

세필드 다큐페스티벌 연계 투자설명회 개최 결과보고서

<콘텐츠산업진흥팀 윤여원, '19. 7. 4.>

□ 행사개요

- (목적) 국내 방송콘텐츠의 해외진출 지원을 위해 국내 방송제작자에게 해외 방송사·배급사에 대한 투자설명회 및 투자 상담 기회 제공
- (행사명) 세필드다큐페스티벌연계 해외투자설명회(코리아피칭데이)
- (일정/장소) 2019. 6. 6.(목) ~ 6. 14.(목) / 영국 세필드
- (주최/주관) 과학기술정보통신부 / 한국방송통신전파진흥원(KCA)
- (참가) 기획개발분야 8개팀, 빛마루 영상캠프 수상 2개 팀 총 참가자 16명

□ 주요행사

- (그룹워크숍) 투자설명회 프로젝트 대상 해외전문가 강의 및 코칭
- (투자설명회) 국제공동제작 및 해외투자 유치를 위해 방송기획안 (소개영상 포함)을 해외 방송사·제작사·배급사에게 직접 소개하는 기회 제공
- (라운드테이블) 유럽 방송사와 국내 참가 사업자들이 방송콘텐츠의 국제공동제작 현황, 성공 사례, 성과 등을 토의하는 라운드 테이블 개최
- (MOU 체결) 한국-프랑스 제작사간 국제공동제작 MOU 체결(2건)
- (간담회) 투자상담 성과 등의 공유를 위한 참가 사업자와의 간담회 개최

□ 주요 일정

구분	주요 일정					
	6.6.(목)	6.7.(금)	6.8.(토)	6.9.(일)	6.10.(월)	6.11.(화)
오전	· 그룹워크숍	· 그룹워크숍	· 소개영상 수정본 해외전문가 검토	· 투자설명회 리허설	· 영국 방송사 간담회	· 투자상담회 (10개팀) · MOU체결 (프랑스)
오후	· 그룹워크숍	· 그룹워크숍	· 테크니컬 리허설	· 투자설명회 (10개팀) · 참가 사업자 간담회	· 국제공동제작 라운드테이블	· 투자상담회 (10개팀) · MOU체결 (프랑스)

□ 세부 내용

- (역량강화 그룹 워크숍) 6월 6일(목)에서 7일(금) 2일간 '역량 강화 그룹 워크숍'을 개최, 국내 참가사업자에게 현지 방송사·제작사·배급사 관계자와의 협상 방법 및 투자설명 등을 위한 해외 전문가 사전교육 실시



6월 6일(강사와 피칭 그룹 멘토링)

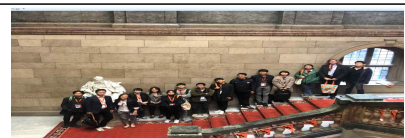
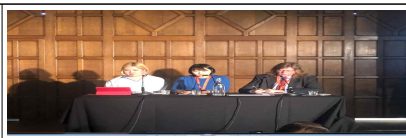
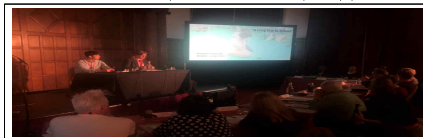


6월 6일(강사와 1:1 멘토링)



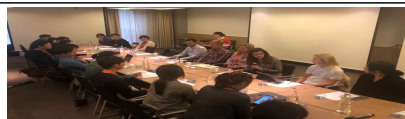
6월 7일(그룹 워크숍)

- (투자설명회) '19년 상반기 기획개발 선정사업을 통해 선정된 우수 프로그램의 기획안(8개 작품) 및 빛마루 영상캠프 수상작(2개 작품)을 투자설명회(6월 9일(토))를 통해 소개



6월 9일(코리아 피칭데이)

- (라운드테이블) 국내 방송콘텐츠의 해외진출과 국제공동제작 활성화를 위한 상호 협력방안 논의를 위해 국내의 참가사업자와 영국·아일랜드 지역의 방송 관계자 간의 회의 개최



6월 10일(라운드 테이블)

- (투자상담) 국내 10개 참여사가 영국, 프랑스, 벨기에 등 유럽국가들과 약 100건 (6.57억원)의 투자상담 성과를 거두었음



6월 11일(투자상담회 - Meet Korean Film Makers)

□ 향후 계획

- 하반기 기획개발 선정(7월)
- 하반기 글로벌 투자설명회 참여 사업자 대상 프로그램 운영
 - EIDF와 연계한 글로벌 워크숍 참여를 통해 프로젝트 추가 수정 및 보완 (8월)
 - 네덜란드 다큐멘터리영화제 협력방안 모색(8월~10월)
 - 하반기 한국 투자설명회 개최 (11월)
- 해외콘텐츠 마켓 참여자들 대상으로 성과 조사(12월)

붙임 1 출장 개요

☐ 목 적

- (목적) 국내 방송콘텐츠의 해외 진출 지원을 위해 국내 다큐 기획·제작자에게 해외 투자사·배급사에 대한 투자설명회 및 투자 상담 기회 제공
- 대표적 다큐멘터리 영화제인 영국 셰필드다큐페스티벌과 연계하여 투자설명회, 워크숍, 투자상담을 개최하고 국제공동제작 협약 체결 추진

☐ 출장기간 : 2019. 6. 5(수) ~ 6. 1목(목) / 7박 9일

※ 과기정통부, 김상재 본부장, 안영민 차장 (5박7일/셰필드2박)

☐ 출장국가 : 영국(셰필드)

☐ 출장자

소 속	성 명	직 급	비 고
과학기술정보통신부	구영섭	과장	디지털방송정책과
	방연진	사무관	
한국방송통신전파진흥원(KCA)	김상재	본부장	콘텐츠산업진흥팀
	안영민	차장	
	윤여원	과장	
	김이삭	주임	
	양혜림	주임	
	김옥영	과장	빛마루 방송인프라 지원팀




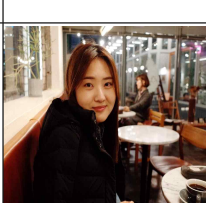
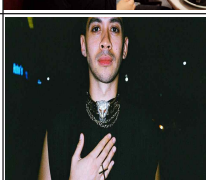





☐ 주요활동

구 분	주요 일정					
	6.6.(목)	6.7.(금)	6.8.(토)	6.9.(일)	6.10.(월)	6.11.(화)
오 전	· 그룹워크숍	· 그룹워크숍	· 소개영상 수정본 해외전문가 검토	· 투자설명회 리허설	· 영국 방송사 간담회	· 투자상담회 (10개팀) · MOU체결 (프랑스)
오 후	· 그룹워크숍	· 그룹워크숍	· 테크니컬 리허설	· 투자설명회 (10개팀) · 참가 사업자 간담회	· 국제공동제작 라운드테이블	· 투자상담회 (10개팀) · MOU체결 (프랑스)

□ 전체 참가자 명단(22명)

소속	직위	프로그램명	성명
제이제이 프로덕션	감독 (린제이의 서울 프로듀서)	마이에그 (Egging Life)	전진
모모루덴스	감독 (마이에그 프로듀서)	린제이의 서울	연왕모
개인 창작자	프로듀서	김을 찾아서	김상규
	감독		정수은
마로 스튜디오	프로듀서	학교 가는 길	이진우
	감독		김정인
개인창작자	프로듀서	나의 숨기고 싶은 가족에게	박지혜
	감독		황예리
봄 저 너머 미디어	프로듀서	엄마를 부탁해	이창준
	감독		
개인창작자	프로듀서	비보이 피직스	안성준
	감독		장의진
익스포스 필름	프로듀서	모어	이미진
	감독		백윤석
연세대	프로듀서	쪽팔갱이	정태영
	감독		
국민대	프로듀서	프린지 프렌즈	양진영
	감독		
과기정통부 디지털콘텐츠과	과장	-	구영섭
	사무관		방연진
한국방송통신전파진흥원 콘텐츠산업진흥팀	본부장	-	김상재
	차장		안영민
	과장		윤여원
	주임		김이삭
	주임		양혜림

□ 참가 프로그램 현황(10개)

분야	사업자	프로그램명	기획의도	
1	제이제이 프로덕션	마이에그 (Egging Life)		임신 적령기를 넘긴 여성들이 임신은 뒤로 미루고 다른 대안을 찾던 중 난자 냉동을 통해 임신의 최후 가능성을 유지하려고 하는 얘기들을 각각의 에피소드로 다루는 다큐멘터리
2	정수은	김을 찾아서		한국 전쟁 중 싹튼 북한 인민군 김재필과 미군 전투기 조종사 워드 밀러의 우정에 대한 얘기를 그들이 주고 받은 편지로 풀어나가는 휴먼 다큐
3	마로 스튜디오	학교 가는 길		서울 강서구의 장애아들을 위한 특수학교 설립 추진이 지역 주민과 정치인의 반대로 지연되는 가운데, 이에 강력히 맞서 싸워 나가는 강서 장애인 부모회의 고군분투기를 담아내는 다큐멘터리
4	황예리	나의 숨기고 싶은 가족에게		평생 가족들로부터 외면당했던 조현병 환자 인규씨와 그와 함께 사는 시각장애 노모 상연씨의 이야기를 가족의 일원인 감독의 시선에서 담은 다큐멘터리
5	모모 루덴스	린제이의 서울		남아공 출신 린제이의 서울 정착기를 통해 현재 서울에서 거주하고 있는 다양한 외국인들의 라이프 스타일과 이들로 인해 변해가는 서울의 모습을 살펴보고자 함
6	봄 저 너머 미디어	엄마를 부탁해		평소 신기로 시달리던 엄마의 고통을 덜어주기 위해 무당들을 찾아 나서던 감독 본인이 무당들과의 만남을 통해 벌어지는 에피소드들을 다룰 예정
7	장의진	비보이 피직스		비보잉 춤 하나로 전세계를 제패한 댄서 비보이 피직스와 그가 입단한 댄스팀 리버스 크루의 춤에 대한 열정과 고난을 그려내고 있음
8	익스포스 필름	모어		이태원의 드랙(여장남자)쇼 간판스타 '모어'의 일상을 통해 드랙퀸 등 한국의 성소수자들의 이야기를 뮤지컬 다큐멘터리 형식으로 다룰 예정
9	정태영 (연세대)	쪽빨갱이		쪽빨갱이는 대한민국의 한 고등학교에 전학을 오게 된 한일 혼혈 고등학생 영기란 가상인물의 이야기를 영화로 풀어나간 작품으로 한국, 일본 어디에서도 환영 받지 못하는 재일교포의 비참한 상황을 다루고 있음
10	양진영 (국민대)	프린지 프렌즈		밴드 헤아의 이야기를 통해 소셜 미디어를 통해 관객들과 소통을 하려는 요즘 젊은 세대 뮤지션들의 이야기를 다룰 예정

□ 행사 및 참가 일정

날짜	시 간	주 요 내 용	비 고
6.6(목)	11:00~17:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 그룹워크숍 1일차 - 환영인사 / 세필드 영화제 프로그램 개요 - 투자설명 교육 (강사: Paul Pauwels EDN) 	세 필드 Hubs Building
6.7(금)	10:00~17:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 그룹워크숍 2일차 - 투자상담회 교육 - 다큐멘터리 스토리의 구조 및 방법 - 국제 공동제작의 예산편성 방법 	세 필드 Hubs Building
6.8(토)	10:00~18:00	○ 테크니컬 리허설 및 트레일러 수정	세 필드 Town Hall
6.9(일)	10:00~12:00	○ 투자설명회 리허설	세 필드 Town Hall
	14:00~17:30	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외투자설명회(코리아피칭데이) 개최 : 총 10개 프로젝트 해외투자설명회 - 7분 발표, 8분 질의응답 ※ 북미지역과 유럽지역 방송사, 제작사, 배급사 등의 투자책임자 10여 명 초청 	세 필드 Town Hall Reception Room B
	18:00~19:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내 참가 사업자와의 간담회 개최 - 해외투자설명회 및 투자상담회 관련 성과 공유 및 의견수렴 등 (10개 프로젝트의 참가사업자 등) 	Novotel 회의실
6.10(월)	14:00~15:30	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국제공동제작 라운드테이블 - 유럽지역 공동제작 - 방송콘텐츠의 국제공동제작 현황 및 성공사례, 유럽 공동제작 성과 등을 토의하는 라운드테이블 	Novotel 회의실
6.11(화)	11:00~12:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국제공동제작 MOU 체결 - 홈초이스&문화유산채널, 프랑스 Gédéon Media Group 양사간 '직지, 세상에 나오다' 방송의 공동제작 및 투자 	프랑스, 파리
	15:00~16:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국제공동제작 MOU 체결 - (한국) 아이엠티브이, (프랑스) Galaxie Presse 양사간 '상대적이고 절대적인 고양이 사전' 방송의 공동제작 및 투자 	프랑스, 파리
	13:00~17:00	<ul style="list-style-type: none"> ○ 투자상담회(Meet The Korean Film Makers) - 한국 참가 프로젝트 팀들과 세필드다큐페스티벌에 참가한 해외방송사와 배급사들과의 일대일 미팅 	세 필드 Cutlers Hall
6.12(수)	이 동	<ul style="list-style-type: none"> ○ 파리 → 인천 ○ 세필드 → 런던 → 인천 	-
6.13(목)	이 동	○ 도착	인천

