

<목 차>

I. 글로벌 캐릭터·라이선스시장 현황	1
1. 글로벌 캐릭터·라이선스 시장규모 및 전망	1
2. 글로벌 캐릭터·라이선스 상품 유통 현황	4
3. 유럽 주요국 캐릭터·라이선스 시장규모 및 전망	6
II. 브랜드라이선싱유럽 마켓 트렌드	9
1. 글로벌 캐릭터 산업 주요 이슈	9
(1) <스타워즈>의 성공과 디즈니의 캐릭터 라이선싱	9
(2) 스마트토이 시장 현황	12
2. 유럽 주요국 캐릭터 라이선스 이슈 및 트렌드	18
(1) 뉴미디어의 시청 증가와 e-커머스 산업 성장	18
(2) 글로벌 박스오피스의 흥행과 유럽 라이선스 산업	19
(3) 유럽 인기 캐릭터와 라이선스 현황	21
3. 국내 캐릭터 유럽 진출 현황	27
III. 브랜드라이선싱유럽 마켓 정보	29
1. 행사개요	29
2. 프로그램	30
(1) 프로그램 구성	30
(2) 주요 프로그램	31
3. 주요 바이어 리스트	38
(1) 영국	38
(2) 독일	43
(3) 프랑스	49

(4) 이탈리아	51
(5) 기타	53
4. 주요 참가업체	56
(1) 아드만 애니메이션	56
(2) 무민(Moomin)	58
(3) 불독 라이선싱	60
(4) 스마일리	62
(5) 드림웍스 애니메이션	64
(6) HIT 엔터테인먼트	66
(7) 마텔	68
(8) 월트디즈니 컴퍼니	70
(9) 해즈브로	72
(10) 사반 브랜드	74
5. 효과적인 마켓 참가 Tip	76
(1) BLE Matchmaking Service	76
(2) 주최측 네트워크 이벤트	77

<표 목차>

[표 I -1] 2014-2019년 글로벌 캐릭터·라이선스시장 규모	1
[표 I -2] 2015년 글로벌 캐릭터·라이선스시장 규모 상위 10개국	3
[표 I -3] 2014-2019년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스시장 규모	6
[표 II -1] 스마트토이 분야 주요 사업자와 제품	14
[표 II -2] 2015년 영국 인기 캐릭터완구 제품	22
[표 II -3] 2015년 영국 내 인기 캐릭터 IP	22
[표 II -4] 유럽 주요국 캐릭터 라이선스 이슈	24
[표 II -5] 국내 캐릭터 산업 수출액 현황	27

<그림 목차>

[그림 I -1] 2014-2019년 글로벌 캐릭터·라이선스시장 규모 및 성장률 전망	2
[그림 I -2] 2015년 권역별 캐릭터·라이선스시장 점유율	2
[그림 I -3] 2014년 권역별 라이선스시장 규모	4
[그림 I -4] 2014년 글로벌 - 라이선스 상품 카테고리별 매출규모	5
[그림 I -5] 2015년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스시장 점유율	7
[그림 I -6] 2014년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스 분야별 매출규모	8
[그림 I -7] 2014년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스 제품별 매출규모	8
[그림 II -1] 2016년 1분기 디즈니 수익 구조	10
[그림 II -2] 글로벌 스마트토이 시장 규모	12
[그림 II -3] 스마트토이 관련 분야로 유입된 펀딩 규모	15
[그림 II -4] 게임 및 완구산업 규모와 Toy-to-Life의 비중	16

I. 글로벌 캐릭터·라이선스시장 현황

1. 글로벌 캐릭터·라이선스 시장규모 및 전망

2015년 글로벌 캐릭터·라이선스 시장규모는 1,672억 8,400만 달러로 전년대비 3.6% 가량 성장한 것으로 나타났다. 캐릭터·라이선스시장은 2012-2013년 2년 동안 1%대의 저성장을 기록하다 2014년 다시 3%대의 성장세를 회복했다. 최대 시장인 미국의 지속적인 성장이 전망되면서 글로벌 시장 역시 안정적인 성장세를 이어갈 것으로 분석된다. 향후 4년 동안 캐릭터·라이선스시장은 연평균 3.6% 성장하여 2019년에는 1,927억 7,300만 달러로 확대될 전망이다.

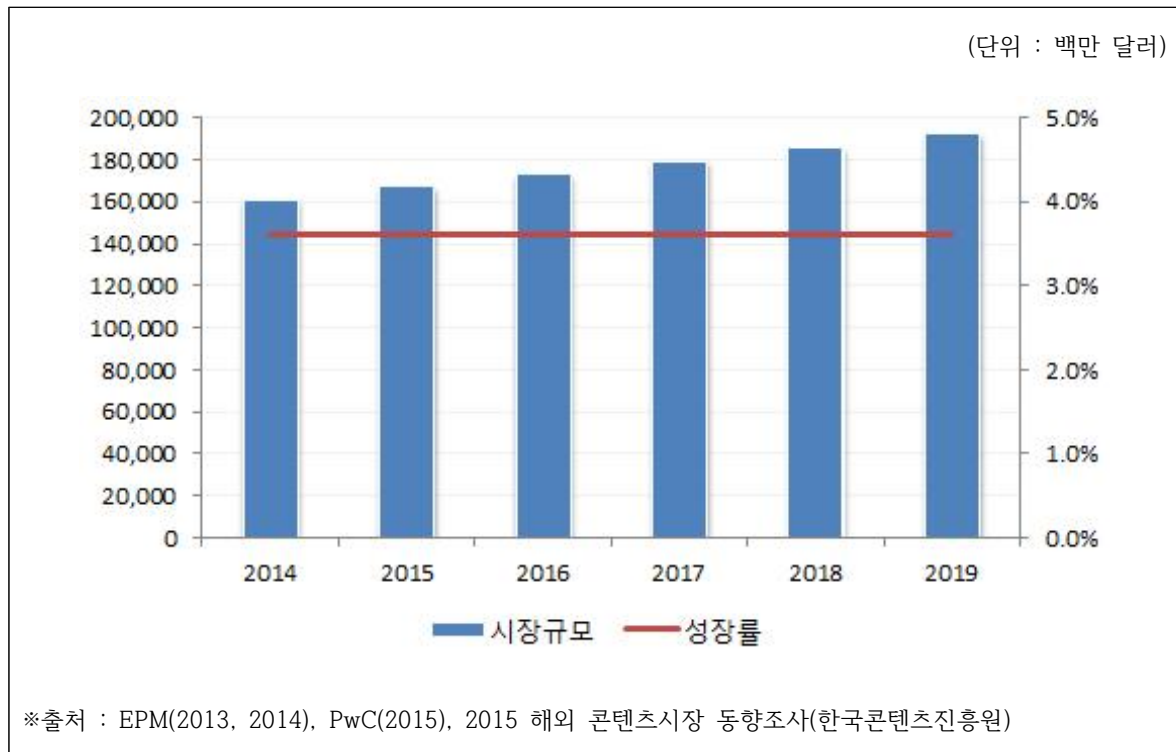
[표 I - 1] 2014-2019년 글로벌 캐릭터·라이선스시장 규모

(단위 : 백만 달러)

