<sup>3</sup>에 대한 투자를 늘려나가고 있으며, 여기서 더 나아가 TV 광고 인벤토리와 디지털 방식의 광고 인벤토리를 패키지화한 광고 상품들을 광고주에 제안하는 실정이다. 같은 맥락에서 광고주들에게 새로운 광고 상품 제안하기에 앞서 그 기초작업이라 할 수 있는 시청률 측정 기술에 대한 논의도 더욱 활발하게 이어질 전망이다.

### 3.4. 적극적 M&A 추진

스트리밍 사업, 스튜디오 사업, 혹은 새로운 광고 기술 등에서 새로운 혁신을 만들어 내려는 방송사간의 경쟁이 치열해지는 가운데, 결국 이를 빠르게 해결하기 위한 방편으로서 방송 사업자들의 M&A 역시 활발하게 전개될 것으로 예상된다.

이미 TF1은 같은 프랑스의 방송사 M6와 합병을 진행 중에 있다. 양사의 합병은 현지 콘텐츠 제작에 더 많은 투자를 하는 데 목표를 둔다고 한다. 합병 거래가 완료되는 것은 2022년 말로 예정되어 있다. RTL 그룹이 독일에서 운영하고 있는 방송사 RTL 도이치랜드(RTL Deutschland) 또한, 독일의 미디어 기업인 그루너 + 자르(Gruner + Jahr)와 합병을 추진하고 있다. 그루너 + 자르는 출판 잡지 분야에서 전통성을 가지고 있는 기업으로, 출판 잡지 외 팟캐스트 같은 디지털 콘텐츠와 광고를 사업 포트폴리오로 보유하고 있다. RTL 도이치랜드와의 합병은 콘텐츠는 물론이고 광고 사업에서도 시너지를 발휘할 것으로 전망된다.



3) 동일 시간, 동일 채널에 시청 이력 등의 데이터를 기반으로 가구별로 각각 다른 광고를 송출하는 광고 기법을 뜻함



## 4. 마치며

2021년 상반기에 기록한 호실적으로 인해 유럽권 다수 방송사들이 차년도 예상 실적을 잇달아 상향 조정하고 있다는 후문이다. 하지만 시장 내 경쟁이 이미 과열되어 있는 상태에서 모든 방송사들이 원하는 만큼의 성과를 이뤄낼 가능성은 적을 것으로 예측된다. 2021년을 기점으로 빠르게 성장 동력을 다시 확보하고, 그에 맞춰 치밀한 성장전략을 수립하고 실행하는 방송사들만이 목표 이상의 성과를 만들어 낼 것이라 전망한다. 이러한 상황은 국내 방송사들에게도 다르지 않을 것이다. 유럽 방송사들의 움직임에 주목해야 하는 이유이다.

### REFERENCE

1. European Producers Club Kick-Starts Europe's Industry Rescue Drive, Variety, 2020.3.16.
2. European Film, TV Bodies Unite to Call for Action in Tackling 'Profound' Coronavirus Crisis, Variety, 2020.4.8.
3. Production bodies call for gov't support as Covid-19 impacts, TBI Vision, 2020.3.18.
4. Rome's MIA market Confirms Physical Edition, Launches MIA Digital, Variety, 2020.5.14.
5. EPC 공식 홈페이지(<https://www.europeanproducersclub.org/>)
6. <https://variety.com/2021/tv/global/itv-quarterly-financial-results-2021-love-island-1235029083/>