붙임2

MOU 체결식 및 투자 계약 체결식 결과

① 「직지, 세상에 나오다」 공동제작계약 체결

- 체결대상 : 흙초이스(문화유산채널) - (프) Gédéon Media Group*
 - * 프랑스의 제작사로 1994년에 창립, 우수한 콘텐츠로 350회 이상의 다양한 행사에서 수상한 경력이 있으며, 다큐멘터리, 장편영화, TV 쇼 등의 다양한 프로그램을 제작
- 일시/장소 : '19. 6. 11.(화) 11:00 / 프랑스 파리 Gédéon Media Group
- 참석자 : 과기정통부 구영섭 디지털방송정책과장, 방연진 사무관
진홍원(KCA) 김상재 방송통신진흥본부장, 안영민 차장,
흙초이스 이영환 국장, 임은 PD, 문화유산채널 이승태
경영이사, 김한태 팀장, Gédéon Media Group 스테판
밀러 대표, 로랑스 파브르 프로듀서
- MOU 내용 : 양 사간 '직지, 세상에 나오다' 프로그램의 공동제작 및 투자
 - ※ 프랑스 Gédéon Media Group의 해외투자금 : 약 1.4억원

② 「상대적이고 절대적인 고양이 사전」 공동제작 MOU 체결

- 체결대상 : (한) 아이엠티브이 - (프) GALAXIE PRESSE*
 - * 프랑스의 비방디 미디어그룹 계열사로서 1993년에 창립, 다양한 소재의 다큐멘터리를 제작해오고 있으며 세계각국과 국제공동제작도 활발히 진행 중임
- 일시/장소 : '19. 6. 11.(화) 15:00 / 프랑스 파리 GALAXIE PRESSE
- 참석자 : 과기정통부 구영섭 디지털방송정책과장, 방연진 사무관
진홍원(KCA) 김상재 방송통신진흥본부장, 안영민 차장,
(주)아이엠티브이 이영숙 대표이사, 은혜정 연구소장,
GALAXIE PRESSE의 로랑 돈디 대표, 파브리스 빠필론 PD
- MOU 내용 : 양 사간 '상대적이고 절대적인 고양이 사전' 프로그램의 공동제작 및 투자
 - ※ 프랑스 GALAXIE PRESSE 투자금 : 약 3.1억원

[홈초이스·프랑스 게데온 미디어 그룹과 MOU 체결]

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING ON CO-PRODUCTION AGREEMENT

This Memorandum of understanding on Co-Production Agreement ("MOU") is made and entered into as of 11 June 2019, and shall supersede the prior agreement signed as of 1 March 2019.

Between:

Co-producer HOMECHOICE (hereinafter referred to as "Co-producer A") whose registered office is situated at 15F, YTN Newsquare, Sangamsan-ro 76, Mapo-gu, Seoul, Korea03926 with Business Registration number 220-87-43467.

Co-producer GEDEON (hereinafter referred to as "Co-producer B") whose registered office is situated at 155 rue de Charonne 75011 Paris with Business Registration number B383894052.

Co-producer Korea Cultural Heritage Foundation (hereinafter referred to as "Co-producer C")
whose registered office is situated at Bongensa-ro, Gangnam-gu, Seoul, Korea 06153 with Business Registration number 203-82-02904.

Co-producer A, Co-producer B and Co-producer C may be further referred to collectively as "Co-Producers"

Article 1 – Purpose

(1) Co-Producers hereby mutually agree to co-produce a broadcasting program provisionally titled "The Jikji, relic of modernity". ("Program")

(2) Co-Producers hereby mutually agree to share revenues from the Project in a form agreed to in this MOU.

Article 2 – Program Outline

- (1) Program title : The Jikji, relic of modernity.
- (2) Number of Episodes : 1 epsode of 100minutes (extra version of 90 minutes) + making film(produced by HOMECHOICE)
- (3) Format : Documentary for television (UHD format)
- (4) Total production cost :

Co-producer A	60,000,000 KRW
Co-producer B	140,000,000 KRW
Co-producer C	60,000,000 KRW
Korean Government Assistance(KCA) Funding Fee	300,000,000 KRW
TOTAL	<u>560,000,000 KRW</u>

- (5) Production period : 2019–2020
- (6) Produced in 3 languages : French, Korean and English

Article 3 – Roles & Responsibilities

If the Program go into production, the roles and responsibilities of each party will be as follows :

	PRE- PRODUCTION	PRODUCTION	POST-PRODUCTION	MASTERING	DISTRIBUTION
A	PARTICIPATE	EXECUTE / MANAGE FINANCIAL ASPECTS PRESENT DETAILED ACCOUNTING REPORTS TO KCA FILMING OF MAKING-OF (60 min)	POST-PRODUCE MAKING-OF SHARE THE MAKING-OF	COMPLETE MASTERING KOREAN VERSION (FILM 100 min + MAKING-OF 60 min)	ON UMAX (HOMECHOICE'S OWN CHANNEL)

B	RUN PRE-PRODUCTION	FILMING EXECUTE / MANAGE FINANCIAL ASPECTS	POST-PRODUCE FILM (EDITING, CG, MUSIC) SHARE THE COMPLETED FILM	COMPLETE MASTERING FRENCH AND ENGLISH VER. SHARE ENGLISH VER.	GEDEON'S DISTRIBUTION
		PRESENT DOCUMENTS TO HOMECHOICE PROVING GEDEON'S FINANCING OF 140,000,000 KRW (RESPONSIBILITY OF MANAGING INVESTMENT			
C	N/A	N/A	N/A	N/A	ON CULTURAL HERITAGE TV WEBSITE

Article 4 – Allocation of Production Costs

Same as Article 2.4.

Article 5 – Copyrights and Profit sharing

(1) Co-producer A, Co-producer B and Co-producer C co-own the copyrights (including derivative works, moral rights and neighboring copyrights) to the Program and such shares are as follows.

COUNTRY	KOREA	Except KOREA & FRANCE & FRANCO-PHONE COUNTRIES	FRANCE & FRANCO-PHONE COUNTRIES
Co-producer A	50%	25%	
Co-producer B	0%	50%	100%
Co-producer C	50%	25%	

(2) Co-Producers shall share the rights to any business related to the Program in countries, and the profit that comes from it will be allocated according to the ratio stated in Article 5.1.

(3) Any detailed sales conditions such as distributor commission fees shall be provided in separate agreements.

Article 6 – Production cost accounting

(1) All parties are allowed to examine and review the other party's books or documents regarding the production cost. All parties shall present the breakdown of the production budget to the other party upon request.

Article 7 – MOU Period

This MOU is effective as of the date it is signed on until 7 years.

Article 8 – Termination of MOU

All parties have the right to terminate the MOU or a part of it if the following occurs.

- (1) If Co-producer B fails to raise all the funding indicated in Article 2.4 (140,000,000 KRW).
- (2) If any of the parties dissolves, bankrupts, liquidates, has a business transfer or is merged into a different company.
- (3) If any of the parties materially breaches the MOU.
- (4) If any of the parties refuses to produce the Program without a valid reason and it cannot be completed within the agreed timeline.
- (5) If the credit of either party is endangered by a third party: compulsory execution including seizure, provisional attachment, injunction or transfer of credit, bankruptcy, and insolvency.

Article 9 – Indemnity

If any of the parties delays the production of the Program due to a unilateral reason and the project fails to proceed, the liable party shall indemnify, defend and hold harmless the other party from and against all actual claims, actions or causes of action, assessments, demands, losses, damages, judgments, settlements, liabilities, costs and expenses, including, without limitation, reasonable attorneys' fees and expenses arising thereof.



Article 9.5 – Credit

The parties shall appear the main credits and/or the end credits as co-producer in all forms of the Program in a way of market standards by mutual agreement.

Article 10 – No transfer

All parties shall not transfer all or any part of the joint ownership rights specified in this MOU if no prior written consent with the other party has been made.

Article 11 – Confidentiality

(1) All parties are forbidden from unjustified use or disclosure to each other's confidential information obtained through this MOU.

(2) The obligations as defined in clause (1) of this article remains effective even after the expiry of the MOU period or cancellation of the MOU and each party consents to provide compensation for any damages caused to the other party by its infringement of the confidentiality clause.

Article 12 – Governing Law

This MOU shall be construed and governed by in accordance with the Laws of Republic of Korea and France.

Article 13 – Dispute settlement and Jurisdiction

(1) All parties shall not do anything to damage each other's rights, credit or image during the production of the Program and sales business.

(2) If there are different opinions between Co-Producer A, Co-Producer B and Co-Producer C related to the MOU or any additional agreements, the two parties are to follow custom of the trade or decide by mutual consent.

(3) If a dispute is taken to court, the court shall take place in the jurisdiction in which the



defendant resides.

IN WITNESS WHEREOF, the Co-Producer A, Co-Producer B and Co-Producer C have executed this MOU as of the date below.

11. JUNE. 2019

Co-Producer A

Address 15F, YTN Newsquare, Sangamsan-ro 76, Mapo-gu, Seoul, Korea 03926

Signed for and on behalf of Jae-Gu CHO

by Young-Hwan LEE

SIGN 

Co-Producer B

Address

155 rue de Charonne 75011 Paris

Representative name Stéphane MILLIERE

SIGN 

Co-Producer C

Address Bongensa-ro, Gangnam-gu, Seoul, Korea 06153

Signed for and on behalf of Ok-Sub JIN

by Seoung-Tae LEE

SIGN 



[아이엠티브이·프랑스 갤럭시 프레스社와MOU 체결]

CO-PRODUCTION AGREEMENT

This Co-Production Agreement ("Agreement") is made and entered into this 11th day of June 2019.

Between:

Co-producer A (hereinafter referred to as "GALAXIE PRESSE") whose registered office is situated at 80 rue Gallieni- 92100 Boulogne-Billancourt France with Business Registration number B 394 846 984 ; and

Co-producer B (hereinafter referred to as "IMTV") whose registered office is situated at #301 Hwail Building 105 Seogang-Ro Mapo-Gu Seoul Korea with Business Registration number 107-81-96446

Co-producer A and Co-producer B may be further referred to collectively as "Co-Producers"

Article 1 – Purpose

(1) Co-Producers hereby mutually agree to co-produce a broadcasting program provisionally titled "We are the cats" (In Korean, 상대적이며 절대적인 고양이 사전) ("Program")

(2) Co-Producers hereby mutually agree to share revenues from the Program in a form agreed to in this Agreement.

Article 2 – Program Outline

(1) Program title: We are the cats

(Korean Title: 상대적이며 절대적인 고양이 사전)

4

(2) Format: HD Documentary for television

(3) Production Period : April to September 2019

Article 3 – Roles & Responsibilities

(1) "GALAXIE PRESSE": Overall management of the production process, research and development, program planning, writing scenarios, securing access to talent and locations, overseeing filming in France, Egypt, post-production, and securing broadcast in France.

(2) "IMTV": Joint research and development, program planning, securing talent and locations, overseeing filming in South Korea and other countries, such as, Japan, post-production, and securing broadcast in South Korea.

Article 4 – Copyrights and Profit Sharing

(1) GALAXIE PRESSE and IMTV co-own the copyrights (including derivative works, moral rights, and neighboring copyrights) to the Program and such shares are as follows:

GALAXIE PRESSE : 50 %

IMTV : 50 %

(2) IMTV has exclusive rights to all business related to the Program in South Korea, Japan, Singapore and Taiwan and the profit that comes from it is vested in IMTV.

(3) GALAXIE PRESSE has exclusive rights to all business related to the Program in France (DROM & COM included), Belgium, Luxemburg and Switzerland and the profit that comes from it is vested in GALAXIE PRESSE

(4) Co-Producers shall share the rights to any business related to the Program in countries other than South Korea, Japan, Singapore, and Taiwan, France, Belgium, Luxemburg and Switzerland, and the profit that comes from it will be allocated according to the ratio stated in Article 4.

d
hw

(5) Co-Producers may agree to select a sales distributor in countries other than South Korea, Japan, Singapore, Taiwan and France, Belgium, Luxemburg and Switzerland, for successful business performance.

(6) Any detailed sales conditions such as distributor commission fees shall be provided in separate agreements.

Article 5 – Production Cost Accounting

(1) Both parties are allowed to examine and review the other party's books or documents regarding the production cost. Both parties shall present the breakdown of the production budget to the other party upon request.

(2) The costs of details on the breakdown of the production cost are adjustable under the agreement of Co-Producers.

Article 6 – Agreement Period

This agreement is effective as of the date it is signed on until 10 years.

Article 7 – Termination of the Agreement

Both parties have the right to terminate the Agreement or a part of it if the following occurs:

(1) If any of the parties dissolves, bankrupts, liquidates, has a business transfer or is merged into a different company.

(2) If any of the parties materially breaches the Agreement.

(3) If any of the parties refuses to produce the Program without a valid reason and it cannot be completed within the agreed timeline.

(4) If the credit of either party is endangered by a third party; compulsory execution including seizure, provisional attachment, injunction or transfer of credit, bankruptcy, and insolvency.

4

Article 8 – Indemnity

If any of the parties delays the production of the Program due to a unilateral reason and the project fails to proceed, the liable party shall indemnify, defend, and hold harmless the other party from and against all actual claims, actions or causes of actions, assessments, demands, losses, damages, judgments, settlements, liabilities, costs and expenses, including, without limitation, reasonable attorneys' fees and expenses arising thereof.

Article 9 - Credit

The parties shall appear in the main credits and/or the end credits as co-producer in all forms of the Program in a way of market standards as follows:

Galaxie Presse and IMTV,

Special Thanks to KCA

Article 10 – No Transfer

Both parties shall not transfer all or any part of the joint ownership rights specified in this Agreement if no prior written consent with the other party has been made.