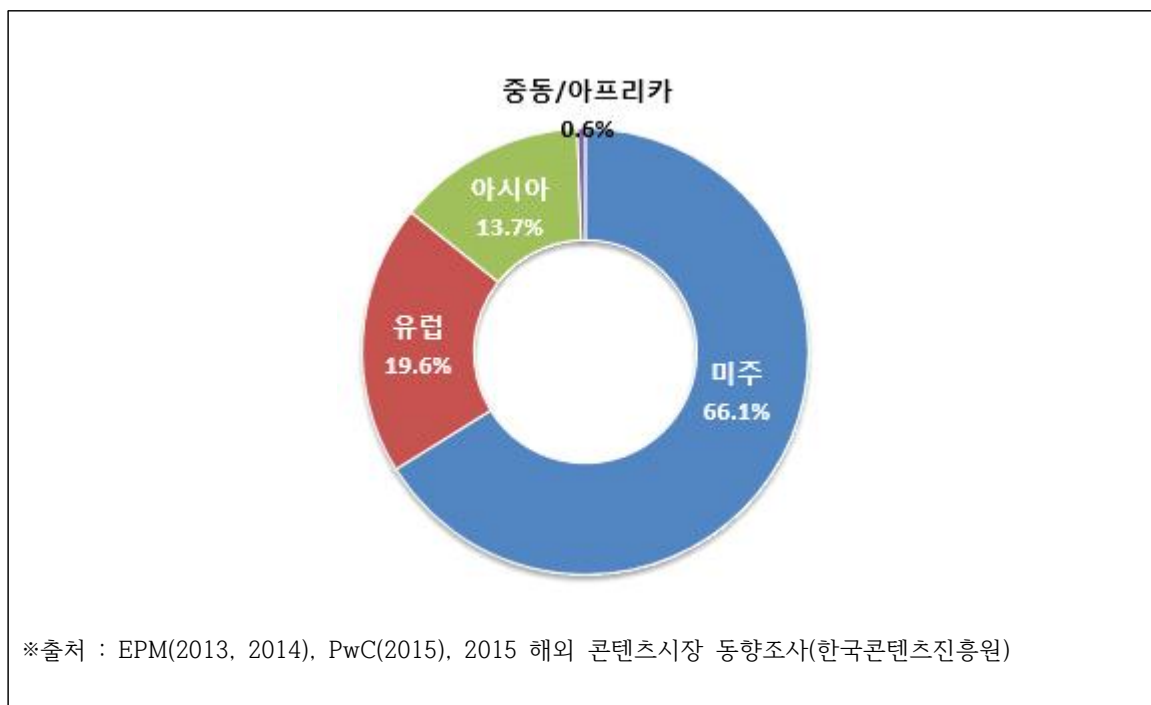
구분		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2019 CAGR(%)
글로벌		161,456	167,284	173,321	179,577	186,058	192,773	3.6
권역별	미주	105,799	110,226	114,842	119,655	124,673	129,904	4.2
	유럽	32,261	32,645	33,034	33,427	33,825	34,227	1.2
	아시아	21,935	22,805	23,709	24,649	25,627	26,643	4.0
	중동 아프리카	913	968	1,027	1,089	1,155	1,225	6.1

※출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2015), 2015 해외 콘텐츠시장 동향조사(한국콘텐츠진흥원)

[그림 I -1] 2014-2019년 글로벌 캐릭터·라이선싱시장 규모 및 성장률 전망



[그림 I -2] 2015년 권역별 캐릭터·라이선싱시장 점유율



권역별로는 미주 지역이 전체 시장의 66% 가량을 차지하며 시장을 견인하고 있다. 특히, 세계 제 1위 시장인 미국이 미주 지역의 87%, 전 세계 시장의 57%를 점유하고 있어 캐릭터·라이선스 산업에서 미국의 입지가 절대적이다. 미국은 만화, 애니메이션, 영화 등 여러 콘텐츠 분야에서 다양한 인기 캐릭터를 보유하고 있으며 이들 캐릭터를 활용한 신규 콘텐츠 제작과 파생상품으로의 확장이 지속적으로 이뤄지고 있어 향후에도 안정적인 시장 성장이 기대된다. 분야별 라이선스 산업 규모를 살펴보면, 미국은 기업브랜드/상표와 스포츠의 비중이 각각 27%, 20%로 가장 높은 것으로 조사되는데 미국이 글로벌 브랜드나 세계적으로 인기를 끄는 스포츠 리그를 보유하고 있다는 점에서도 라이선스 산업의 주도국임을 확인할 수 있다.

디즈니, 워너브라더스 등에서 주기적으로 새로운 영화를 선보이고 있으며 이를 활용한 상품 라이선스가 활발하다. 원작으로 창출하는 수익보다 상품화 및 라이선스 등에서 오는 부가수익이 더 크기 때문에 캐릭터 IP를 보유한 세계 주요 기업들은 신작 출시에 앞서 파생상품 제작과 마케팅에도 많은 노력을 기울이고 있다.

[표 I -2] 2015년 글로벌 캐릭터·라이선스시장 규모 상위 10개국

(단위 : 백만 달러)

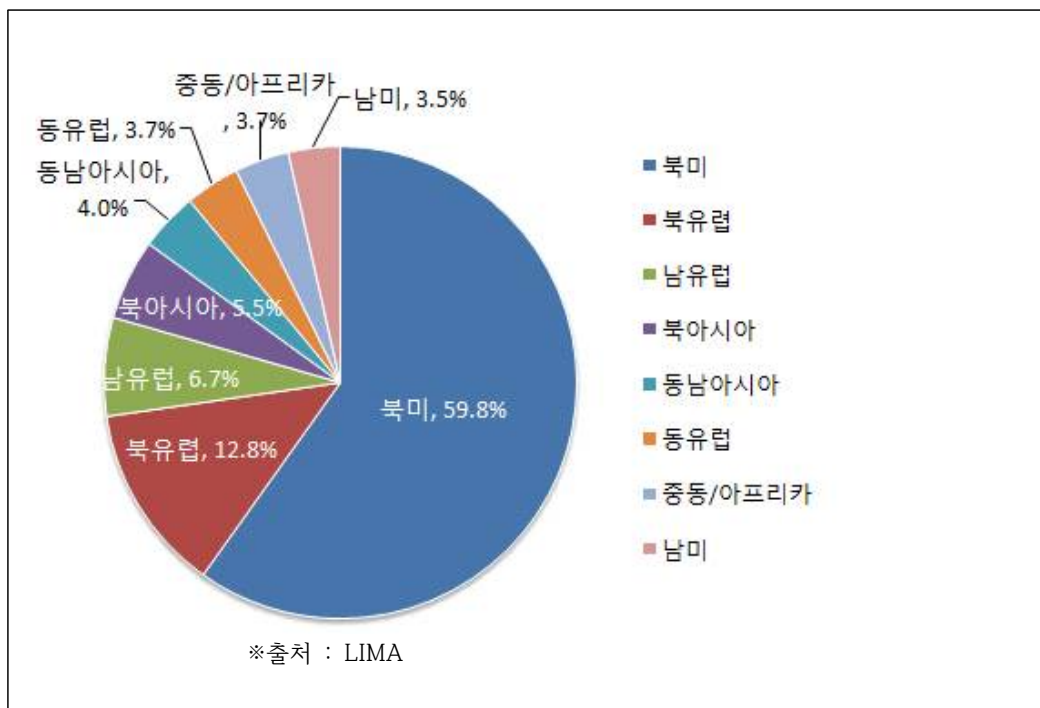
No	국가	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2019 CAGR(%)
1	미국	91,629	95,452	99,435	103,585	107,908	112,411	4.2
2	캐나다	9,860	10,219	10,591	10,977	11,377	11,792	3.6
3	일본	10,076	10,017	9,959	9,901	9,843	9,786	-0.6
4	영국	7,008	7,123	7,240	7,358	7,479	7,601	1.6
4	중국	6,248	7,100	8,067	9,166	10,415	11,834	13.6
5	프랑스	6,646	6,708	6,771	6,835	6,899	6,964	0.9
7	독일	5,155	5,272	5,393	5,516	5,641	5,770	2.3
8	이탈리아	4,475	4,476	4,477	4,478	4,478	4,479	0.0
9	브라질	2,419	2,599	2,792	3,000	3,223	3,463	7.4
10	호주	2,039	2,070	2,101	2,132	2,164	2,197	1.5

※ 출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2015), 2015 해외 콘텐츠시장 동향조사(한국콘텐츠진흥원)

