트렌드 리포트 03

유럽영상제작사협의체(EPC)의 코로나19 위기 극복을 위한 10대 제언과 시사점

1. 들어가며

2. EPC 개요

3. EPC의 10대 제언

4. 시사점

유럽영상제작사협의체(EPC)의 코로나19 위기 극복을 위한 10대 제언과 시사점

요약문

코로나19로 인해 전 세계적으로 영화 및 방송 제작 현장이 중단되는 일이 있었다. 유럽영상제작사협의체(EPC: European Producer Club)가 유럽연합과 정부를 대상으로 10대 제언을 발표했다. 해당 제언은 '규제 완화'와 '공적 자금 지원'을 골자로 한다. 제언 발표 이후, EPC 대표는 글로벌 OTT 서비스에 "디지털 세금"을 적용해야 한다는 입장을 표하여 주목을 받고 있다.

1. 들어가며

코로나19는 전 세계, 그리고 전 산업에 걸쳐 막대한 영향을 끼치고 있다. 미디어 산업 역시 예외일 수 없는데, 특히 코로나19 감염을 억제하기 위해 각종 영화 및 방송 제작이 중단되고 있다. 이에 따른 경제적 · 사회적 후폭풍에 대비해야 한다는 목소리가 나오고 있다.

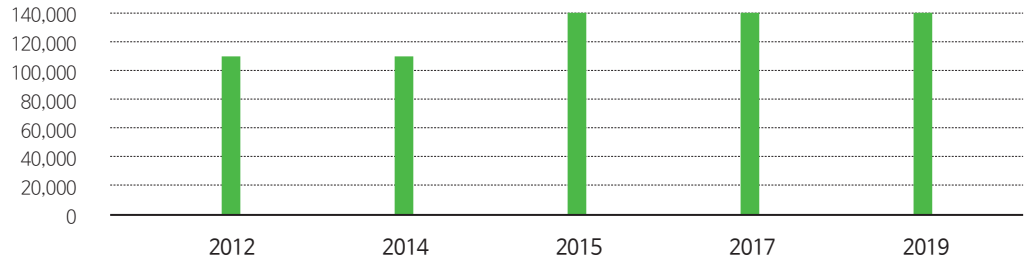
이러한 가운데, 유럽영상제작사협의체(EPC: Eropean Producer Club)가 유럽연합 및 각 국가에 산업 위기 극복을 위한 제언을 발표했다. 본 제언은 향후 유럽권 영상 제작 생태계의 관련 정책 변화에 있어 파장을 미칠 가능성이 있어 주목된다.

2. EPC 개요

EPC는 유럽 전역에 소재한 영화 및 방송 드라마 제작사들의 연합이다. 1993년 WTO의 서비스 교역협정(GATS)의 틀을 기반으로 구성되었으며, 설립 당시 협회가 밝힌 목표는 "정부 및 정치 기구에 독립적인 제작사들의 이익을 대변"하는 데 있다. 현재 EPC는 회원사 및 산업 발전을 위한 네트워크 교류와 싱크탱크, 로비 역할 등을 자임하고 있다. 그중에서도 산업 로비스트로서 EPC의 역할이 두드러지는 편이다. 유럽의 로비 활동 데이터를 수집하는 포털 사이트 '로비팩츠(LobbyFacts.eu)[1]'에 따르면, EPC는 2019년 한 해 동안 로비 활동에 대략 14만 유로(한화 약 1억 9,000만 원)의 예산을 투입했다고 한다.

EPC의 그 외 활동으로는 각 회원사의 소재 국가 간의 정책적 협력을 촉구하거나, 회원사간의 공동 자금 모집과 콘텐츠 공동 제작 등을 장려하는 활동도 전개하고 있다. 가령, 지난 2020년 2월에는 스위스의 인공지능 스타트업 Largo와 제휴를 맺고, 인공지능 기술을 회원사들의 영화 제작에 적용하는 실험을 시작한 바 있다. EPC는 회원사들에 Largo가 분석할 각종 데이터를 제공할 것을 요청하였다. 이를 통해 추후 회원사들이 Largo의 인공지능을 바탕으로 콘텐츠 공동 제작을 비롯한 다양한 프로젝트를 추진할 수 있도록 지원하겠다는 것이다.