Article 11 – Confidentiality

(1) Both parties are forbidden from unjustified use or disclosure to each other's confidential information obtained through this Agreement.

(2) The obligations as defined in clause (1) of this article remains effective even after the expiry of the Agreement period or cancellation of the Agreement and each party consents to provide compensation for any damages caused to the other party by its infringement of the confidentiality clause.

4 /

Article 12 – Governing Law

This Agreement shall be construed and governed by in accordance with the Laws of France.

Article 13 – Dispute Settlement and Jurisdiction

- (1) Both parties shall not do anything to damage each other's rights, credit, or image during the production of the Program and sales business.
- (2) If there are different opinions between GALAXIE PRESSE and IMTV related to the Agreement or any additional agreements, the two parties are to follow custom of the trade or decide by mutual consent.
- (3) If a dispute is taken to court, the court shall take place in the jurisdiction in which the defendant arises.

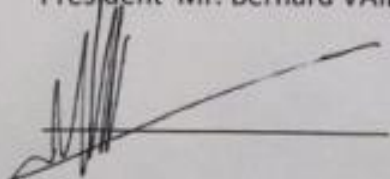
IN WITNESS WHEREOF, GALAXIE PRESSE and IMTV have executed this Agreement as of the date below.

June 11th, 2019

Co-Producer A

GALAXIE PRESSE
80 rue Gallieni- 92100 Boulogne-
Billancourt France

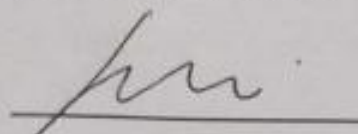
President Mr. Bernard VAILLOT



Co-Producer B

IMTV
#301 Hwail Building 105 Seogang-Ro
Mapo-Gu Seoul Korea

President Youngsook Lee



붙임3

역량강화 그룹 워크숍 결과

□ 행사개요

- 행 사 명 : 역량강화 그룹 워크숍
- 일 시 : 2019. 6. 6.(목) ~ 6. 7.(금), 10:00~17:00, 6. 11(화), 11:00
- 장 소 : Hubs Building
- 참 가 자 : 기획개발분야 8개 팀, 빛마루 영상캠프 2개 수상작
- 주요내용 : ① 영화제 오리엔테이션 ② 역량 강화 교육

① 영화제 오리엔테이션

- 셰필드영화제 오리엔테이션 및 영국 방송사 등 미팅
- 영화제 전반적인 프로그램(포럼, 행사) 등에 대한 소개 및 설명

② 역량 강화 교육

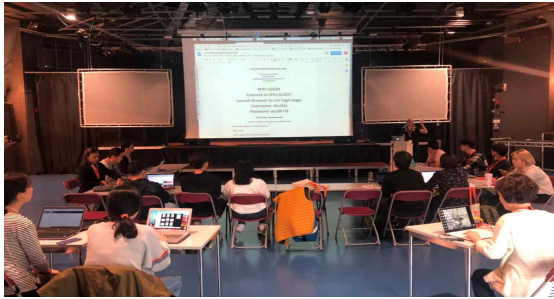

- 행사 참여 전 프레젠테이션 구조화, 프로그램의 핵심을 전달하는 방법, 디시전메이커와 협상하는 방법 등 단계별 밀착 코칭을 통하여 보완사항 점검
- 소개 방법: 회사명, 한 문장으로 프로그램 소개, 트레일러 소개 등
- 그룹 피칭: 5분 피칭, 태도(발표 톤, 제스처, 호소력 등), 피드백
- 이외 다양한 분야의 전문가들이 강사로 참여하여 국제공동제작에 필요한 정보와 미국, 캐나다, 영국 등 국제방송시장 현황 관련 정보를 공유

□ 프로그램

일시/장소	시 간	내용	비 고	
6.6/목 1일차	10:00-11:00	소개 / 환영인사 / 셰필드 영화제 프로그램 개요 → 강사: 영화제 사무국 Sylvia Bednarz	HUBS Building	
	11:00-13:00	피칭 교육 → 강사: Paul Pauwels, Congoo		
	13:00-14:00	오 찬	Catering Service at Hubs	
	14:00-17:00	피칭교육 → 강사: Paul Pauwels, Congoo	HUBS Building	
6.7/금 2일차	10:00-11:00	ESPN 스포츠 채널과 스포츠 다큐멘터리를 만드는 방법 → 강사 : Adam Neuhaus, ESPN Films, Director		
	11:00-12:00	국제 다큐멘터리 마켓 플레이스의 안내 → 강사 : Patrick Hurley, The head of marketplace, Sheff Doc		
	12:00-13:00	영국과의 공동제작을 하는 경우 필요한 사항들 → 강사 : Nikki Parrott, Tigerlily Films, PD		
	13:00-14:00	오 찬		Catering Service at Hubs
	14:00-15:00	캐나다 방송시장에 피칭/작업하는 방법 → 강사 : Charlotte Engel, CBC Television, PD		HUBS Building
	15:00-17:00	미국에서 다큐멘터리 판매 방법 → 강사 : Jeffrey Winter, Film Collaborative, Director		
6.11/화 3일차	11:00-12:00	제작지원금 투자유치 방법 → 강사: Ranell Shubert, IDA(International Documentary Association), Director	Cutler's Hall	

※ 기존에 6월 7일(금)에 예정되었던 미국의 란넬 슈베르트(Ranell Shubert) 강사의 강의는 강사의 개인사정으로 11일(화)로 부득이하게 변경되어 진행됨

□ 주요 내용

안 건	그룹워크숍 1일차
일 시	2019.6.6.(목) 10:00~17:00
장 소	Hubs Building
주요안건	1) 영화제 프로그램 개요 2) 피칭 트레이닝
□ 셰필드 다큐 영화제 소개 및 오리엔테이션(Sylvia Bednarz)- 10:00 ~ 11:00 <ul style="list-style-type: none"> ○ 환영 인사 ○ 셰필드 다큐 행사 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 티켓 구매 방법 안내 - Talk & Sessions, 소셜 네트워킹 이벤트, 영상 프로그램(가상현실 체험) 등 주요 프로그램 소개 - 배급, 투자사, 다큐멘터리 협회 담당자 정보 제공 - 1:1 디지전 메이커 미팅 안내(패널 소개 등) - 행사 관련 기타 질의 및 응답 	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">셰필드 다큐영화제 오리엔테이션(강사 : Sylvia Bednarz)</p>	
□ 역량강화 그룹 워크숍(Paul Pauwels)- 11:00 ~ 15:30 <ul style="list-style-type: none"> ○ 시작 전 피칭 준비 시 유의할 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 피칭은 최대한 간단하면서 명확하고 논리적인 구성을 갖추도록 할 것 - 자기소개는 짧게, 그보다 유용한 정보나 관객을 집중시킬 수 있는 도입부를 준비할 것 - 적어 놓은 피칭 대본을 이메일을 보내주면 보고 피드백 줄 수 있음 - 미리가서 마이크를 꼭 확인할 것 - 가급적 핸드폰, 노트북을 두고 보지 않도록 할 것 - 예상 질문에 대해 준비를 철저히 할 것 ○ 피칭 1 : 학교가는 길(A Long Way to School – 김정인, 이진우) <ul style="list-style-type: none"> - 발표 시간은 정확함 - 쉽고 명확한 내용 전달이 바람직함 - 발표 구성도 뛰어나고 도입부에 관객을 집중시킬 수 있는 포인트가 있음 - 국제 마켓과 관객의 관심을 불러 일으킬만한 주제임 - 피칭 속도는 조금 더 천천히 할 것을 권함 	

- 이메일 답장이 회신이 없어도 당신 옆에 앉아서 당신의 피칭을 볼 수 있으니 항상 준비된 상태 유지
- 모든 디테일이 당신 머리 속에 있음을 명심하고 당신이 누구를 만나던지 당신의 프로젝트를 설명 할 수 있도록 준비해야 함
- 방송사 관계자를 대상으로 피칭할 경우 다양한 관객에게 어필할 수 있음을 강조

○ 개별 면담 내용

- 이 작품의 전체적인 가치는 아이들과 부모들이 처한 현실적인 어려움을 나타내고 있는데 있음
- 단순히 지역주민 뿐만 아니라, 정치적, 사회적인 장애요소들과 싸워가는 과정임을 강조해야 함
- 11월에 학교에 개교하면서 해피엔딩으로 끝난다는 점을 언급하길 권함
- 영상을 통해 보여줄 수 있는 몇 가지 중요한 사건, 투쟁의 과정을 강조하는 방식이 좋을 것임
- 1명의 메인 캐릭터와 3명의 추가 캐릭터가 있음을 언급하고 그들의 개인적인 이야기인 동시에 어느 나라에서나 있을 수 있는 이기주의라는 공감을 얻는데 중점을 둘 것을 권함
- 또한 아이들이 필름에 어떻게 묘사될 것인가에 대해 설명하고, 아이들이 성장해서 추후에 영상을 보게 되었을 때 어떻게 느낄 것인가에 대한 고찰을 해볼 것을 권장함
- 제작과정이나 작품에서 아이들과 그들의 가족을 존중하고 있으며 이에 대한 상황을 감독이 충분히 공감하고 있음을 언급하기를 권함

○ 피칭 2 : 비보이 피직스(B-boy Physicx - 장의진, 안성준)

- 발표 시간은 줄일 것을 권장함(앞 팀의 발표와 비교해 볼 것을 권장함)
- 발성은 좋았으나 너무 많은 정보가 들어 있어 이해가 어려움
- 관계자에게 확신을 줄 수 있는 피칭은 아니었음
- 타겟 관객 연령층을 고려한 피칭 구성이 필요함
- 효과적인 메시지 전달 방법을 강구할 것을 권함
- 피칭 시 어떤 정보를 전달할 것인지 선별해서 전달할 것을 권함
- 피칭할 때 뿐만 아니라도 사업 관계자를 만났을 때도 스마트폰이나 아이패드를 이용하지 않을 것을 권장함
- 엄격하게 투자자나 관계자의 입장에서 생각해보면 왜 이 작품을 사야할지 확신이 서지 않음
- 무엇보다 영상의 기술적 퀄리티 개선이 필요하다고 생각함

○ 개별 면담 내용

- 정확하게 상황전개 및 주인공에 대한 설명이 필요함
- 주인공이 누구인지, 상황이 어떤지, 언제, 왜 그런 상황에 처하게 됐는지

- 상황이 어렵다면 왜 어려운지, 어떻게 이 어려운 사항을 타개해 나가려고 하는지에 대한 구체적인 설명이 필요함
- 주인공이 처한 상황이 명확하지 않아 동감하기 어려운 동시에 정보가 너무 많아 말하고자 하는 주제가 전달이 다 되지 않았음
- 영상이 너무 길고 상황전개 보다는 춤 위주의 영상이 많았음

○ 피칭 3 : 마이에그(Egging Life - 전진, 연왕모)

- 지금까지 중 가장 쉽게 전달됐던 피칭이었음
- 영상의 완성도가 높음
- 구성이 좋고 정보가 명확함
- 국제적인 이슈로 관객의 관심을 끌기 충분한 주제임
- 추후 다큐멘터리에서 거론하고 싶은 쟁점에 대한 언급이 좋았음
- 속도는 조금 천천히 하되, 개인적인 열정이 담긴 어조로 피칭할 것을 권함

○ 개별 면담 내용

- 내용 정리한 페이퍼를 보고 싶음
- 대체적으로 잘 만든 영상이라고 생각함
- 특별한 코멘트는 줄 것이 없을 만큼 콘텐츠 구성이 좋음
- 이시대의 여성에 관한 매우 중요한 이슈라고 생각함(55세의 여성들까지도 커버 가능한 주제임)
- 메인 캐릭터를 앞세워 스토리를 전개하여 전달하고자 하는 메시지를 명확하게 전달해야 함
- 한국의 결혼 정보회사나 관련 기관의 협조를 얻어 영상을 제작하여 설득력있는 콘텐츠를 제작했으면 함
- 한국에서 더 저렴하고 쉬운 냉동난자 방법이 있다는 정보 등을 영상에 담는 것이 도움이 될 수 있음

○ 피칭 4 : 프린지 프렌즈(Fringe Friends - 양진영)

- 9분 16초 걸림, 시간을 줄일 필요가 있음
- 피칭할 때 랩탑을 사용하지 말 것을 권함
- 발성 톤이 너무 단조로움
- 주인공으로부터의 스토리 텔링은 명확하게 이루지고 있음
- 메시지의 전달력도 뛰어남
- 인디뮤직사회에 대한 비하인드 스토리에 대한 이해도도 매우 명확하게 전달되고 있음
- 또한 어떤 관객을 타겟 층으로 할 것인지 그리고 해당 타겟 층에 대한 이해도도 매우 높음
- 영상 구성에 대한 재조정이 다소 요구되지만, 매우 명확한 피칭이었음
- 단, 발표 시 좀 더 프로페셔널한 태도와 자신감을 보여주면 좋을 것 같음. 때로 미소를 짓는 것도 도움이 될 것임

○ 개별 면담 내용

- (사업자) 나의 영상에 투자를 할 의향이 있는 투자자가 있을지가 궁금하다.