2. 글로벌 캐릭터·라이선스 상품 유통 현황

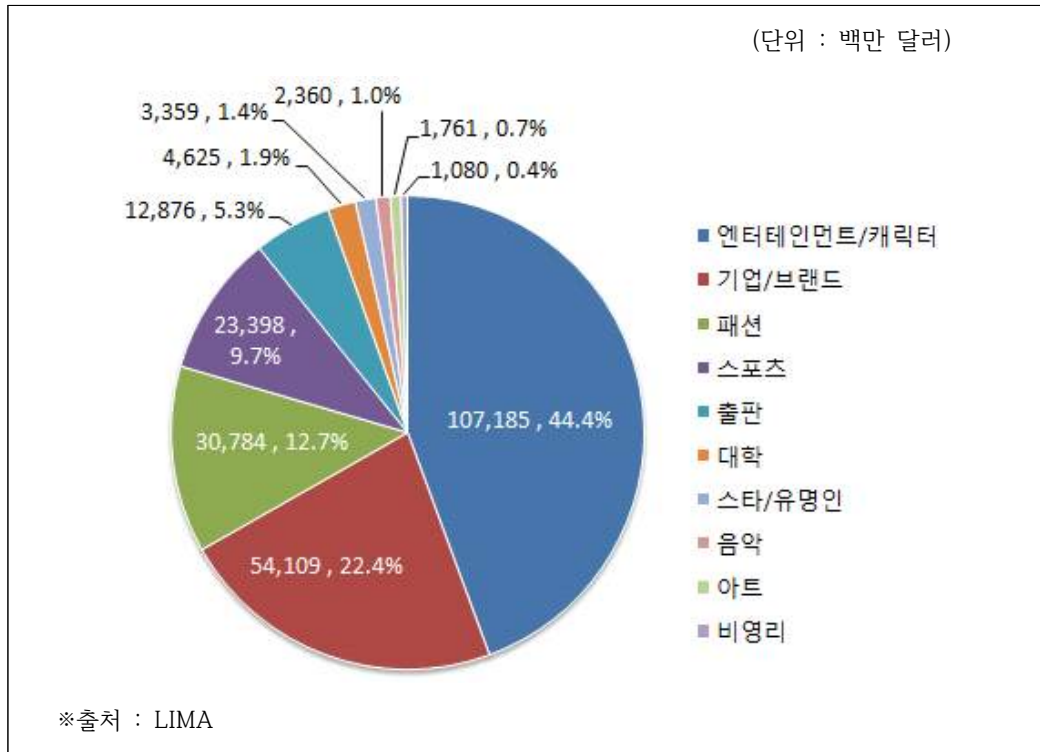
2015년 발표된 LIMA와 브랜다 컨설팅의 보고서에 따르면, 2014년 글로벌 라이선스 상품 매출규모는 2,415억 달러를 기록했다. 라이선스 상품 판매액은 미국, 캐나다 등 북미권이 1,443억 달러로 글로벌 매출의 60% 가량을 차지하고 있으며 유럽은 570억 달러로 시장점유율은 25% 수준이다. 디지털 유통과 e-커머스 시장 성장으로 인한 라이선싱 산업의 글로벌화는 이미 성숙기에 도입한 북미 지역을 대체할 새로운 시장과 기회를 제공할 것으로 기대된다. 2014년 기준, 아시아 지역의 매출점유율은 10% 수준이었지만 산업 트렌드의 변화로 향후 아시아 지역의 선전이 기대된다. 특히, 중국은 브로드밴드 확산과 거대 e-커머스 기업 알리바바의 활약으로 라이선스 상품 유통의 33%가 온라인을 통해 이뤄지고 있는 것으로 나타났다.

[그림 I -3] 2014년 권역별 라이선스시장 규모¹⁾



1) 라이선스 상품 소매 유통 매출액 기준

[그림 I -4] 2014년 글로벌 - 라이선스 상품 카테고리별 매출규모



라이선스 상품화가 이뤄지는 분야는 캐릭터·엔터테인먼트, 기업브랜드, 스포츠, 패션, 대학, 출판, 패션, 아트, 음악, 비영리, 유명인 등으로 다양하다. 이중 캐릭터·엔터테인먼트, 기업, 스포츠, 패션, 대학 등 5가지 분야가 가장 빈번하게 라이선스 되는 영역으로 2014년 이들의 매출 점유율은 89%에 이른다. 캐릭터·엔터테인먼트 분야는 2014년 1,072억 달러의 매출을 기록해 가장 점유율이 높으며 두 번째로 점유율이 높은 기업·상표 분야의 매출 보다는 2배 이상 높다.

3. 유럽 주요국 캐릭터·라이선스 시장규모 및 전망

2015년 유럽의 캐릭터·라이선스 시장규모는 326억 4,500만 달러로 집계되며 유럽국가 중에서는 영국이 산업규모 71억 2,300만 달러로 가장 큰 시장을 형성하고 있다. 그 다음으로 프랑스, 독일, 이탈리아가 각각 67억 800만 달러, 52억 7,200만 달러, 44억 7,600만 달러로 영국을 포함한 4개국이 유럽의 캐릭터·라이선스 매출의 70% 이상을 차지하고 있다.

유럽에서는 토마스와 친구들, 롤리락(LoliRock), 밥더빌더(Bob the Builder), 페파피그(Peppa Pig), 아스테릭스(Asterix), 띠페프(Titeuf), 바바파파(Barbapapa), 텔레토비 등 유럽산 캐릭터 외에 디즈니 및 할리우드 IP와 해즈브로, 마텔 등 미국 브랜드의 인기가 높다.

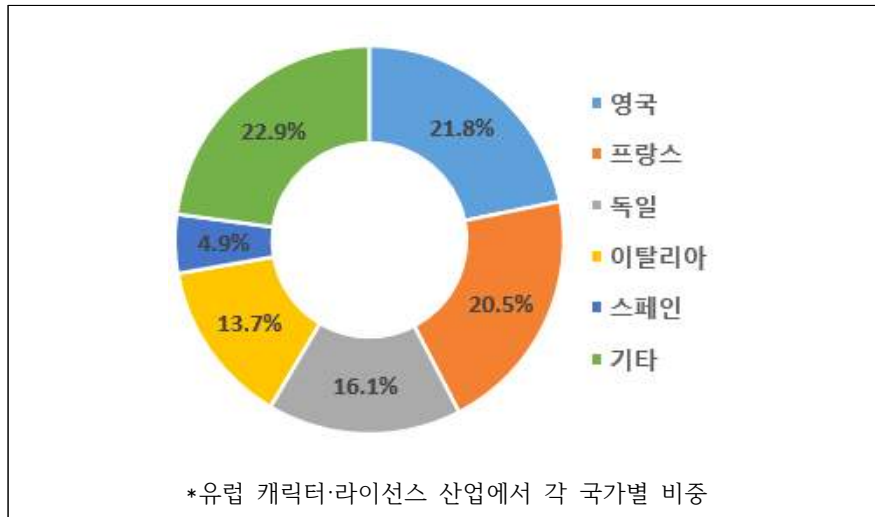
[표 I -3] 2014-2019년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스시장 규모

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2019 CAGR(%)
유럽	32,261	32,645	33,034	33,427	33,825	34,227	1.2
영국	7,008	7,123	7,240	7,358	7,479	7,601	1.6
프랑스	6,646	6,708	6,771	6,835	6,899	6,964	0.9
독일	5,155	5,272	5,393	5,516	5,641	5,770	2.3
이탈리아	4,475	4,476	4,477	4,478	4,478	4,479	0.0
스페인	1,610	1,596	1,581	1,567	1,553	1,539	-0.9
스웨덴	750	772	793	816	838	862	2.8
러시아	344	382	424	471	523	581	11.0