그림 1 EPC의 연간 로비 활동 비용

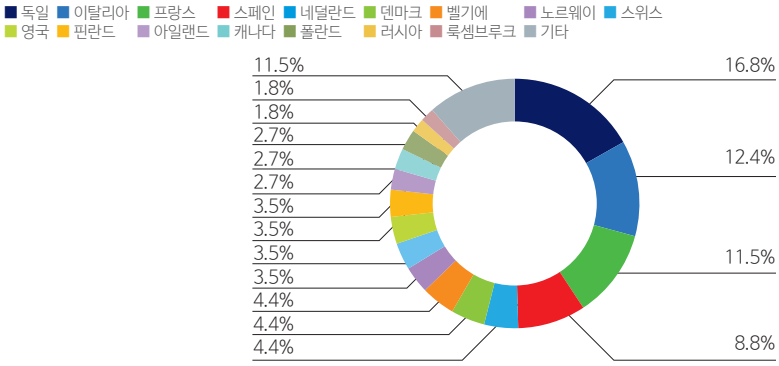


주: 2018년 데이터는 수집 불가 또는 비공개 상태임

출처: LobbyFacts.eu

1) 로비팩츠는 유럽연합(EU)에서 공개하는 자료를 바탕으로 데이터를 구성한다고 밝히고 있다.

그림 2 EPC 소속 제작사들의 국가별 비율



출처: EPC 공식 홈페이지, STRABASE 재구성(2020.5)

현재 프랑스 파리에 본거지를 둔 EPC의 회원사는 총 113개이다. 이들이 소속된 국가들을 살펴본 결과, 독일, 이탈리아, 프랑스, 스페인 등의 순으로 그 비중이 가장 높았다. 이와 별도로 유럽 외 권역인 캐나다의 제작사들이 EPC 회원사로 가입 중이라는 점도 눈에 띈다. 캐나다 내(內) 콘텐츠 상당 부분이 프랑스어로 제작된다는 점에서 캐나다 제작사들이 유럽권 제작사들과 협력할 기회가 많을 것으로 추측 한다.

3. EPC의 10대 제언

코로나19가 유럽을 강타한 지난 3월, EPC는 유럽연합(EU) 및 회원국가에 유럽의 영화 및 TV 콘텐츠 제작 생태계의 생존을 위한 10대 제언을 발표하였다.

EPC는 제언을 담은 성명문을 통해 “산업이 주로 소기업과 프리랜서로 구성되어 있어 코로나19에 매우 취약하다”는 점을 강조하면서 “영화관이 문을 닫고, 유럽 전역에서 촬영이 취소되고 있어 수백여 개의 제작사가 파산 위기에 처해있다”고 설명했다. 따라서 그 도미노 효과로 인해 유럽 시청각 산업 전반에 돌이킬 수 없는 위험이 도래할 것에 대해 우려를 표했다.

해당 제언은 총 '유통', '사전제작/제작', '개발', '창작의 지속가능성'이라는 큰 틀에서 총 10개의 항목으로 구성되어 있다. 이에 대한 자세한 사항은 다음 표와 같다. EPC의 제언은 발표 직후 회원국가의 정부를 비롯해 유럽위원회(EC)의 시장경쟁 담당 집행위원에게도 전달되었다.

표 1 EPC의 10대 제언

구분	제언 내용
유통	1. 제작사와 배급사를 포함하여 유럽 시청각 콘텐츠 릴리스와 관련한 모든 이해관계자들에게 박스오피스 매출 감소, 사전 판매 불이행, 프로모션 캠페인 대금 전체 또는 일부 등으로 인한 손실을 보상하기 위한 유럽연합 및 국가 차원의 계획 수립 2. 온라인 플랫폼을 통한 영화 개봉을 향상시키기 위해 미디어 크로놀로지(Media Chronology)[2] 관련 모든 규제 및 영화관 수입과 상영관 수에 근거한 공공 기금에 접속하는 데 필요한 기타 모든 요건의 자유화를 통해 영화의 제작자와 배급자에게 공정한 경제적 보상을 제공. 이것은 특히 온라인 유통과 소비가 고립되어 있는 수백만의 사람들에게 큰 혜택을 줄 수 있기 때문에 관련이 있음
사전제작/제작	3. 프리랜서 직원, 출연진, 승무원, 공급업체의 지불 비용을 충당하기 위해 국가 정부 비상 기금을 설립하고 무료 이자 대출을 제공할 수 있음 4. 유럽연합 및 정부의 보증으로 보험회사가 생산 중단으로 인한 보험금 청구를 현금으로 돌려주고 가능한 한 빨리 생산이 시작될 수 있도록 즉시 모든 생산자의 코로나바이러스 관련 위험을 보상할 수 있음 5. 금융사, 방송사 및 플랫폼은 제작사에게 계약 마감일을 해제하고, 방송사 또는 플랫폼이 주요 자금 조달자인 경우(코로나19로 인한) 중단 기간이 종료될 때까지, 의무적인 생산 기여 할당량으로부터 중단 기간의 비용을 충당하도록 그들의 자금 조달 결정의 유효성을 연장해야 함 6. 정부 당국은 촬영 및 제작사와 관련된 세금, 사회보장 및 기타 직간접적인 세금을 연기하고, 중앙정부 및 시중은행에서 제작사가 대출한 금액의 상환을 정지시킬 수 있음
개발	7. 필요에 따라 중단 없이 온라인으로 사업을 유지할 수 있도록 공적자금 제도를 정비하고, 프로젝트 개발의 안정성을 확보할 수 있는 자금을 증액 8. 시청각 창의성을 즐길 수 있도록 공영 및 상업 방송사와 OTT 플랫폼를 지속성 측면에서 장려하고, 산업계와 연대하여 개발 활동을 증가시켜 신속하고 효율적으로 정상 궤도를 복구할 수 있도록 준비 9. 관객들이 구속과 스트레스에 대처하도록 돕기 위해 가치 있는 콘텐츠 제작(긍정적, 교육적, 건강적, 낙관적)을 그에 상응한 다양성으로 홍보
창작의 지속성	10. 영화관의 폐쇄, 제작사의 휴업과 온라인 사용의 증가로 인한 격차를 메울 수 있는 공정한 경제적 보상으로서 모든 유럽 생산자들의 라이브러리에 대한 방송사와 플랫폼의 인수를 촉진