- (강사) 소재 자체가 호기심을 불러일으키고 잠재력이 있다고 믿어지는 프로젝트임을 관객들에게 확신시키는 것이 중요함
- 그러기 위해서는 타겟 층을 확실히 하는 것이 중요함
- 프로그램의 내용을 고려해봤을 때 개인적인 감성이 발달하기 시작하고 사회에 반감을 가질만한 13세부터 아직 자신의 길을 확실하게 발견하지 못한 30대 초반까지의 관객들이 타겟으로 적절한 듯 함
- 영상의 길이는 25분정도로 하는 것이 좋을 듯함
- 젊은 사람들과 부모들이 살았던 이전 세대와의 큰 격차가 있음을 인지하고 미래에 대한 다른 지향점과 명확한 꿈을 가진 젊은 사람들의 이야기를 그려내면 좋을 것임
- 피칭 시 제작자 본인이 현재 학생임을 강조할 것을 권함
- 학생이라는 점을 이야기하면 디지전 메이커들이 좀 더 부드러운 태도로 대할 수 있음
- (사업자) 어떤 플랫폼으로 방영하면 좋을지
- (강사) 짧은 버전으로 젊은 사람들을 타겟으로 하여 인터넷 미디어를 통해 방영하면 어떨지
- 특히나 디렉팅을 할 때 이런 젊은 감성을 반영해서 만들면 접근성이 높은 인터넷 미디어에서 감정을 발휘할 수 있을 것임

○ 피칭 5 : 린제이인 서울(Lindsay in Seoul – 연왕모, 전진)

- 피칭 시간이 적당함
- 속도는 조금 천천히 하면 좋을 것 같고, 개인적인 열정이 담긴 어조로 피칭할 것을 권함
- 두명 이상이 발표할 때가 한명이 발표할 때보다 팀워크도 보여주고 해서 더 좋을 것 같음
- 두명 발표 시 발표를 하지 않는 한명은 발표를 하는 한명에게 집중하는 모습을 보여주기 바람

○ 개별 면담 내용

- 국제적으로 이해할 수 있는 주제이기 때문에 유럽국가들을 포함한 많은 국가의 관계자와 관객들에게 어필할 수 있음
- 18세에서 35세까지의 젊은 연령층의 관객들이 관심을 가질 이슈임
- 영상 타겟이 젊은 층임을 명심하고 이들의 성향에 맞는 영상 제작을 권함

○ 피칭 6 : 모어(More – 백윤석, 이미진)

- 7분 10초 정도 걸리는 피칭시간은 적당함
- 관객 및 방송관계자들의 이목을 끌 수 있는 좋은 예의 영상임
- 또한 관객들로 하여금 다음에는 어떤 일이 일어날지 궁금증을 자아내는 좋은 영상임
- 아름다운 영상미뿐만 아니라 탄탄한 스토리 구성이 훌륭함
- 백그라운드 음악과 영상의 조화도 좋음

○ 개별 면담 내용

- 전체적으로 심각하게 문제가 되는 부분은 없어 보임
- 제작자가 말하고자 하는 주제가 잘 전달됨
- 구성에 있어서 예술적인 파트가 얼마나 강조될 것인지가 궁금함
- 다만, 주제의식이 퇴색되지 않으면서 영상적인 면에서 퍼포먼스를 얼마나 잘 표현할 것인가가 관건이라고 생각됨
- (사업자) 음악에 한국음악이, 특히 가사가 영상에 있어서 중요한 역할을 하는데 국제마켓에서는 어떻게 작용할지가 궁금하다
- (강사) 개인적으로 다양한 음악이 들어간 다큐멘터리를 많이 보았지만 문제가 없었음
- 자막이 있고 스토리 전개과정에서 충분히 설명된다면 괜찮을 것임
- 이런 주제에서 음악이 단지 배경음악이 아니라 영상을 잘 전달할 수 있는 기능적인 측면이 있음을 강조해야함

○ 피칭 7 : 김을 찾아서(My Name is KIM – 정수은, 김상규)

- 피칭시간은 다소 길어서 줄일 것을 권유함
- 한국의 전쟁 70주년 기념 및 현재 직면한 한국의 상황에 적합하다고 사료됨
- 국제적인 관심을 끌기에도 매우 적절한 주제라고 생각됨
- 개인적인 스토리도 훌륭하고, 인물묘사도 뛰어남
- 예산에 대해 상세 언급을 한 것은 매우 좋았음
- 단 불필요한 정보는 생략해서 필요한 정보를 천천히 전달할 수 있는 노력이 필요함
- 시간 측정 등 연습 및 리허설하는 과정에서 최대한 간단하게 피칭을 구성할 것을 권유함
- 스토리를 이끌어가는 주역이 누가 될 것인지에 대해 좀더 명확히 할 필요가 있음
- 추후에 영어, 한국어 자막 버전 두가지 영상을 준비하는 것이 좋을 것 같음

○ 개별 면담 내용

- 영상에 나오는 각각의 캐릭터가 직면한 상황에 대해 간결하게나마 설명을 추가할 것을 권유함
- 관객들로 하여금 영상에 나오는 상황에서 어떻게 할 것인가라는 의문이 생기게 하면 좋을 것 같음
- 영상의 파이널 메시지는 어떻게 할 것인지에 대한 고민이 필요함
- 주인공의 딸을 활용하면 스토리가 좀 더 드라마틱해질 것임
- 그녀가 영상의 촉매제 역할을 할 것으로 예상됨

○ 피칭 8 : 엄마를 부탁해(Take Care of My Mom – 이창준)

- 피칭시간은 적당함
- 피칭은 전체적으로 깔끔함
- 상황에 대한 설명은 잘 이루어지고 있다고 사료됨
- 관객들의 이목을 끌기에 충분했던 영상의 도입 부분이 특히 훌륭했음

- 샤머니즘을 설명하는 부분이 피칭에서 너무 강조된 것 같음
- 샤머니즘에 대한 부분을 좀 더 찾아보고, 영상과 피칭에서 더 잘 소화해 낼 필요가 있음

○ 개별 면담 내용

- 샤머니즘 이슈 자체가 이 영상에서 아주 중요하다고 생각지는 않음
- 샤머니즘이 어머니를 설명할 수 있는 역할을 하긴 하지만 이것이 중심내용이 되서는 안될 것
- 어떤 점에서는 외국 프로듀서를 고용해 매우 한국적인 내용을 영상으로 제작해 보는 것도 도움이 될 것임(작품이 국제 시장을 겨냥하고 있다면 더더욱 그러함)
- 어머니와, 본인, 그리고 동생의 존재 사이에 있던 민감하고 감정적인 부분을 이야기로 잘 풀어내는 것이 중요함
- 무엇보다 감독의 개인적인 시각으로 제작된 영상임을 디지전 메이커들이 아는 것이 중요

○ 피칭 9 : 쪽팔갱이(The Outcast - 정태영)

- 피칭시간은 적당함
- 배우들의 연기가 매우 뛰어남
- 내용도 매우 흥미로움
- 발성 톤과 피칭 속도도 매우 좋았음
- 처음부터 확실하게 'Fictional'임을 밝히고, 동시에 실화가 바탕이 된 영상이라는 점을 강조할 것을 권유함
- 예상 질문에 대한 답을 준비한 것을 권함(예: 같은 내용의 다큐멘터리를 제작할 의향은 있는가 등의)

○ 개별 면담 내용

- Nationalism의 의미와 그거에 대한 주제가 메시지로 명확하게 전달됨
- 한 가지 이슈가 될 만한 것은 이 작품이 'Fiction'이라는 것임
- 영화학을 공부하는 학생으로 현실과 다큐멘터리 사이의 경계이 있다는 점이 흥미를 끌만하다고 사료됨
- 사실과 허구의 경계는 어디까지인지, 모든 다큐멘터리가 편집과 재구성의 방식을 거치는데 어느 정도 범위까지가 허용이 될 수 있는지 등, 여러 부분이 실험적인 시도가 될 수 있을 것임
- 진정한 다큐멘터리가 무엇인가에 대한 질문으로 피칭을 이끌어 가도 좋을 듯

○ 피칭 10 : 나의 숨기고 싶은 가족에게(Dogs of 1958 - 황예리, 박지혜)

- 피칭 시간은 6분 24초로 좀 짧은 듯함, 좀 더 길게 할 것을 권유함
- 단순하지만 궁금증을 자아낼 수 있는 영상의 아주 좋은 예임
- 관객들로 하여금 상상력을 자극하고 흥미를 끄는 영상임
- 단, 영상의 도입부분을 좀 더 보완할 것을 권유함
- 캐릭터 간의 갈등 상황을 좀 더 설명해주면 좋을 것

○ 개별 면담 내용

- 영상의 도입부분에서 주인공 및 내용 전개에 대한 좀더 명확한 설명을 해줄 것을 권유함
- 스토리 전개 방향을 좀 더 명확하게 할 것을 추천
- 방송사보다는 फिल्म 페스티벌에서 좀더 관심을 가질만한 소재임
- 단순히 개인적인 이야기로 이끌어갈 것인지 역사나 사회적인 이슈도 넣을것인지에 대한 판단이 필요함



학교 가는 길



비보이 피직스



마이애그, 린제이인 서울



프린지 프렌즈



모어



킴을 찾아서



엄마를 부탁해



나의 숨기고 싶은 가족에게

안 건	그룹워크숍 2일차
일 시	2018.6.7(금) 10:00~17:00
장 소	Hubs Building
주요안건	1) 다큐멘터리 스토리 구성 2) 국제 다큐멘터리 마켓 플레이스 3) 국제 공동제작의 예산편성 4) 캐나다의 다큐멘터리 산업 5) 미국 마켓에 다큐멘터리를 판매하는 방법
<p>1) 다큐멘터리 스토리 구성(Adam Neuhaus – ESPN) : 10:00 ~10:25</p> <p>○ 스토리</p> <ul style="list-style-type: none"> - ESPN은 미국의 대표 스포츠 채널로 매년 6~7개의 영상을 제작하고 있음 - 스포츠 전문채널로 주요 내용이 스포츠 관련이지만 그 주제를 토대로 스토리텔링하는 것이 가장 중요함 - 단순 스포츠뿐만이 아니라 더 큰 테마의 맥락에서 스포츠 스토리를 이끌어가고 노력하고 있음 - 관객이 알고 있다고 생각되는 내용을 새로운 시각으로 접근하려고 함 - 다큐멘터리는 젊은 층에 대중들에게 어필할 수 있음. <p>○ 포맷</p> <ul style="list-style-type: none"> - ESPN은 자체 아카이브를 구축하고 있음 - 자체 아카이브가 풍부하여 외부 아카이브의 활용이 별도로 필요 없음 - 너무 최근의 스토리를 전달하는 것은 지양함 <p>○ 디렉터</p> <ul style="list-style-type: none"> - 관련분야의 전문가여야 하며 이보다 더 중요한 건 열정임 - 콘텐츠와 스토리의 연계성을 찾아내어 우수한 스토리텔링을 이끌어내야 함 - 남들이 생각하지 못한 독특한 관점으로 스토리를 생각해내는 것이 중요함 <p>○ ESPN이 가장 중요하게 생각하는 5가지 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> - 스토리 - 캐릭터 - 근접성 - 감독 - 비즈니스 <p>2) 국제 다큐멘터리 마켓플레이스 (Patrick Hurley – Sheff Doc) : 10:55 ~12:00</p> <p>○ What is meant by ‘Global Stories?’</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일반적으로 모든 관객에게 지역 위주의 프로젝트보다 국제적으로 모두가 공감할 수 있는 스토리가 더 매력적으로 어필함(특정 지역의 사람들만 공감할 수 있는 내용은 가급적 지양하는 것이 좋음) - 수많은 영상제작자와 차이점을 두려면 너무 자세한 이야기로 피칭을 끌여가기 	

보다는 국제적으로 관객들이 관심을 가질만한 프로젝트라는 점을 강조하는 것이 중요

o The full package – What you need to pitch

① 팀원

- 의사 결정을 하는 위원회 : 아이디어도 중요하지만 팀원이 누구인가가 중요, 팀원 중에 그전에 필름을 만들었거나, 상을 받은 적이 있거나, 국제적인 환경에서 필름을 만들어 본 경험이 있는 사람이 있는 것을 선호함
- 시간이 좀 소요되더라도 어떤 팀원으로 구성하는지가 중요함

② 영상자료

- 완성도가 높을 필요는 없음
- 2분 정도의 티저영상이 필요
- 평범한 사람들의 이야기일 경우 티저에서 그들의 메인 캐릭터와 주제를 보여주는데 집중하는 것이 중요함

③ 피칭에서 이전에 있던 비슷한 주제의 작품을 언급하는게 도움이 될 수 있음

- 그전에 비슷한 프로젝트가 있어도 내가 어떻게 다른지, 어떤 식으로 진행할 건지, 어떻게 다른 스토리로 구성되는지에 대해서 조금 더 명확한 아이디어를 줄 수 있음