※ 출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2015), 2015 해외 콘텐츠시장 동향조사(한국콘텐츠진흥원)

[그림 I -5] 2015년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스시장 점유율

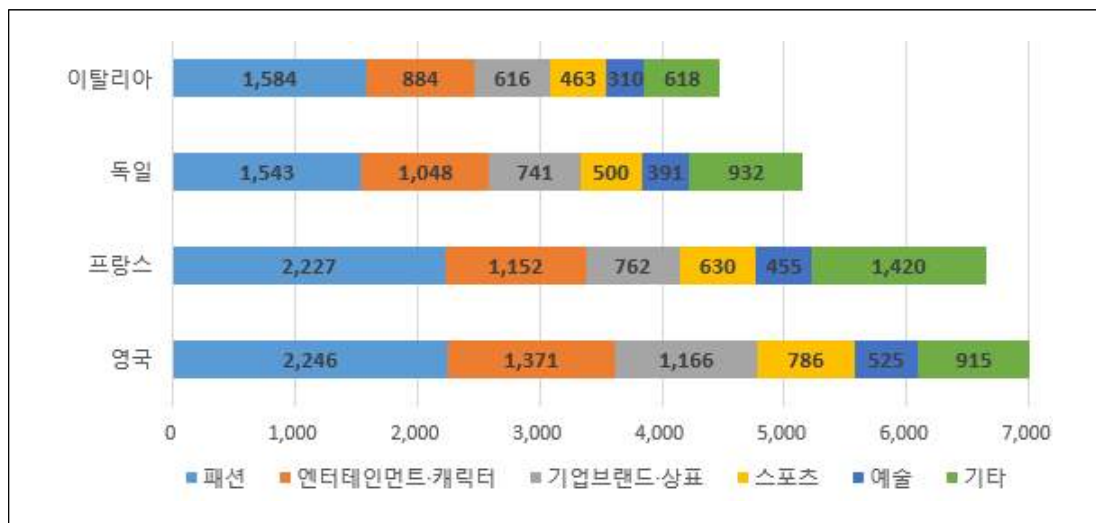


※출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2015), 2015 해외 콘텐츠시장 동향조사(한국콘텐츠진흥원)

키덜트 산업의 성장과 대형 할리우드 영화 개봉 등으로 매출규모 상위 4개국 모두 성장폭은 크지 않으나 꾸준히 시장규모를 확대해 나갈 것으로 전망되어 2019년까지 유럽의 캐릭터·라이선스시장은 연평균 1.2% 성장하고 시장규모는 342억 2,700만 달러까지 증가할 것으로 분석된다. 러시아는 아직 시장규모가 4억 달러 수준에 불과하지만 중국과 비슷한 두 자리 수의 성장이 기대되는 지역이다.

[그림 I -6] 2014년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스 분야별 매출규모

(단위 : 백만 달러)

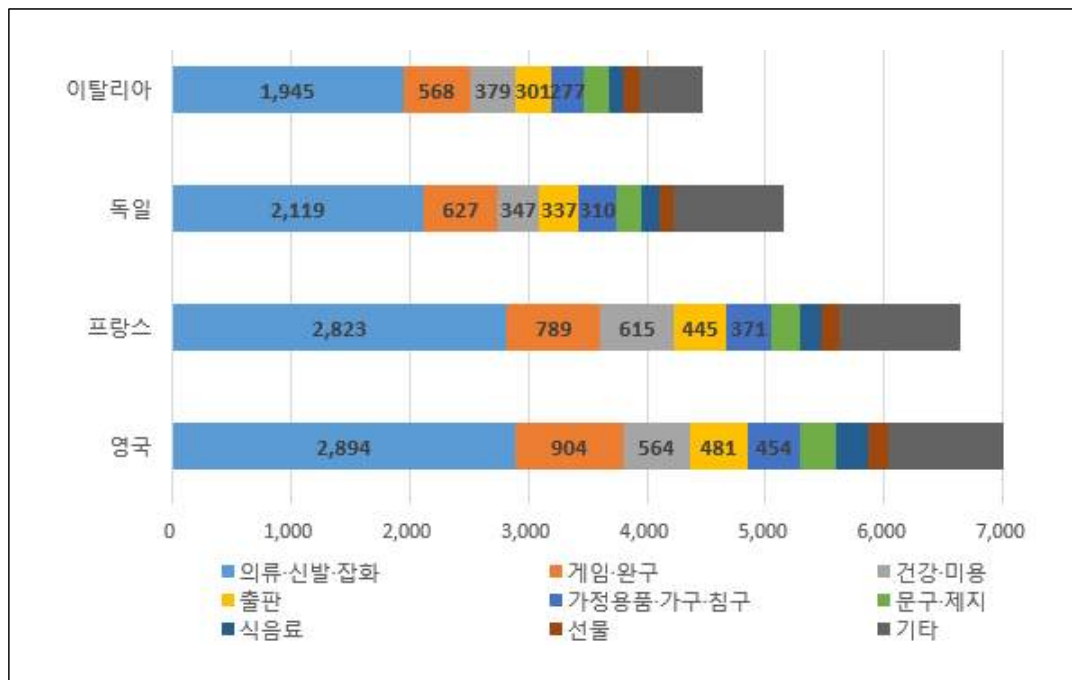


※출처: PwC(2015), ICv2(2014, 2015), SNE(2014), 2015 해외 콘텐츠시장 동향조사(한국콘텐츠진흥원)

다양한 패션 브랜드를 보유하고 있는 유럽은 유명 디자이너의 브랜드를 활용한 라이선스가 활발해 패션 분야의 라이선스 매출규모가 가장 크다. 또한, 캐릭터·라이선스 상품 유형으로는 키덜트족을 겨냥하여 인기 캐릭터나 IP를 활용한 의류·신발·잡화 등의 제품 매출이 가장 큰 것으로 나타났다.

[그림 I -7] 2014년 유럽 주요국 캐릭터·라이선스 제품별 매출규모

(단위 : 백만 달러)



※출처: PwC(2015), ICv2(2014, 2015), SNE(2014), 2015 해외 콘텐츠시장 동향조사(한국콘텐츠진흥원)

Ⅱ. 브랜드라이선싱유럽 마켓 트렌드

1. 글로벌 캐릭터 산업 주요 이슈

시장조사기관 NPD 그룹이 지난 해 11월 발표한 2015년 4분기 매출 전망에 따르면 전 세계 주요 11개국의 완구시장 매출규모는 7% 이상 성장할 것이며 하나의 특정 제품이 아니라 다양한 라이선스 제품들이 출시되어 시장 성장을 이끌어 갈 것으로 내다봤다. 라이선스 완구 제품이 인기를 끌면서 2015년 완구산업은 큰 폭의 성장을 이뤘고 이 같은 성장 추세는 2016년에도 이어질 전망이다. Licensing Expo 및 BLE의 공식잡지인 License! Global 매거진에서는 2016년 완구 산업계 3대 이슈로 스타워즈, 스마트토이, 수집용 캐릭터 등을 꼽았다.