2) 프랑스 등지에서 사용되는 영화 배급 용어로, 영국에서는 릴리즈 윈도우(Release Window)라고도 불린다. 영화가 극장 개봉된 이후, TV, DVD, 스트리밍 서비스 등 다른 창구(Window)로 공개되는 데까지 걸리는 기간을 뜻한다. 국내에서는 홀드백(Hold Back)이라는 용어도 많이 사용된다.

4. 시사점

EPC의 제언은 결국 '규제 완화', '공적 자금 투입', 'OTT 사업자 간 거래 중재' 라는 3가지의 방향에서 정부의 개입을 촉구하고 있다는 분석이다. 하지만 현재로서 EPC의 제언이 유럽연합 및 각국 정부 측에서 얼마나 받아들여지고 있는지, 혹은 앞으로 얼마나 받아들여질 지는 지켜봐야 한다.

현재 유럽위원회(EC)에서는 코로나19로 촉발된 유럽 내 영화 및 TV 산업의 위기를 완화하고자 별도의 태스크포스를 구성했다. 해당 태스크포스는 영화 및 TV산업에 대한 중장기적인 자금 지원을 주요 목표로 삼고 있다. 이는 무엇보다 영상 제작 진영에는 중소기업 형태의 사업체들이 많아 중장기적인 자금 조달이 어렵다는 점에서 기인한다.

이번 EPC 제언이 주목받는 이유는, 제언 발표 이후 대표 알바로 롱고리아(Alvaro Longoria)의 발언 때문이다. 알바로 롱고리아는 2020년 5월, MIA(Mercato Internazionale Audiovisivo)[3]의 온라인 버전 행사인 MIA Digital에서 유통 및 제작과 관련된 패널 대담에 참석했다. 그는 중장기적 자금 지원의 측면에서 글로벌 OTT 서비스들이 유럽권 영상 제작 시장의 회복을 위해 기여할 수 있는 새로운 법/제도적 프레임워크가 필요하다는 의견을 내놓았다. 여기서 글로벌 OTT 서비스들은 결국 Netflix, Amazon과 같이 유럽에서 활동하고 있는 미국발(發) OTT 서비스를 가리킨다. 글로벌 OTT 서비스가 코로나19로 인해 가입자가 늘고, 서비스 이용 시간이 급증하는 등 오히려 반사이익을 얻고 있으므로, 이들이 나서 유럽 영상 산업 생태계의 회복을 위해 성의를 보여야 한다는 것이다.

이에 대한 그의 구체적 방안은 "디지털 세금"과 같은 새로운 법 제도였다. 특히 알바로 롱고리아는 글로벌 OTT 서비스가 유럽 방송사들이 지불하는 세금과 동일한 세금을 부과하지 않는다는 불만 등이 증폭되고 있다는 점을 감안할 때 이들에게 적용할 "디지털 세금" 입법이 필요하다는 의견을 피력했다.

3) 이탈리아의 시청각 산업 콘텐츠 마켓으로, 2020년 공식 행사는 10월 14일부터 18일까지 로마에서 열릴 예정이다.

물론 이는 알바로 롱고리아의 개인적 의견, 혹은 크게 봐도 EPC라는 산업협의체의 의견에 불과할 수 있다. 게다가 과거 유럽위원회는 Google, Facebook, Amazon 등 미국의 인터넷 기업들에게 법제도 차원에서의 철퇴를 적극적으로 가해온 바 있다. 알바로 롱고리아의 "디지털 세금" 관련 의견이 다소 묵직하게 들리는 이유이다.

종합하자면, 코로나19로 인한 유럽 영상 제작 업계의 위기가 정부의 시장 개입을 촉구하는 EPC의 제언으로, 그리고 다시 이러한 제언이 Netflix, Amazon 등 유럽 내 글로벌 OTT 서비스들에 대한 유럽연합 차원의 규제로 발전하는 연쇄적인 시나리오가 전개될 가능성이 존재한다는 분석이다.

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/)