④ 예산

- 예산은 가급적 최대한 구체적이고 현실적으로 준비할 것을 추천함

o Who is who and when to pitch

- 어떤 종류의 다큐멘터리인지 생각하고 영상제작의 선택과 집중해야 함
- 송출 가능한 채널 가운데 채널들의 정보 및 특성을 잘 파악하고 있는 것도 중요함
- TV 편성책임자는 더 강력하고 수익성 있는 영상을 선호하고 있음
- 배급사는 국제 마켓에서 수입 및 배급을 담당하고 있음
- 또한 언제, 어디에 영상을 배급 및 상영할지를 결정하고 있음

o Questions you will need answers to

- 모든 질문에 대답을 하도록 노력해야 하는 태도가 매우 중요
- 편성 책임자들은 언제나 전문가로 통찰력을 가지고 질문을 하고 있음을 인지하는 것이 좋음
- 왜 지금 이 영상을 찍으며, 이 영상이 현 사회에 어떤 관계성을 가지고 있는지에 대한 대답을 준비하는 것도 도움이 됨

o Know your right

- 전통적으로 방송사, DVD, 영화사 혹은 어떤 플랫폼에 판매하느냐에 따라 저작권법이 다 다름
- 제작단계 초기에는 투자금을 받고 저작권을 완전히 넘기면 다른 온라인 플랫폼과 추후 협약 가능성이 적어짐
- 저작권과 자금지원/커미션 사이에 적당히 조화를 이루면서 나중에 더 많은 플랫폼에 방영될 수 있는 가능성을 열어두는 것이 좋음

o Festival & Market

- 디지털 형태로 제작되어 이미 인터넷이나 방송사에 발표가 되면 페스티벌에서 기회가 없을 수 있음
- 참가비용이 높아도 큰 페스티벌에서 국제적인 홍보를 통해 국내보다 국제시장에서 영역을 넓힐 수 있는 기회를 포착하는 것이 중요함
- 상대적으로 적은 필름 페스티벌에서 방영된 작품은 대규모 페스티벌에서 방영될 가능성이 낮을 수 있음

o How to find collaborators

- 자신이 현재 작업하고 있는 비슷한 작품을 작업해 본 사람이나 그 분야를 잘 아는 사람들을 접촉하고 가까워 질 것을 추천함

o Advice about emailing

- 답장을 기다릴 때 인내심이 필요함
- 자세한 내용을 이메일에 담을 필요는 없음, 가급적 짧고 간결한 문장을 추천함
- 중요한 내용을 선별적으로 이메일에 담아 전략적으로 연락을 취할 것을 추천함

3) 국제 공동제작의 예상편성 방법 (Nikki Parrott – Tigerlily Films) : 12:15 ~13:00

o Co-productions Between Companies

- 제작 전, 창의적이고 기술적인 프로덕션의 디테일(작가, 감독, 영상길이, 비전 등)의 고려가 필요함
- 협력작업의 진행에 있어서 실질적인 경영에 대한 각 회사의 책임을 반드시 논의해야 함

o Co-productions Between a Broadcaster and Company

- 방송사와 제작사의 국제공동제작의 경우 현재는 별도의 상호협정이나 국가간의 가이드 라인이 존재하지 않는 상황임
- 이 경우 상대적으로 힘이 있는 방송사의 잦은 관여는 불가피한 상황임
- 특히, 작품의 제작방향에 이런 관여들이 반영될 수밖에 없는데 이는 계약 체결시 조정 가능함
- 작품의 대본, 예산 등에 대한 모든 상세 내용을 계약에 포함할 것을 추천함
- 또한 영상의 초안 작성 단계에서 확실하게 논의하고 협의를 할 것을 추천함
- 제작사와 방송사간의 배급권리 논의도 매우 중요함

4) 캐나다의 다큐멘터리 산업(Charlotte Engel – CBC Television Canada) : 14:00 ~14:50

o The National Film Board of Canada

- 정부 소유 공영방송국으로 일본과의 공동제작을 진행한 바 있음
- 따라서 한국과의 공동제작도 매우 가능할 것이라 사료됨
- 이들이 제작한 대표 다큐멘터리 작품으로는 'The Apology/ What Walaa Wants

o 캐나다 대표 방송국 소개

- Bell Media 소유 : Crave, HBO Canada, Discovery Canada

- Corus 소유 : National Geography Canada, History Channel, BBC Canada
- Rogers 소유 : OMNI(뉴스 위주), City TV(다큐멘터리 작품은 거의 다루지 않음)
- Shaw 소유 : Shaw Multicultural Channel, CPAC(Government Channel)
- CBC DOCS POV : 캐나다를 소재로 한 스토리가 구성이 의무이며 때때로 외국의 방송프로그램을 배급하여 방영하기도 함
- GEM : OTT 방송국으로 외국방송(드라마 위주)을 주로 방영하며 때로는 자체 프로그램을 제작하기도 함

○ 국제공동제작으로 성공을 거둔 다큐멘터리 사례

- Finding Fukue(푸쿠에를 찾아서), Cat Wark 등의 다양한 소재로 한 작품들이 있음
- 두 작품 모두 캐나다의 정부 방송 진흥기관인 Canada Media Fund(CMF)의 지원을 받아 제작함

5) 미국 마켓에 다큐멘터리를 판매하는 방법 (Jeffrey Winter – Collaborative Film) : 15:00 ~ 16:20

○ Collaborative Film의 영상 선정 과정

- Collaborative Film에서는 거의 완성단계에 있는 영상에만 관심을 가지고 있음
- 또한 세필드 다큐 페스티벌 등 대규모 국제 다큐멘터리 페스티벌에 참여를 통해 출품 영상작들의 선정 가능성을 가늠해보고 있음

○ 미국에서 다큐멘터리 제작·배급 등의 과정

- 영상 초연과 관련하여 미국 내 상영하는 것과 국제 다큐멘터리 페스티벌에서 출품하여 영상을 상영하는 것을 비교하며 설명
- 또한 세필드 다큐 페스티벌 등 대규모 국제 다큐멘터리 페스티벌에 참여를 통해 출품 영상작들의 선정 가능성을 가늠해보고 있음

○ 한국 다큐멘터리 영상의 미국 마켓 진출에 대한 의견 및 제안

- 한국 다큐멘터리 영상이 미국에서 상영된다면 관객들의 배경지식 부족으로 공감도를 끌어내기 어려울 수 있음
- 미국인들은 본인과 연관성이 없는 한 일반적으로 타국에 관심이 없는 편임
- 따라서 한국 내의 이슈를 주제로 한 다큐멘터리가 미국에서 큰 관심을 끌기는 어려운 상황
- 단, 국제적으로 모두 흥미있는 주제라면 미국에서도 관심을 받을 수 있음
- 예를 들어 성소수자, 환경문제 등의 국제 공통 이슈를 다루는 다큐멘터리는 상대적으로 성공 가능성이 높음
- 미국에서 타국가의 다큐멘터리가 성공한 가장 큰 예로 알츠하이머에 걸린 아버지의 내용을 다룬 중국 다큐멘터리가 있었는데 고령화, 알츠하이머 등 모두 공감할만한 주제로 많은 미국인들의 감동을 산 바 있음

○ 일반적으로 다큐멘터리를 만드는 3가지 이유

- 비즈니스 차원에서 수익을 내고 싶음
- 수익도 중요하지만 경력을 쌓아 커리어를 쌓고 싶음

- 세상에 전하고 싶은 메시지로 세상을 더 나은 곳을 만들고 싶음
- **특정관객을 타겟으로 한 다큐멘터리 제작**
 - 예를 들어 미국에서 사는 한국교민 혹은 이민자들을 대상으로 한 다큐멘터리라면 분명히 시장이 있을 것이고 수요도 있을 것으로 사료됨
 - 이 경우 확실한 대상 관객이 있으면 전략적인 홍보를 통해 흥행을 이끌 수 있음
 - 타겟 관객을 설정하고 대상 관객의 선호도 데이터를 바탕으로 마케팅 전략을 수립할 것
 - 이와 관련해서는 배급사의 협력도 필요함
 - 특히나 미국시장에는 비즈니스적 접근이 필요함
 - 명확한 비즈니스 플랜이 있고 수익을 창출한다는 전략이 있다면 다큐멘터리 제작에 투자가 많을 것임



1) 다큐멘터리 스토리 구성(Adam Neuhaus – ESPN) : 10:00 ~10:25



2) 국제 다큐멘터리 마켓플레이스 (Patrick Hurley – Sheff Doc) : 10:55 ~12:00



3) 국제 공동제작의 예상편성 방법 (Nikki Parrott – Tigerlily Films) : 12:15 ~13:00



4) 캐나다의 다큐멘터리 산업(Charlotte Engel – CBC Television Canada) : 14:00 ~14:50



5) 미국 마켓에 다큐멘터리를 판매하는 방법 (Jeffrey Winter – Collaborative Film) : 15:00 ~ 16:20

안 건	그룹워크숍 3일차
일 시	2018.6.11(화) 11:00~12:00
장 소	Cutler's Hall
주요안건	1) 제작지원금 투자유치 방법(Ranell Shubert - IDA)

1) 제작지원금 투자유치 방법

o 워크숍 소개

- IDA(International Documentary Association) 주최로 매년 LA에서 9월에 컨퍼런스가 진행이 되고 있는데 영상을 보여주거나 피칭없이 커리어 개발과 더불어 다큐멘터리 분야 커뮤니티의 일원으로서 현재 다큐멘터리 산업에서 이슈가 되고 있는 아이디어를 공유
- 장애인 제작자, 아시아 제작자 등을 포함한 필름 메이커들과 관객들이 페스티벌과 같은 다양한 경로를 통해 콘텐츠를 접할 수 있도록 도와줌

o 발행 잡지 소개

- 연간 4회 다큐멘터리 잡지 발행
- 현재 인기있는 이슈들이 잘정리되어 있고 유용한 자료들이 많음
- 온라인에서도 이용 가능함

o IDA Awards 소개

- 매년 12월에 진행되는 행사로 가장 우수한 다큐멘터리를 선정에 시상하고 있음
- 경쟁부문은 Feature Category와 Series Category의 부문으로 나누어 진행
- 학생들도 별도로 출품할 수 있는 부문이 있음
- 참가자는 미국인일 필요가 없으며 국제 영상 제작자들의 참여도 독려하고 있음

o IDA Funding

① Enterprise Documentary Fund

- Production : 2월 28일 ~ 4월 28일
- Development : 7월 1일 ~ 9월 1일
- 미국 제작사와 협력 제작을 할 경우 지원 가능
- 2017년도의 경우 5million 달러를 영상제작자에게 5년간 지급한 경우도 있음

② Lorentz Documentary Fund

- 15,000 US 달러 규모 지원
- Production Grant, Development Grant의 두 종류 펀드가 있음
- 새로운 시도와 아이디어를 지원하고자 함

o Who can be a final grantee

- 반드시 미국 시민권자일 필요는 없지만 다큐멘터리의 주제는 미국과 관련된 주제여야 함

o Core Application 과정 소개

- Work out 과정 및 지원과정 소요 시간이 지원자마다 상이할 수 있음

- 양식에 따라 질문사항이 모두 상이하긴 하지만 모든 양식에 공통으로 영상의 대상 관객이 누구인지에 대한 질문은 모두 받게 될 것

o Core Application Elements

- Logline : 두 세줄의 간단한 요약본 정리
- Synopsis : 짧은 단락으로 스토리와 캐릭터 설명
- Treatment : 스토리, 캐릭터, 구성, 접근 방법에 관한 세부사항을 한 두 페이지로 정리
- Topic Summary : 왜 이주제가 중요한지, 주제의 확장, 예상되는 상황에 한 질문을 한 두 페이지 정도로 요약
- Artistic Approach : 창의적 비전을 묘사
- Project Stage and Time Line : 현 제작 단계 및 예상 영상 제작완성 시기를 한 두 문장 정도로 요약
- Intended Audience : 누가 타겟 관객인지, 어떻게 그들의 관심을 살 것인지 1단락 정도로 정리
- Distribution and Marketing : 배급 시기의 구체화 1단락으로 요약 (이 부분을 작성 시에는 전문가를 초빙하여 자문을 구할 것을 추천함)
- Bios of Key Creative Personnel : 수상정보, 제작 경력 등을 포함한 팀 멤버의 소개를 각 1단락씩으로 정리할 것을 추천
- Fundraising Strategies : 실질적으로 얼마 정도의 예산이 필요한지 언급을 해야 함
- Funding to Date : 현재까지 확보한 펀딩 금액과 다른 펀딩 계획을 엑셀에 정리
- Amount Requested : 펀딩이 어떻게 사용될지 1단락으로 요약
- Budget : 프로젝트 당 예상비용을 세부적으로 나누어 제시
- Work Sample : 과거 또는 현재에 진행했던 작품을 샘플로 제시
- 1 Supplement Question : 특정 지원프로그램을 겨냥한 질문을 하나정도 준비해 둘 것을 추천함

o The Common Mistakes

- Formal Language : 지나치게 공식적이고 딱딱한 문체 지양
- Lack of Visual Storytelling : 시각적 스토리텔링의 부재
- Too much issue over story : 하나의 스토리에 너무 많은 이슈를 포함하지 않을 것을 추천

o Cures for Common Mistakes

- Read it out Loud
- Describe Visual Scenes
- Use Short Active Sentences
- Ask Other to Read it

붙임4

한국투자설명회 [코리아피칭데이] 개최 결과

□ 행사개요

- 행 사 명 : 한국투자설명회(코리아피칭데이- 20198 Korea Pitching Day)
- 일시/장소 : 2019. 6. 9.(일) / 셰필드 Town Hall
- 참석대상 : 한국 참가 프로그램 10편, 해외방송전문가 10명
 - ※ 상반기 기획개발 선정지원작 8개 작품, 빛마루 영상캠프 수상작 2개 작품
- 주요내용
 - 10명 내외의 해외 방송전문가들을 대상으로 10개 프로그램당 7~8분 피칭(트레일러 상영 2~3분 포함), 7~8분 질의응답 순으로 진행
 - 이에 대한 평가를 참가한 해외방송전문가들이 진행하여 결과에 따라 순위 결정
 - ※ 10인의 평가 점수 중 최고, 최저 점수를 제외한 8명의 합산 점수로 순위 결정