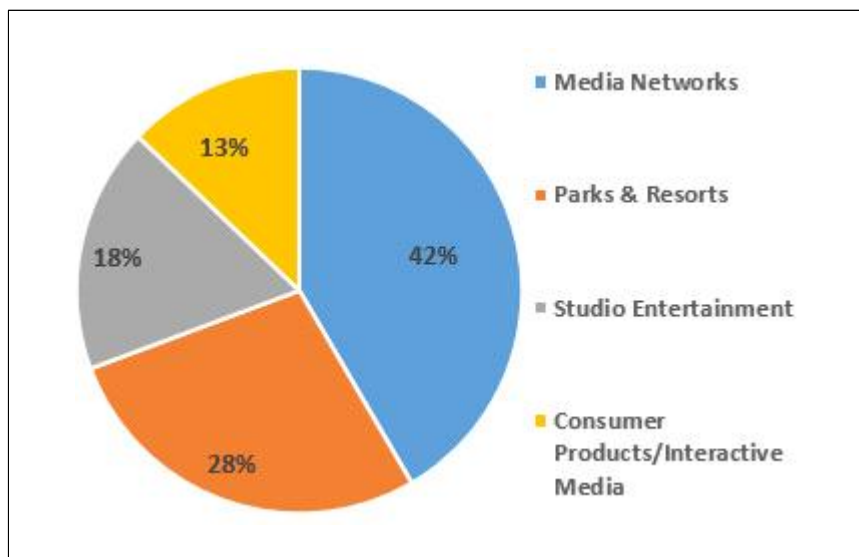
(1) <스타워즈>의 성공과 디즈니의 캐릭터 라이선싱

38년 이상의 역사를 가진 <스타워즈> 시리즈는 박스오피스에서뿐만 아니라 프랜차이즈 사업에서도 큰 성과를 거두고 있다. 박스오피스 및 프랜차이즈 등으로 그 동안 <스타워즈> 시리즈가 거둬들인 수익은 300억 달러를 넘어섰고 이 중 20% 정도만 박스오피스 수익인 것으로 집계된다. <스타워즈 : 깨어난 포스>는 2016년 상반기까지 글로벌 박스오피스 20억 6,640만 달러를 기록해 역대 <스타워즈> 시리즈 중 가장 높은 박스오피스 매출을 기록하고 있다. 전 세계 역대 박스오피스 매출 순위에서는 <아바타> 27억 8,800만 달러, <타이타닉> 21억 8,680만 달러에 이어 세 번째이다.

<스타워즈 : 깨어난 포스> 영화 개봉 후 3개월 동안 디즈니의 라이선싱 매출은 30억 달러를 돌파해 2015년 1사분기 대비 3배 이상 증가한 것으로 나타났다. 2012년 디즈니는 40억 달러를 투자해 루카스필름을 인수하면서 <스타워즈>, <인디애나 존스> 등에 대한 권리를 갖게 되었고 <스타워즈>에서 창출되는 수익의 10~15%를 디즈니가 가져가게 될 것으로 분석된다.

디즈니는 <스타워즈 : 깨어난 포스>의 흥행에 힘입어 소비재 및 인터랙티브 미디어 부문 수익이 전년대비 8% 증가한 19억 달러를 기록했고 영업이익은 8억 6,000만 달러로 전년대비 무려 23% 증가했다. 영화의 성공은 스타워즈 관련 상품의 매출 증대로 이어졌고 EA가 개발한 게임 <Star Wars: Battlefront> 역시 디즈니의 라이선스 수익을 올리는데 영향을 미쳤다.

[그림 II-1] 2016년 1분기 디즈니 수익 구조



※출처 : Disney SEC fillings

2015년 디즈니는 Consumer Products 부문과 Disney Interactive 부문을 Disney Consumer Products & Interactive Media로 병합했다. 2016년 1분기 디즈니의 수익은 152억 달러를 기록했고 Consumer Products & Interactive Media 부문의 비중은 13%로 집계된다. Consumer Products 부문의 수익은 디즈니의 캐릭터 라이선싱에서 발생하며 Interactive Media 부문은 멀티플랫폼 게임 개발 및 판매, 온라인·모바일 게임 가입료, 온라인 광고, 디즈니 브랜드 휴대폰용 콘텐츠 라이선싱 등에서 수익이 발생한다. 디즈니는 스타워즈, 어벤저스 등이 이 부문의 수익을 주도했다고 평가했다. 세계 최대 라이선스 사업자인 디즈니는 최근 5년 간 라이선스 상품 매출액이 239억 달러 증가했고 2015년에는 525억 달러를 기록해 글로벌 라이선스 매출의 20%를 차지하고 있다.

영화가 크게 흥행하지 못한 지역에서도 스타워즈 관련 상품 수요가 높아 글로벌 시장에서 스타워즈 마케팅과 머천다이징 매출은 지속적으로 발생할 것으로 전망된다. 또한 디즈니는 2016년 말과 2017년 개봉 예정인 <Star Wars: Rogue One>, <Star Wars: VIII and Star Wars: IX>에서도 라이선스 상품 판매에 대한 높은 기대감을 나타냈다. 디즈니는 보유하고 있는 IP를 활용하여 수익을 극대화하는 전략으로 프랜차이즈와 라이선스 사업에 집중해왔고 그 결과 미키마우스부터 스파이더맨, 어벤저스, 아이언맨, 토이 스토리, 스타워즈, 겨울왕국에 이르기까지 주요 11개 IP가 지난 2년 동안 창출한 프랜차이즈 수익은 10억 달러에 달한다.

디즈니는 다양한 플랫폼을 활용해 보유 캐릭터의 노출을 극대화하고 있다. 중국 텐센트와는 ESPN 스포츠 콘텐츠의 디지털 유통 계약을 체결했고 알리바바와는 디즈니 OTT 서비스인 DisneyLife를 출시했다. 또한 넷플릭스를 통해 마블 시리즈를 독점 공개하면서 마블 브랜드의 시청자 저변 확대를 꾀하고 있다.

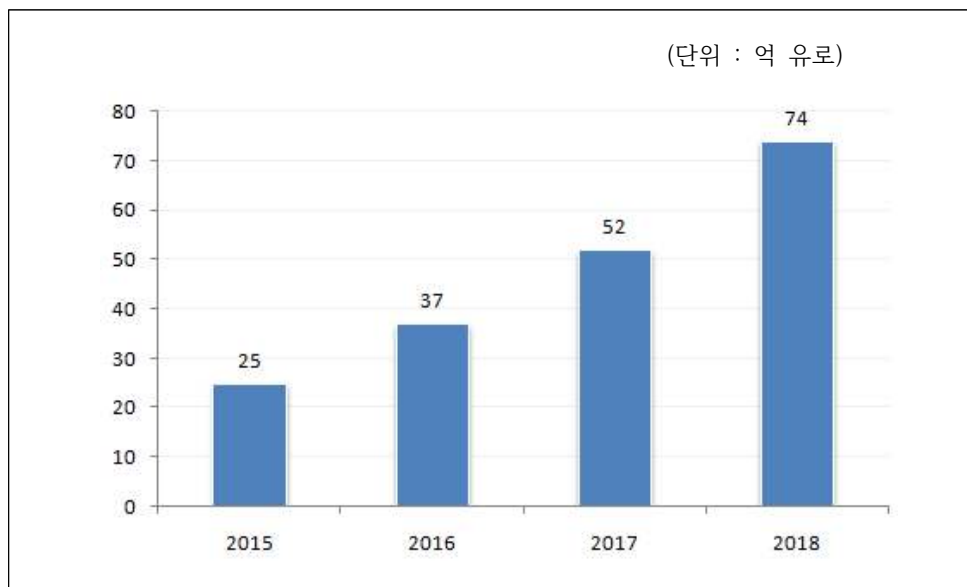


(2) 스마트토이 시장 현황

■ 스마트토이 산업을 주도하는 미국

2016년 2월, 개최된 디지털 키즈 컨퍼런스에서는 2015년 스마트토이 시장규모가 25억 유로를 기록한 것으로 분석했고 프랑스의 정보통신·미디어 분야 전문 컨설팅업체 아이데이트(IDATE)는 2016년 이 시장의 규모가 37억 유로까지 성장할 것으로 내다봤다. 또한, 스마트토이 시장은 앞으로 연평균 42% 성장해 2018년에는 74억 유로까지 시장규모가 확대될 것으로 전망했다. 디즈니, 마텔, 해즈브로, 레고 등 글로벌 캐릭터·엔터테인먼트 사업자들은 발 빠르게 관련 제품을 선보이며 스마트토이 시장을 선도하고 있다.