□ 세부일정

시 간	주 요 내 용		발표자	비 고
14:00~14:15	투자설명회 참가자 소개		Paul Pauwels (사회자)	
14:15~14:30	1 부	A Long Way to School (학교 가는 길)	김정인, 이진우	
14:30~14:45		My Name Is KIM (김을 찾아서)	정수은, 김상규	
14:45~15:00		More(모어)	이미진, 백윤석	
15:00~15:15		Take Care of My Mom (엄마를 부탁해)	이창준	
15:15~15:30		Egging Life (마이 에그)	전진, 연왕모	
15:30~15:45	휴식 및 자유 미팅(15분)		-	
15:45~16:00	2 부	Lindsay in Seoul (린제이 인 서울)	연왕모, 전진	
16:00~16:15		B-boy Physix (비보이 피직스)	장의진, 안성준	
16:15~16:30		Dogs of 1958 (나의 숨기고 싶은 가족에게)	황예리, 박지혜	
16:30~16:45		Fringe Friends (프린지 프렌즈)	양진영	
16:45~17:00		The Outcast (쪽팔갱이)	정태영	
17:00~17:30	자유 미팅 및 폐회		-	

□ 참가 프로그램 심사 결과


순위	구분	사업자	프로그램명	상금
1	대상- 장관상 (81.9)	제이제이 프로덕션	마이에그 (Egging Life)	1천만원
2	최우수 - 원장상 (80.9)	마로 스튜디오	학교 가는 길	
3	최우수 - 원장상 (73.3)	익스포스 필름	모어	
4	우수 (73.0)	모모 루덴스	린제이의 서울	5백만원
5	우수 (68.0)	장의진	비보이 피직스	
6	우수 (65.3)	황예리	나의 숨기고 싶은 가족에게	
7	우수 (64.5)	정수은	김을 찾아서	
8	우수 (60.4)	봄 저 너머 미디어	엄마를 부탁해	

□ 프로그램에 대한 평가위원 의견

분야	구분	사업자	프로그램명	의견
1	제작사	마로 스튜디오	학교 가는 길	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다소 충격적인 우리가 예상치 못했던 한국의 모습을 접할 수 있어 신선했음 ○ 훌륭한 다큐멘터리로 잠재력이 높은 작품이라고 사료됨 ○ 휴머니즘을 다룬 것은 훌륭하다고 사료되나 해외 방송사가 다루기에는 너무 한국 취향이 많이 들어갔음 ○ 영상초반에 한국교육사항에 대해 잘 알지 못하는 관객들을 위해 배경 설명을 좀 더 해주었으면 함
2	개인 창작자	정수은	김을 찾아서	<ul style="list-style-type: none"> ○ 영상을 통해 무엇을 보게 될지 궁금하긴 하나, 제작자의 의도를 읽기가 힘들 ○ 편딩에 대한 구체적인 내용을 좀 더 알고 싶음 ○ 전체적으로 매우 창의적인 내용이라고 사료됨 ○ 아카이브도 적절히 이용되어졌다고 생각함
3	제작사	필름 익스포스	모어	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비주얼을 포함해 매우 인상적인 영상임 ○ 영상제작 과정에 대해 좀더 자세한 설명이 필요함 ○ 뮤지컬적 요소와 다큐멘터리 요소의 조화를 잘 이루는 것이 관건일 듯 ○ 영상에서 말하고자 하는 주제가 좀 더 명확히 보여졌으면 함 ○ 한국의 쿼어에 대한 주제자체가 매우 참신하다고 사료됨
4	개인 창작자	이창준	엄마를 부탁해	<ul style="list-style-type: none"> ○ 매우 용감하고 인상적인 피칭이라고 생각됨 ○ 영상의 완료시기가 궁금함 ○ 남동생과 어머니의 정신건강 상태에 대해 좀 더 구체적으로 얘기할 것을 추천함

분야	구분	사업자	프로그램명	의견
5	제작사	제이제이 프로덕션	마이에그	<ul style="list-style-type: none"> ○ 세계의 많은 30대 중반 이후의 여성에게서 공감을 이끌어낼 수 있는 주제로 흥미로웠음 ○ 오늘날 아시안 여성이 전형적으로 직면하고 있는 문제를 현대의 한국사회를 통해 잘 묘사한 것 같음 ○ 역할 분배 및 영상 제작과정에서 해결해 나가야 할 부분이 많을 것으로 예상됨 ○ 영상 구성에 있어서 타임라인을 명확히 할 것을 추천함
6	제작사	모모루덴스	린제이인 서울	<ul style="list-style-type: none"> ○ 메인 캐릭터를 통해 전달하고자 하는 메시지를 좀 더 명확히 할 것을 추천 ○ 매우 동시대적인 내용이며 바라보는 앵글도 매우 현대적임 ○ 주인공이 서울이 오기전의 스토리도 추가할 것을 추천함
7	개인 창작자	장의진	비보이 픽시스	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비보이가 유행했던 지난 시간 동안의 배경 설명이 필요함 ○ 전체적으로 좋은 영상 소재이며 제작자의 의견을 충분히 반영했다고 보여짐 ○ 주인공에 대해 이전에도 제작된 영상이 있는지 궁금함
8	개인 창작자	황예리	나의 숨겨진 가족에게	<ul style="list-style-type: none"> ○ 매우 좋은 영상이라고 생각하고 상황을 바라보는 점도 참신하고 훌륭했음 ○ 단 가족을 바라보는 연출자의 역할이 좀 더 명확히 묘사되었으면 함 ○ 영상앵글이 매우 단조로움, 이에 대한 특별한 이유가 있는지, 이에 대한 설명이 필요함
9	국민대	양진영	프린지 프렌즈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시각적으로도 좋았고 매우 흥미로운 주제라고 생각됨 ○ 요즘 한국의 K-Pop이 매우 유행인데 이와 상반되는 인디밴드라는 주제가 매우 참신함 ○ 한국이란 지역에 매우 국한된 주제라는게 아쉽기는 함 ○ 긴 영상보다 짧은 영상으로 구성할 것을 추천함 ○ 타겟을 젊은 층으로 할 것을 추천함
10	연세대	정태영	쪽팔갱이	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다큐멘터리와 픽션의 경계에 있는 영상이 매우 참신하고 흥미로웠음 ○ 실제 제작자들의 인터뷰를 추가한다면 영상의 어느 부분에 추가할 것인지가 궁금함 ○ 등장인물이 모두 남자이고 국가주의적 성향이 매우 강한 작품인데 이것은 의도적으로 연출한 것인지

□ 사회자 프로필

	<p>CEO of Congoo, Belgium</p> <p>1987년까지 영화제작 현장에서 프로덕션 매니저로 활동, Periscope Production 설립, 2005년 VRT(벨기에 공영방송)에서 프로그램 매니저 역임 Crossing Borders, Green house 등 다큐멘터리 워크숍의 멘토로 활동 중 현재, 다큐멘터리 제작 컨설팅 회사 Congoo의 CEO</p>
<p>Paul Pauwels</p>	

□ 해외 평가위원 명단

	<p>Shanida Scotland, The Guardian, Multimedia Editor, 영국</p> <p>BBC Storyville에서 다큐멘터리 편집자로 근무한 경험이 있으며 현재는 가디언에서 멀티 플랫폼 관련 업무를 하고 있음.</p> <p>다큐멘터리 제작 피디로 여러 작품을 직접 제작한 경력도 보유하고 있음</p>
	<p>Lindsay Poulton, The Guardian, Executive Producer, 영국</p> <p>다수의 다큐멘터리 수상 경험이 있으며 디지털 스토리텔링이나 신규 플랫폼 개발에 관심이 있음. 1차 세계대전 주제에서 기후문제를 다룬 주제까지 다양한 주제의 다큐멘터리를 제작한바 있으며, 현재는 국제공동제작도 활발히 진행하고 있는 중</p>
	<p>Jane Ray, The Whickers, Artistic Director, 영국</p> <p>25년간 BBC에서 다큐멘터리 및 육아 방송 PD로 재직한바 있음</p> <p>영국의 다큐멘터리 진행자 Alain Whickers의 유언에 따라 현재는 비영리 기관인 Whickers 재단에서 영세하지만 우수한 다큐멘터리 제작사 지원업무를 하고 있음</p>
	<p>Alex Hryniewicz, Little Dot Studios, CEO, 영국</p> <p>현재는 'Little Dot Studeios'의 대표로 있으며 신규 플랫폼, VOD 결합 상품 등에 관심이 많음. 또한 24개의 채널을 가지고 있는 그의 회사에서 편성도 확장하고 있고 국제공동제작도 활발히 진행 중</p>
	<p>Alyssa Orvis, Investment Manager Screen Australia, Investment Manager, 호주</p> <p>Screen Australia라는 정부 영상물 지원 기관에서 6년 동안 투자 매니저로 일하고 있으며, 현재도 해외/국내에서 다큐멘터리 제작지원 및 활성화 프로그램을 개발 중임</p>
	<p>Benjamin Taylor, Screen Scotland, Screen Officer, 영국</p> <p>스코틀랜드의 방송사 및 방송콘텐츠 제작지원 및 활성화 지원을 위해 신규 창립된 정부기관인 'Screen Scotland'에서 스코틀랜드의 제작사 및 방송사의 지원방안을 개발하고 있음</p>
	<p>Bernadine Lim, Head of Documentary, Screen Australia, 호주</p> <p>다큐멘터리 제작자로 오랜 기간 일한 바 있으며 다수의 국제 다큐멘터리 상도 수상한바 있음. 여성인권 문제에 관심이 많음. 현재는 정부기관인 'Screen Australia'에서 다큐멘터리 지원 업무를 하고 있음</p>
	<p>Nadja Tennstedt, European Film Market, Doc Salon Coordinator, 독일</p> <p>European Film Market에서 세계 각국의 방송분야에서 다양한 업무를 하고 있는 관계자들의 네트워킹을 구축하기 위해 개최되는 DocSalon의 총괄 업무를 맡고 있음</p>
	<p>Thomas Heurlin, Impact TV, Denmark, CEO, 덴마크</p> <p>수십년 동안 수백개의 다큐멘터리를 다양한 주제로 제작해 왔으며 세계의 유명한 다큐멘터리 상을 여러번 수상한 바 있음.</p> <p>다양한 라이프스타일을 다룬 창작적인 다큐멘터리에 특히 관심이 있음</p>
	<p>Mette Kühnell Petersen, TV2 Denmark, Acquisitions Executive 덴마크</p> <p>덴마크의 방송사인 TV 2에서 6년 동안 다큐멘터리, 라이프스타일 콘텐츠의 선구매, 사전 조사 등의 업무를 하고 있음</p>

붙임5

유럽지역 국제공동제작 라운드 테이블 결과

□ 목 적

- 영국의 국제공동제작 성과 공유와 유럽지역의 국제공동제작 현황 파악을 통해 국내 방송콘텐츠의 영국 진출과 국제공동제작 활성화에 기여

□ 개 요

- 일 시 : 2019. 6. 10(월), 14:00~16:00
- 장 소 : 셰필드 노보텔 호텔 회의실
- 참 석 자 : 총 50 명
 - (제작사) 행사 참가 10개 프로젝트 19명
 - (과기부) 구영섭 과장, 방연진 사무관
 - (KCA) 김상재 본부장, 안영민 차장, 윤여원 과장, 김욱영 과장, 김이삭 주임, 양혜림 주임
 - (해외 방송 관계자) 달란 리차드(영국) Wildflame Films 책임프로듀서, 히노스 윈(영국), S4C 편성 제작국장, 키온(영국) Cwmni Da Content, 프론셔스(아일랜드), TG4 편성제작국장, 아나(영국) Northern Ireland Screen 프로그램 기금 담당, 이사벨(영국) BBC ALBA 편성제작국장

□ 주요 내용

- 아일랜드의 경우, 커미션을 통해 제작되는 경우 1시간짜리로 제작하는 경우가 많음
- 시리즈 물, 단편물 다 가능하며 이미 제작 완료된 콘텐츠를 구입하여 방영하는 경우도 많음
- 해외국가와 공동제작을 하는 경우, 인간적인 이야기, 특정인물 관련한 주제에 관심이 많은 편임
- 또한 내규상 이야기 구성이 탄탄하고 주제의식을 가지고 있는 필름을 선호함
- 예를 들어 한국과 국제공동제작을 진행할 경우 아일랜드와 한국 모두 관심을 가질만한 주제를 추천함

- 6.25 전쟁에 참전한 아일랜드 노병에 대한 얘기는 좋은 예가 될 수 있음
- 일반적으로 정치/ 경제 등의 광범위한 주제보다는 음악, 스포츠 등의 좀 더 작은 주제를 선호하는 편임
- 해외 콘텐츠 구매 가격은 보통 2년을 기준으로 2,000유로이며 온라인 플랫폼 방영일 경우 별도로 협상이 가능함
- o 영국 BBC ALBA의 경우, 매년 구매를 통해 방영되는 프로그램에 대한 할애 시간이 26시간 정도 됨
 - 국제공동제작을 할 경우 보편적으로 모두 공감할 수 있는 주제를 추천함(보편적인 일상, 결혼과 같은 행사 등)
 - 다큐시장 환경이 제한적인 상황에서 지원기관의 해외마켓지원의 지속성이 필요함
- o 한국 제작사 입장에서는 영국이나 아일랜드 관객들은 어떤 소재를 좋아할지가 가장 궁금
 - 글로벌한 주제를 추천함
 - 아일랜드 관객의 경우 어업/농업 등에 대한 주제에 관심이 많은 편임
 - 개인적인 이야기를 소재로 한 다큐멘터리도 추천함
 - 이미 영국에서 영어로 방송된 콘텐츠 보다는 캐나다나 호주에서 제작된 환경이나 자연에 관한 다큐멘터리에 흥미가 있는 편임
- o 외국 제작사 입장에서는 한국의 지원 시스템이 궁금함
 - 외국인들도 지원 받을 수 있는 프로그램이 있는 지 궁금함
 - 진흥원을 비롯한 국가기관에서 지원 프로그램은 일반적으로 한국인을 통해야만 지원이 가능한 시스템