[그림 II-2] 글로벌 스마트토이 시장 규모



※출처 : IDATE, 디지털 키즈 컨퍼런스

2015년 미국, 캐나다에서 스마트토이 산업은 82%의 폭발적인 성장을 기록한 반면 유럽에서는 아이들과 의사소통이 가능한 로봇 펫의 판매량이 전년대비 18% 하락하는 등 부진한 실적을 보였다. 2013-2014년 유럽 시장을 강타했던 말하는 인형 퍼비(Furby) 역시 매출 하락을 피하지 못했다. 미국 완구업체 해즈브로가 출시한 퍼비는 해즈브로의 대표 캐릭터 마이리틀포니를 제치고 2013년 가장 많이 팔린 여아용 브랜드로 등극했지만 2년 뒤인 2015년에는 정반대의 양상을 보였다. 마이리틀포니는 스테디셀러로 매출이 증가했지만 퍼비는 판매량에서 여아용 브랜드 중 가장 높은 하락을 기록했다.



▷ 해즈브로의 말하는 인형 <퍼비(Furby)>(좌), 해즈브로 대표 캐릭터 마이리틀포니(우)

완구 산업의 트렌드는 미국에서 시작되어 유럽으로 확산되는 양상을 보이는데 미국에서 스마트토이 분야는 여전히 성장세를 이어가고 있다. 유럽에서 스마트토이의 인기가 줄어든 원인으로 비싼 가격을 꼽을 수 있지만 100유로를 호가한다는 하이엔드 완구 제품 판매가 늘고 있다는 점에서 가격 요인으로 스마트토이 매출 하락을 모두 설명하기는 어려워 보인다. 개인정보유출과 IT기기에 대한 과도한 의존성 및 중독 현상 등에 대한 부모들의 우려와 단순조작으로 인한 단조로움 등도 스마트토이의 한계점으로 지적된다.



▷ 스마트토이 분야 스타트업 제품

[표 II-1] 스마트토이 분야 주요 사업자와 제품

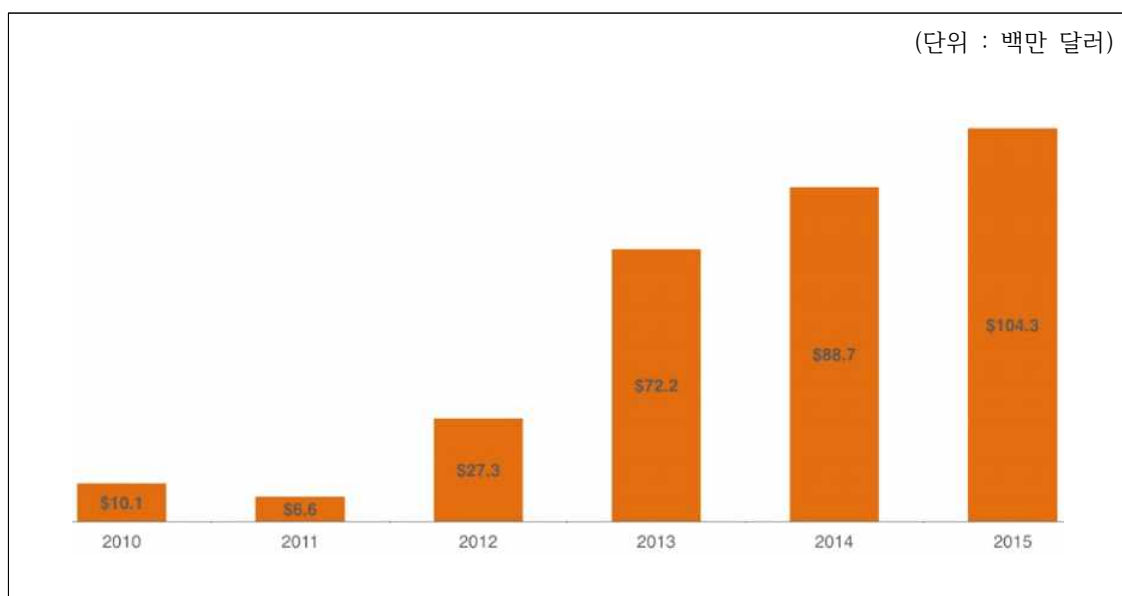
카테고리	업체명	완구명
스마트 로봇	Anki	○ 스마트토이 분야 스타트업으로 1억 달러 이상의 펀딩을 유치함 ○ 2016년 6월 스마트 로봇 Cozmo 출시
	Sphero	○ 미국의 스타트업으로 로봇공 제조업체 ○ 스타워즈에 등장하는 눈사람 모양의 로봇 BB-8 droid를 야구공 크기의 장난감으로 축소 제작해 선풍적 인기를 끌
교육용 완구	littleBits	○ 2011년 설립된 뉴욕 기반 스타트업 ○ 7,700만 달러의 투자 유치를 통해 무선 작동되는 장난감을 만들 수 있는 도구 박스를 선보임
	Modular Robotics	○ 700만 달러의 펀딩으로 빌딩 블록 형태의 로봇 Cubelets 출시
Toy-to-Life	Activision	○ 2011년 토이저러스와 협업해 Skylander 출시 ○ Skylander는 게임 안에서 조립된 피규어를 내 맘대로 조종할 수 있는 게임
	Disney	○ 2013년 디즈니 및 픽사 고전 캐릭터를 활용한 Disney Infinite 시리즈 출시 ○ 최근 디즈니가 콘솔게임 사업 철수를 발표함에 따라 디즈니 인피니티 시리즈 개발도 중지될 예정
	Nintendo	○ 2015년 슈퍼마리오 캐릭터를 활용한 아미보 (Amiibo) 출시
	Lego	○ 2015년 말, 레고 블록과 게임을 연동하는 방식의 레고 디멘션즈 출시

▣ 완구와 게임의 결합 : Toy-to-Life

스마트토이 제품은 전통적인 완구에 IoT(사물인터넷), AI(인공지능) 등 차세대 신기술을 접목한 장난감(Conneted Toy)이며 게임과 장난감을 결합한 Toy-to-Life는 NFC(Near Field Communication, 근거리 무선통신), 블루투스, 증강현실 등의 IT 기술을 적용한 스마트 게임이다.

최근 5년 동안 스마트토이 분야로 3억 달러가 넘는 투자금이 유입되었고 이 중 30% 가량이 2015년 한 해 동안 발생한 것이다. 스마트토이는 크게 스마트 로봇, 교육용 완구, 게임과 장난감을 결합한 Toy-to-Life로 세분화할 수 있다. 3억 달러에 달하는 펀딩 자금의 64%(약 2억 달러)가 스마트폰과 연결된 스마트 로봇 분야에 투자되었고 교육용 완구와 Toy-to-Life 분야로는 1억 달러 가량이 유입되었다. Toy-to-Life 분야에는 닌텐도, 액티비전, 디즈니 등 대형 엔터테인먼트 사업자들이 이미 뛰어들어 제품을 출시하며 시장을 선도하고 있다.