유럽지역 국제공동 제작 라운드 테이블

붙임6

투자상담 결과

□ 행사개요

- 목 적 : 해외 투자사와 국내 참가사의 다양한 투자상담 기회 제공
- 행 사 명 : 1:1 투자상담
- 일 시 : 2019. 6.11(화), 15:00~18:00
- 장 소 : 셰필드 Cutlers Hall
- 참가대상 : 참가 사업자 10개 프로젝트

□ 비즈매칭 결과

- 상담건수 : 100건
 - 공식 투자상담 32건 + 비공식 개별 투자상담 68건
- 공동제작 협의 진행 중: 총 10개

지원 사업자명	지원 프로그램명	공동제작 제의 사업자	국가
양진영	프린지 프렌즈	Alzazeera English (방송사)	카타르
모모루덴스	린제이인 서울	Cwmnida (제작사)	영국
		NHK	일본
제이제이프로덕션	마이에그	PBS	미국
익스포스 필름	모어	Doc Days Production	독일
		Dog Woof	영국
장의진	비보이 피직스	DALCAN	프랑스
		Kanari Films	프랑스
봄 저 너머 미디어	엄마를 부탁해	Cargo Films&Releasing	미국
정수은	김을 찾아서	Avrotros	네덜란드

○ 해외 방영권 구매 협의 중: 21개

지원 사업자명	지원 프로그램명	구매 제의 사업자	국가	방영권 구매 상담 액
양진영	프린지 프렌즈	SBS	호주	17천만원
황예리	나의 숨기고 싶은 가족에게	SBS	호주	1.6천만원
		Passion River Films	미국	-
모모루덴스	린제이인 서울	Autentic	독일	-
		Alzazeera English	카타르	12천만원
		Cat&Docs	프랑스	-
제이제이프로덕션	마이에그	Sweet Spot Docs	스위스	-
		SBS	호주	-
		Passion River Films	미국	10천만원
		Cat&Docs	프랑스	-
		Cargo Films&Releasing	미국	-
익스포스 필름	모어	Avrotros	네덜란드	10천만원
		Czech Television	체코	-
		Autentic	독일	-
		Ventana Films	독일	-
장의진	비보이 피직스	Passion River Films	미국	2.3천만원
		Cargo Films&Releasing	미국	1.8천만원
정수은	김을 찾아서	Cargo Films&Releasing	미국	-
		Czech Television	체코	3천만원
마로 스튜디오	학교가는 길	Cargo Films&Releasing	미국	
		Sweet Spot Docs	스위스	8천만원

○ 해외 제작지원 제안: 4개

- 나의 숨기고 싶은 가족에게(황예리): 치킨앤에그(미국), dok.incubator(체코)
 - 엑셀러레이터 랩 지원 논의(여성감독 영화 전문 펀딩) - 치킨앤에그
 - 체코 다큐멘터리 랩 지원 논의(편집, 배급, 영화제 참가를 지원) - dok.incubator
- 비보이 피직스(장의진): dok.incubator(체코)
 - 체코 다큐멘터리 랩 지원 논의(편집, 배급, 영화제 참가를 지원) - dok.incubator
- 엄마를 부탁해(봄 저너머 미디어): dok.incubator(체코)
 - 체코 다큐멘터리 랩 지원 논의(편집, 배급, 영화제 참가를 지원) - dok.incubator

□ 제작사별 주요상담 현황

분야	사업자	프로그램명	주요 상담 요약
1	양진영(국민대)	프린지 프렌즈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현재 높은 인기를 끌고 있는 K-Pop과 상반되는 또 다른 한국인의 뮤지션을 그려내는 내용이 매우 흥미로움 ○ 젊은 관객을 주 시청 층으로 하면 성공의 가능성이 높을 것으로 사료됨
2	황예리	나의 숨기고 싶은 가족에게	<ul style="list-style-type: none"> ○ 젊은 여성 감독의 시각으로 보는 가족의 이야기가 새로움 ○ 러프컷이 완성되면 계속 지켜보고 싶은 작품임
3	모모루덴스	린제이인 서울	<ul style="list-style-type: none"> ○ 외국인 성소수자가 바라보는 서울의 모습이 매우 참신함 ○ 이와 같은 접근방법이 매우 적절하다고 사료되며 외국인의 입장에서 한국의 다양한 측면을 더 자세히 볼 수 있는 기회라고 사료됨 ○ 제작 단계를 함께 지켜보면서 공동제작의 여부도 타진했으면 함 ○ 해외 시장의 펀딩 기회도 많을 것으로 보임
4	제이제이 프로덕션	마이 에그	<ul style="list-style-type: none"> ○ 미혼의 30대 중반 이상의 여성이라면 모두 공감 가능할 만한 소재 ○ 다큐의 스타일, 주제, 등장인물 등 감독이 무엇을 얘기하려는 지를 명확히 이해할 수 있음 ○ 매우 개인적인 소재처럼 시작되지만 사실상 저출산으로 고통받는 국가들에서는 큰 공감대를 형성할 수 있는 글로벌한 다큐멘터리로 해외 시장에서 많은 수요가 있을 것으로 예상됨
5	익스포스 필름	모어	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국의 성소수자 관련 다큐멘터리는 해외에서 매우 수요가 높을 것으로 사료되며 특히 주인공 모어의 캐릭터가 매우 매력적 있음 ○ 스토리와 뮤지컬적인 요소가 어떻게 조화를 이룰 것인지가 가장 큰 관건으로 사료됨 ○ 해외, 특히 유럽시장에서 수요가 매우 높을 것으로 예상됨
6	장의진	비보이 피직스	<ul style="list-style-type: none"> ○ 작품을 통해 주인공의 감정표현이 좀더 풍부히 진행되었으면 함 ○ 주인공의 감정을 다각적인 면에서 보여줄 수 있는 편집이 필요할 것으로 사료 ○ 러프컷이 완성되면 관심을 가질 마켓이 많을 것으로 예상됨
7	봄 저 너머 미디어	엄마를 부탁해	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가족 간의 사랑과 질투에 대한 미묘한 설정이 매우 흥미로움 ○ 이러한 가족 간의 소재 자체는 매우 글로벌하다고 사료됨 ○ 주제가 매우 개인적인 만큼 감독이 어떤 범위까지 표현할지가 관건임

분야	사업자	프로그램명	주요 상담 요약
8	정태영 (연세대)	쪽팔갱이	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다큐멘터리와 픽션 사이의 새로운 접근 방식이 매우 흥미로움 ○ 그러나 주제 자체가 매우 아시안적이라 유럽 마켓에 수요가 있을지는 의문임 ○ 다큐 픽션으로 만드는 절차가 매우 중요할 것
9	정수은	김을 찾아서	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국 전쟁이라는 소재는 일반적으로 유럽마켓에서 인기가 있는 소재로 펀딩의 기회가 있을 것으로 예상됨 ○ 제작 방식 중 이미지 재현이 있을 거라 했는데 이에 대한 구체적인 설명이 필요함 ○ 북한군의 가족과 미국군인의 가족의 두 시점에서 바라보는 전쟁의 모습이 매우 참신함
10	마로 스튜디오	학교 가는 길	<ul style="list-style-type: none"> ○ 본 작품의 제작방향, 배급 전반 관련한 구체적인 설명이 필요함 ○ 러프컷이 완료되면 향후 지속적인 연락을 통해 지원 가능한 방향을 모색해 보겠음



투자 상담회 (Meet the Korean Film Makers)

붙임7 주요 회의 결과

1) 투자설명회 및 테크니컬 리허설 관련 셰필드 사무국 담당자와 진흥원 담당자 회의

[개 요]

(목 적) ‘투자설명회(Korean Pitching Day)’ 등 행사 전후에 필요한 사항 확인 및 행사 관련 정보 공유

(일시 및 장소) 2019.6.8.(토)/ 힐튼

(참석자) : Sylvia Bednarz (셰필드 사무국 마켓기획개발 총감독), Patrick Hurley (셰필드 사무국 마켓팀장), Varadila (셰필드 사무국 행사진행), Paul Pauwels (행사 사회자), 김상재 본부장, 안영민 차장, 윤여원 과장, 양혜림 주임, 김이삭 주임(KCA), 조경희(통역) 총 10명

(주요 내용) 테크니컬 리허설 일정 및 설명회 관련 사전 공지 사항 공유 등

○ 테크니컬 리허설 일정 및 장소 설정

- 행사 전 영상 확인 및 전반적인 준비를 위해 테크니컬 리허설은 반드시 필요
- 테크니컬 리허설의 경우 가급적 행사와 가까운 일정과 동일한 장소에서 진행해야 함
- 따라서 테크니컬 리허설 장소는 투자설명회가 진행되는 타운홀의 회의실에서 진행하기로 함
- 사무국에 확인해 본 결과, 테크니컬 리허설 장소 임대와 운영팀이 투자설명회 당일 아침 7:00에 가능하다고 하여 그때 진행하기로 확정함

○ 이외 준비해야 할 사항

- 영상의 볼륨 및 화면 상태
 - 영상은 각 트레이일러마다 볼륨이 상이할 수 있으므로 이에 대한 확인이 반드시 필요함
 - 화면 상태의 칼라 및 정확도도 운영팀과 확인 필요
 - 이와 관련해서는 테크니컬 담당인 박지혜 피디와 확인하여 진행
- 디시전 메이커 및 통역의 위치 확인
 - 디시전 메이커는 가급적 발표자가 잘 보이고 들리는 곳에 위치하는 것이 중요하나 일반 관객과는 차별화되는 자리에 위치하여야 함

2) 투자설명회 참석 해외전문가 대응방안 및 피칭 진행 사항 관련 회의

[개 요]

(목 적) 원만한 투자설명회 진행을 위한 참석 해외전문가(디시전메이커) 성향 파악 및 피칭 진행 사항 확인

(일시 및 장소) 2019. 6. 9(일)/ 셰필드 Noodle Doodle

(참석자) Patrick Hurley(마켓팅장), 윤여원 과장, 김옥영 과장(KCA) 총 3명

(주요 내용) 해외전문가와 진행하는 발표 평가 및 피칭 진행 방향 논의

- 총 13명의 디시전 메이커가 참가하며 이분들이 발표작품을 평가하여 이에 대한 결과에 따라 시상금액을 결정할 예정임
- 참가한 13명의 디시전 메이커 전원이 행사의 시작부터 끝까지 함께 자리를 하지 못할 수도 있으므로 행사의 끝까지 모든 작품을 평가한 평가위원들의 결과를 가지고 취합하기로 함
- 참가 디시전 메이커의 1/2이 좀 안 되는 인원이 영국 출신이며 이외 미국과 호주 외, 나머지 디시전 메이커들이 전부 유럽 출신임을 감안 유럽마켓에 대한 분석과 현황 파악이 필요함
- 피칭은 영어의 능력과는 별개로 감독 본인이 직접 발표할 것을 추천하며 이후 디시전 메이커와의 의사소통에 문제가 있을 시 통역을 활용하는 것으로 함
- 또한 투자설명회 행사 이전에 각종 다양한 네트워크 파티 및 모임에 참가하여 행사의 참가자들과 네트워크 구축을 추천함, 반드시 피칭 등의 행사가 아니더라도 셰필드 다큐행사에 참가한 이상 참가자들의 목적은 다들 유사하므로 관심사를 공유할 것

3) 셰필드 다큐페스티벌 연계행사 관련 사업자 간담회(사업자)

[개 요]

(목 적) 사업자 간담회를 통하여 투자설명회 결과 관련 의견 수렴

(일시 및 장소) 2019. 6. 09(일)/ **Pizza Express**

(참석자) 발표 사업자 16명, Paul Pauwels(사회자), Lindsay Poulton(The Guardian), Jane Ray(The Whickers), Alex Hryniewicz(Little Dot Studios), Alyssa Orvis(Screen Australia), Benjamin Taylor(Screen Scotland), Bernadine Lim(Screen Australia), Nadja Tennstedt(European Film Market), Thomas Heurlin(Impact TV), Mette Kuhnell Peterson(TV2 Denmark), Judith Helfand(Chicken&Egg)(해외 평가위원 11명), 구영섭 과장, 방연진 사무관(과기 정통부), 김상재 본부장, 안영민 차장, 윤여원 과장, 김이삭 주임, 양혜림 주임

(주요 내용) 방송콘텐츠 해외진출 및 국제공동제작 지원방안에 대한 의견 수렴

- 이러한 대규모의 해외 다큐멘터리 필름 페스티벌 진출 지원이 소규모 사업자들에게는 크게 도움이 됨
- 향후에도 더 많은 개척과 지원이 진행되어 국내 작품을 해외시장에 알릴 수 있었으면 함
- 피칭 외에도 지원 가능한 프로그램이 있다면 지속적으로 연구 및 분석하여 지원 방안을 확대했으면 함
- 국제 마켓에서도 흥미를 끌 수 있는 주제 및 소재가 무엇인지에 대한 연구가 더 필요할 것 같음
 - 아주 한국적인 소재 보다는 세계 모든 관객의 흥미를 끌 수 있는 글로벌 할 소재 발굴이 중요한 것 같음
 - 현재, 글로벌 마켓에서 일반적으로 인기를 끌고 있는 소재로는 ‘동물 및 환경 문제’, ‘성 소수자 문제’, ‘장애인’ 등의 소재들이 있음
 - 이런 분야를 다룰 때 너무 광범위하게 사회적인 이슈로 가기보다는 범위를 좀 더 좁혀서 개인적인 이야기에 초점을 맞추면 성공가능성이 더 높을 것으로 사료됨
 - 같은 동양권이라도 상대적으로 일본 및 중국의 다큐 시장에 비교 시 한국의 다큐 시장에 대한 관심이 적은 것이 사실, 이에 대한 개선점 발굴이 필요하다고 사료됨
- 전체적으로 교육워크숍 및 셰필드 참가 기회의 제공이 사업자들에게는 매우 귀중한 경험이며, 해외마켓의 다른 작품 감상이 향후 제작 시 좀 더 자극의 기회가 될 것으로 사료됨

4) 유럽지역 국제공동제작 라운드 테이블 참가자들과 사전 회의

[개 요]

(목 적) 유럽지역 국제공동제작 라운드 테이블 참가자들과 미팅

(일시 및 장소) 2019. 6. 10(월), 오후 12시/ Sheffield Bill's

(참석자) Llion Iwan(S4C), Iseabail Mactaggart(BBC Alba), Dylan Richards(Wildflame Films), 정희도 부장(전주방송), 구영섭 과장, 방연진 사무관(과기정통부), 김상재 본부장, 안영민 차장, 윤여원 과장, 김욱영 과장(KCA),

(주요 내용) 유럽지역 국제공동제작 라운드 테이블 개최 전 사전에 회의 내용 점검 등

- 한국의 다큐시장은 유럽의 입장에 있어서는 Emerging Market이며 다양하게 협업할 수 있는 프로젝트가 많을 것으로 기대됨
 - 특히 웨일즈, 아일랜드 등은 한국과 각기 이웃에 위치한 강국들(영국, 일본)에 시달린 바 있는 역사적 배경으로 비슷한 정서를 공유하고 있는 것으로 알고 있음
 - 비슷한 정서를 가진 제작자들끼리 업무가 더 수월할 것이고 공통점이 많이 발굴될 것으로 예상되어 한국과의 공동제작이 매우 기대되는 바임
- 현재 아일랜드나 웨일즈 제작사 및 방송사들은 자연 현상이라든지 환경문제 관련한 주제에 매우 관심이 많음
 - 이전에는 썰물 관련하여 한국의 방송사와 제작을 한 바도 있음
 - 지속적인 연락 및 네트워크 구축을 통해서 공동제작 가능한 프로젝트를 발굴 했으면 함
- 한국 다큐멘터리 제작자들이 지속적으로 셰필드 등 유럽 마켓의 진출을 하여 소개되어지고 인지도가 높아졌으면 함
- 한국의 숨겨진 자연의 미에 대한 탐구와 이를 바탕으로 한 다큐멘터리 제작이 기회가 되면 해보고 싶음

5) 웨일즈·아일랜드 방송사업자들과의 교류를 통한 협업회의

[개 요]

(목 적) 웨일즈·아일랜드 방송 사업자들과의 류를 통한 협업 확대

(일시 및 장소) 2019. 6. 10(월), 오후 8시/Graduate Sheffield

(참석자) Dylan Richards(Wildflame Films), Proinsias Ni Ghraíne(아일랜드 TG4)

정희도 부장(전주방송), 윤여원 과장(KCA)

(주요 내용) 참여 프로젝트별 트레일러 분석 및 해외투자사와의 의견교류

- 한국의 지원사업은 비단 국내 사업자 뿐만이 아니라 해외의 많은 사업자들도 관심 가지고 있는 사항임
- 한국의 지원사업은 어떤 것이 있는지 해외방송사가 지원을 받으려면 어떻게 해야 하는지 알고 싶음
 - 한국방송통신전파진흥원 지원 사업은 물론, 한국콘텐츠진흥원 지원사업을 알아볼 수 있는 홈페이지에 대한 정보 제공
 - 일반적으로 진흥원 사업은 영어로도 정보 제공이 되고 있음을 알려줌
- 웨일즈와 아일랜드 방송사의 경우 일반 영국 방송사와는 좀 상이한 부분이 있음
 - 일반적으로 대중적인 소재를 찾는 영국 방송사와는 달리 어업, 농업, 자연에 대한 주제에 더 관심이 있으며
 - 게일릭, 웰쉬 등 아일랜드와 웨일즈 고유의 언어로 하는 방송도 별도로 진행하고 있음
 - 역사적으로 영국에 억압을 많이 받았던 웨일즈와 아일랜드 인들은 고유의 문화에 큰 자부심을 갖고 있음
 - 이를 살릴 수 있는 주제를 가지고 한국과 국제공동제작을 하면 좋을 것

6) 홈초이스, Gedoeon Media group MOU 체결 후 간담회 개최

[개 요]

(일 시) 2019. 6. 11(화), 오후 12시/Claus Paris

(참석자) 이영환 국장, 임은 PD(홈초이스), 스테판 밀러 대표, 로랑스 파브르 프로듀서 (Gedoeon Media Group), 김상재 본부장, 안영민 차장

(주요 내용) 2019년 진흥원 방송프로그램제작지원 국제공동제작지원 사업 ‘직지 세상에 나오다’ 관련 해외 사업자와 간담회

- 세계 최초의 금속활자본인 ‘불조직지심체요절’ 관련 다큐멘터리를 프랑스의 제데옹 미디어 그룹과 제작·기획하게 되었는데, 이 프로젝트가 진흥원의 2019년 방송프로그램제작지원 국제공동제작지원 사업에 선정이 됨
- 2001년 유네스코 세계기록유산으로 등재된 ‘직지’를 발견하기까지의 과정을 프랑스의 기획력과 제작기술과 협업하여 진행할 예정인데 특히 직지의 세계기록유산으로서의 가치와 금속활자 인쇄술이 인류문명사에 끼친 영향 등에 집중하여 다룰 예정임
- 50분 분량의 다큐멘터리 2편과, 해외 제작과정을 담은 1편을 한국어·영어·불어로 제작할 예정
- 진흥원은 국내 방송사 뿐 아니라 해외 방송사와도 긴밀히 협력을 통해 지원효과를 최대한 극대화할 예정임

7) 프랑스 국제공동제작 사업자들 및 국내 방송사업자들과 간담회 개최

[개 요]

(일 시) 2019. 6. 11(화), 오후 6시/Hanzan

(참석자) 이영숙 대표이사, 은혜정 연구소장 (홈초이스), 로랑 돈디 대표, 파브리스 빠필론 PD(Galaxie Presse), 이승태 경영이사, 김한태 팀장(문화예산 채널), 구영섭 과장, 방연진 사무관(과기정통부), 김상재 본부장, 안영민 차장(진흥원)

(주요 내용) 2019년 진흥원 방송프로그램제작지원 국제공동제작지원 사업 개선방안 관련 간담회 개최

- 한국의 다큐멘터리 산업진흥에 관심을 갖고 있는 유럽 방송사업자들이 많음
 - 해외 방송사업자의 관점에서도 다큐멘터리 시장상황은 빠르게 변화하고 있기 때문에 방송사는 문화적 이해와 비즈니스 모델을 이해하고 협업하는 것이 중요
- 유럽과 한국의 경우 행정 상황이 많이 상이하여 이런 점을 모두 고려한 지원 사업 개발이 되었으면 함
 - 지원금의 입금, 집행 등에 대한 행정처리가 국제공동제작에 있어 가장 어려운 점임
 - 국제공동제작 시 양국간이 모두 관심을 갖고 있는 소재를 발굴하는 것도 진행 시 어려운 점임

붙임8

셰필드 다큐페스티벌 연계 해외투자설명회 성과(3개년)

□ 개 요

- (목적) 국내 방송콘텐츠의 해외 진출 지원을 위해 국내 방송제작자에게 해외 투자사·배급사에 대한 투자설명회 및 투자상담 기회 제공
- (행사명) 셰필드 다큐페스티벌 연계 피칭포럼 개최
- (행사 기간) 2017년, 2018년, 2019년
 - 2019. 6. 6(목) ~ 6. 14(금) / 영국 셰필드 Town Hall
 - 2018. 6. 7(목) ~ 6. 12(화) / 영국셰필드 Town Hall
 - 2017. 6. 7(수) ~ 6. 14(수) / 영국셰필드 Town Hall
- (주요 성과) MOU체결 2건, 투자유치금 4.5억 원 등
 - ※ 투자유치금액(MOU체결+공동제작계약) : 4.5억 원 달성
 - ※ MOU 체결 : (2017)센미디어- (영국)덴 한 프로덕션, 전주방송-(영국)S4C
(2018)전주방송-(아일랜드) TG4
(2019)홈초이스-(프랑스)Gedeon Media Group
아이엠티브이-(프랑스)Galaxie Presse

[지원 성과]

년도	지원 사업자 수	투자 설명회	투자 상담	상담 금액	교육 실시	MOU 체결	공동 제작계약	투자 유치 금액
2017년	12팀	12팀	100건	3억원	2회	2건	1건	2.2억원
2018년	10팀	10팀	120건	4.2억원	2회	1건	진행 중	1.2억원
2019년	10팀	10팀	100건	6.57억원	2회	2건	진행 중	4.5억원

□ 주요 내용

- 글로벌 경쟁력을 갖춘 방송콘텐츠의 기획·제작 및 해외투자 유치 역량 강화를 통한 해외 유통 활성화 지원을 통해 최근 3년간 약 7.9억원의 투자유치 성과 창출

- 방송사·제작자·독립PD 등을 대상으로 온라인튜터링, 그룹 워크숍 등의 교육 프로그램(6회) 운영
- 국내 제작사들이 해외 투자사, 배급사에게 직접 피칭할 수 있는 피칭포럼을 개최하고 글로벌 피칭행사 참가 지원

※ 투자 상담 320건, 투자상담금액 13.5억원, MOU 5건 체결

- 국제공동제작 MOU 및 투자 계약을 통해 방송 산업관련 종사자 및 기술의 상호교류를 증진시키고 양국의 문화와 콘텐츠를 공유 확산하기 위한 방송프로그램 국제공동제작 추진

년도	프로그램	MOU 및 투자 계약	해 외 투자금
2017	House of the Rising Bun	(한) 센미디어 - (영)덴한프로덕션	78백만원
	장벽	(한)전주방송 - (영)S4C	1.2억원
	세도우 플레이어	(한)미디어나무 - (러시아) RKMSB-GROUP	22백만원
	소 계		2.2억원
2018	장벽	(한)전주방송-(아일랜드)TG4	1.2억원
2019	직지, 세상에 나오다	(한)홈초이스-(프)게데온 미디어 그룹	1.4억원
	상대적이고 절대적인 고양이 사전	(한)아이엠티브이-(프)갤럭시프레세	3.1억원
	소 계		4.5억원
합 계			7.9억원





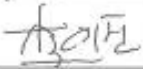



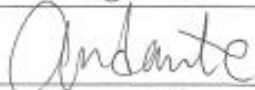




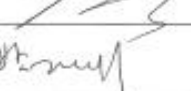
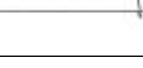
붙임9

사업자 참석확인

참석자 서명

□ 내용 : 역량강화 그룹 워크숍



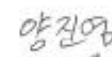




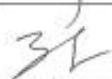

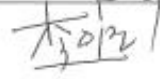



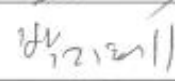

□ 일시 및 장소 : 2019. 6. 6.(목) 10:00 ~ 17:00 / Hubs Building

순번	성명	소속	서명
1	이진우		
2	김정인		
3	김상하		
4	정수은		
5	이미진		
6	백운석		
7	정태영		
8	양진영		
9	안성준		
10	장미진		
11	전진		
12	연광민		
13	이항준		
14	함예리		
15	박지혜		

참석자 서명

□ 내용 : 역량강화 그룹 워크숍




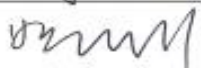




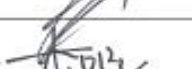


□ 일시 및 장소 : 2019. 6. 6. 7 (금) 10:00~17:00 / Hubs Building

순번	성명	소속	서명
1	장기진		
2	안성준		
3	양진영		
4	정태영		
5	이진우		
6	김정민		
7	김성하		
8	정수민		
9	이현우		
10	이미진		
11	백윤석		
12	이창준		
13	함예리		
14	박지혜		
15	전진		

참석자 서명

□ 내용 : 국제공동제작 라운드 테이블

□ 일시 및 장소 : 2019. 6.10 (월) 14:00 / 셰필드 Novotel 회의실

순번	성명	소속	서명
1	김정인		
2	지수민		35
3	김상해		
4	안성준		Andante
5	양진영		
6	이진우		Jim
7	박지혜		
8	함태리		
9	조성진		
10	연광민		
11	권진		
12	이미진		
13	이왕준		
14	정태민		
15			