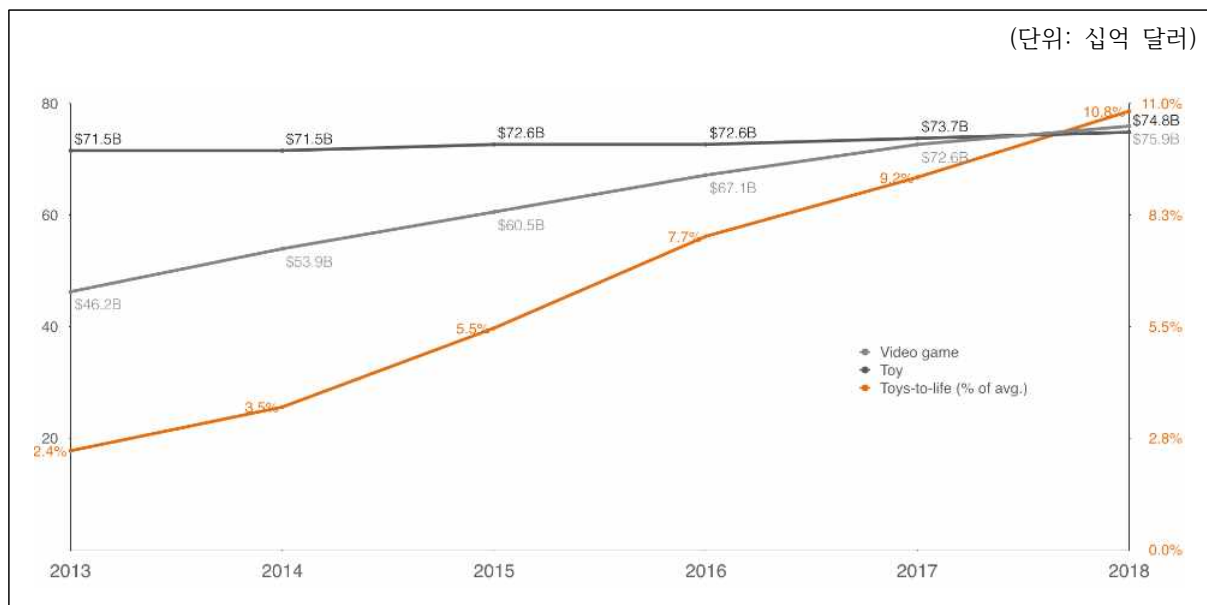
[그림 II-3] 스마트토이 관련 분야로 유입된 펀딩 규모



※출처 : Tandem Capital

Tandem Capital의 자료에 따르면 2015년 Toy-to-Life 분야의 시장규모는 40억 달러에 육박했으며 3년 뒤인 2018년에는 90억 달러까지 증가할 것으로 분석된다. 완구 및 게임시장에서 Toy-to-Life가 차지하는 비중은 2015년 5.5%에서 2018년 11%로 2배 가량 증가할 전망이다.

[그림 II-4] 게임 및 완구산업 규모와 Toy-to-Life의 비중

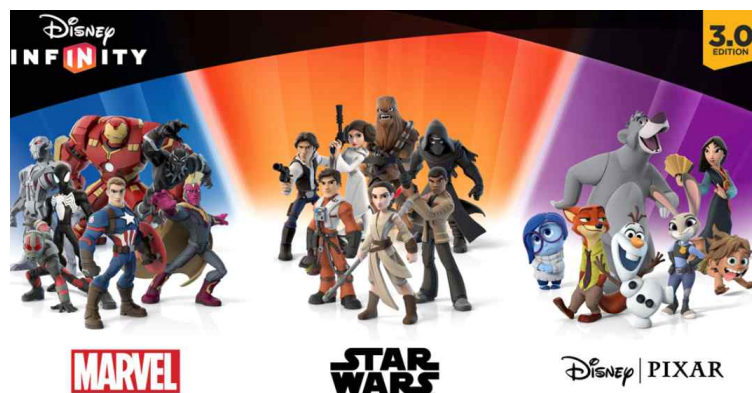


※출처 : Tandem Capital (2015.12)

Toy-to-Life 제품을 경험한 소비자의 60% 이상이 관련 게임이나 게임 속 피규어 구매 의사를 표시해 충성도가 높은 것으로 나타났다. TechCrunch의 자료에 따르면²⁾ 게임이나 완구를 단독으로 구매하는 경우의 평균 비용은 50달러 수준이며 Toy-to-Life 제품은 이보다 8배 높은 400 달러까지 가치 창출이 가능하다. 하드웨어 가격이 점진적으로 하락하고 있어 스마트토이 분야로 진출하는 스타트업에게는 기회가 커지고 있다. 디즈니는 2016년 5월, 콘솔게임 개발을 중단하고 지적재산권 라이선스 사업에 집중하겠다고 밝힌 바 있는데 이는 자본력과 콘텐츠만으로 새로운 분야에서 성공할 수 없다는 점을 시사한다. 높은 개발 비용에 비해 장난감 판매량이 부진해 디즈니의 장난감과 인터랙티브 엔터테인먼트 부분의 영업이익에 부정적 영향을 미친 것으로 나타났다. 디즈니는 자사의 강점인 다양한 IP를 활용하여 게임 사업을 지속해 나갈 계획으로 EA는 스타워즈 IP를 활용한 일인칭슈팅게임 스타워즈 <배틀프론트2>를 개발 중이며 디즈니의 여러 캐릭터가 등장하는 스쿼어에닉스의 <킹덤하츠3>도 PS4와 X박스 원으로 출시 예정이다.

2) The Serious Business Of Play, <https://techcrunch.com/2016/02/15/the-serious-business-of-play/>

2008년부터 전 세계적으로 10억 대의 스마트폰과 8억 대의 태블릿이 판매되어 전통적 게임콘솔보다 모바일 플랫폼의 저변이 4배 이상 크다. 닌텐도와 디즈니는 Toy-to-Life 분야에 진출함으로 자사 IP 프랜차이즈를 확대하려는 전략을 추진했다. 2015년 상반기 출시된 디즈니의 <플레이메이션(Playmation)>은 애니메이션과 사물인터넷 기술을 융합하여 구현한 플랫폼으로 각각의 피규어는 인터넷으로 연결되어 정보를 주고받고 상호작용할 수 있으며 사용자가 착용하는 웨어러블 기기와의 연동되어 다른 캐릭터와 함께 게임을 즐길 수도 있다. <플레이메이션>에 필요한 기술 개발은 전적으로 디즈니에서 담당했는데 여기에는 자사의 IP를 활용할 수 있는 채널을 다변화하려는 의도가 담겨있다. 기존의 IP를 활용하는 경우, 인지도가 높고 사용자들에게 친숙감을 주어 장점이 되기도 하지만 다른 인기 콘텐츠와의 콜라보 기회를 놓칠 수도 있다. 자금력과 노하우가 부족한 소규모의 신생기업들이 닌텐도, 액티비전 등 이 시장에 먼저 진입해 있는 대형 엔터테인먼트 사업자들과 어떻게 효율적으로 경쟁할 수 있을지는 좀 더 지켜보아야 할 것이다.



▷ Toy-to-Life 분야 주요 제품

2. 유럽 주요국 캐릭터 라이선스 이슈 및 트렌드

(1) 뉴미디어의 시청 증가와 e-커머스 산업 성장

Key4Communications의 2015년 분석에 따르면 유럽 내 주요 6개국에서 판매되는 장난감 중 25% 가량이 영화 및 애니메이션, 캐릭터 IP 등을 라이선스한 제품인 것으로 나타났고 스페인의 경우, 그 비중은 30%를 상회한다. 완구 및 캐릭터 라이선스 산업은 TV, 영화 등 전통적 매체에 대한 의존도가 높다. 어린이들이 가장 쉽게 접할 수 있는 매체가 TV이기 때문에 TV 애니메이션은 캐릭터 산업의 출발점이 되며 영화는 단기간에 높은 마케팅 효과와 파급력을 얻을 있다. 특히, 박스오피스의 성공이 라이선스 산업 성패에 미치는 영향력이 높아 디즈니, 워너브라더스 등 대형 스튜디오들은 영화 개봉에 앞서 각종 관련 상품을 출시하거나 캐릭터 마케팅을 통해 라이선스 수익을 극대화하는데 초점을 맞추고 있다.

최근에는 인터넷 통신기술의 발달로 어린이들의 TV 시청 시간은 점차 감소하는 대신 인터넷 이용시간이 늘어나고 넷플릭스나 유튜브, VOD 서비스 이용이 증가하고 있다. 라이선스 사업자들은 변화된 시장 환경에서 효과적인 매체 전략 수립이 필요해 보이며 어린이들이 보다 안전하게 콘텐츠를 즐길 수 있는 이용환경이 조성되어야 한다는 점에도 주목해야 한다.

온라인 사이트에서 캐릭터 상품 구매가 늘고 있다는 점도 고려해야 한다. 미국의 경우, e-커머스를 통한 완구 제품 구매가 빠르게 증가하고 있고 아마존 같은 대형 온라인 사이트가 저렴한 가격으로 제품을 판매하고 있어 독립 유통업체는 극소수에 불과하다. 유럽은 아직 e-커머스 산업 성장이 더딘 편이지만 매년 성장하고 있어 전통적인 캐릭터 상품의 유통 구조에 영향을 미칠 것이며 따라서 유통업체들은 차별화된 서비스와 다양한 상품으로 소비자 니즈에 부합하려는 노력을 기울여야 할 것이다.

(2) 글로벌 박스오피스의 흥행과 유럽 라이선스 산업

2016년 1월, 영국에서 개최된 Toy Fair에서 NPD와 영국 완구협회(British Toy and Hobby Association)가 발표한 자료에 따르면 영국 완구시장은 전년대비 5.9% 성장하면서 유럽 내 1위 시장으로의 위치를 유지했다. 영국 완구 산업 규모는 2014년보다 1억 5,000만 파운드 증가한 32억 파운드를 기록했다. 2015년 한 해 동안 영국에서는 58,000 종의 신제품이 출시되었고 이는 영국 내 완구 소매 유통의 31%, 10억 파운드에 달하는 규모이다.

영국 완구산업의 이 같은 성장은 미니언스(Minions), 어벤저스, 쥬라기 공원, 스타워즈 등 영화 작품의 성공에 따른 라이선스 상품 매출 증가가 큰 요인으로 작용한 것으로 분석된다. 2015년 글로벌 영화의 박스오피스 수익은 268억 파운드로 영화 산업 역사상 최대의 수익을 기록했다. 박스오피스 성공으로 영화 관련 라이선스 상품의 판매량은 전년대비 27%, 2013년 대비 89% 증가했다.



<겨울왕국> 이후 완구 라이선스 규모는 계속해서 확대되고 있다. 스타워즈 7의 개봉으로 디즈니의 2015년 라이선스 상품 매출액은 전년대비 72억 달러 가량 증가했다. 스타워즈 관련 상품들은 영화 흥행에 성공하지 못한 지역에도 높은 인기를 얻고 있으며 앞으로 2편의 스타워즈 시리즈가 더 개봉될 예정이어서 디즈니의 라이선스 수익은 계속 증가할 것으로 전망된다. 2016년에는 인기 모바일 게임을 영화화한 <앵그리버드>와 <아이스 에이지 5>, <도리를 찾아서> 등의 애니메이션이 잇따라 개봉되면서 영화 IP를 활용한 라이선스는 계속 증가할 것으로 분석된다.

(3) 유럽 인기 캐릭터와 라이선스 현황

2015년 영국에서는 어린이 1명 당 38개의 장난감을 구매했으며 이 중 11개는 크리스마스 선물용으로 판매된 것으로 조사된다. 크리스마스 시즌은 완구 매출의 26%를 차지할 만큼 완구업계의 성수기이며 장난감 카테고리별로는 액션피규어의 매출점유율이 20% 이상으로 가장 판매량이 높고, 블록과 봉제인형 등은 각각 14%로 그 뒤를 따르고 있다. 2015년 영국에서 가장 많이 판매된 제품은 레고의 <Mini Figures>로 집계된다.

NPD 그룹의 4월 자료에 따르면, 2016년 1분기³⁾의 영국 내 완구 매출규모는 8% 증가했고 1분기 중 완구 판매량은 5,400만개에 달한다. 액션피규어와 봉제 제품 매출은 각각 16%, 21% 증가해 영국 완구 시장의 성장을 견인했다. 스타워즈는 영화 흥행에 이어 블루레이, DVD 등으로도 발매되었고 2016년 1분기 210만 달러의 매출액을 기록하며 전년 동기기간보다 249% 증가한 완구 매출 실적을 거뒀다. 스타워즈, 레고 스타워즈는 2016년 1분기 가장 많은 매출을 기록한 IP이며 샵킨즈, 겨울왕국, 레고시티 등도 높은 매출을 기록했다.

영화 관련 제품을 제외하더라도 영국 완구산업은 3%의 성장을 기록했는데 그 만큼 완구 제품에 대한 수요가 다양하고 신규 제품에 대한 호응 또한 높다는 점을 알 수 있다. 퍼피 구조대(Paw Patrol), 레고 넥소 나이트(Nexo Knights), 디즈니의 캐릭터 스티커 쓰무쓰무(Tsum Tsum) 등이 판매량에서 10위 안에 들었으며 올 1월까지 영국에서 판매된 Top 50의 완구 제품 중 19개는 신규 제품인 것으로 나타났다.

3) 출처 : The NPD Group, Retail Tracking service / 2016년 1월 1일 ~ 4월 9일

License! Global 매거진이 꼽은 2016년 완구 산업 내 주요 트렌드 중 하나인 수집용 캐릭터는 완구 산업에서 그 중요성이 더욱 커지고 있다. 레벨파이브의 요괴워치가 남자 아이들 사이에서 수집용 장난감으로 인기를 끌고 있다면 여자 어린이들에게는 솅킨스가 선풍적인 인기를 얻고 있다.



▷ 솅킨즈 완구세트(좌), 상품 라이선스 사례((우))

호주 기업 무스(Moose)가 제작한 솅킨스는 손가락 하나보다 작은 미니어처 고무 인형들 위주로 구성된 캐릭터 시리즈로 여기에 놀이세트 등 관련 제품이 더해져 특히 여자 아이들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 다양한 인물들은 물론 컵케이크, 과일, 아이스크림 등 부수 아이템만 수백가지에 달한다. 아이들은 자신에게 없는 아이템을 모으기 위해 계속 구입하기도 한다. 무스는 솅킨스 아이템을 더 즐겁게 사용할 수 있도록 관련 영상을 올리는 등 유튜브를 적극적으로 활용하고 있다.

[표 II-2] 2015년 영국 인기 캐릭터완구 제품

No.	제조사	완구명
1	LEGO	LEGO MINIFIGURES
2	FLAIR PREZIOSI	SHOPKINS 2 PACK
3	LEGO GROUP	DISNEY FROZEN ELSA SPARKLING ICE CASTLE
4	HASBRO	PIE FACE GAME
5	MOOKIE TOYS	SMART TRIKE 4 IN 1 TRIKE
6	JAKKS PACIFIC	DISNEY FROZEN SING ALONG WITH ELSA
7	FLAIR PREZIOSI	SHOPKINS PACK OF 12
8	HASBRO	NERF N STRIKE ELITE MODULUS BLASTER
9	MATTEL	HOT WHEELS BASIC CARS
10	LEGO	STAR WARS MILLENIUM FALCON

※출처: The NPD Group | Retail tracking service

[표 II-3] 2015년 영국 내 인기 캐릭터 IP

No.	IP	No.	IP
1	Star Wars	6	Avengers
2	LEGO Star Wars	7	Batman v Superman
3	Shopkins	8	WCS (World Cup Soccer)
4	Paw Patrol	9	Teletubbies
5	LEGO Nexo King	10	Tsum Tsum

※출처: The NPD Group | Retail tracking service (기간: 2015. 4.10 ~ 2016. 4. 9)

무스는 라이선싱 에이전트와의 네트워크를 통해 브랜드를 빠르게 확산시킬 수 있었는데 대표적으로 영국, 아일랜드 지역을 대상으로 하는 Bulldog은 식음료 분야의 다양한 업체들과 파트너십을 맺고 솅킨스의 제품을 의류, 문구류, 완구류, 출판물, 가전제품 등으로 프랜차이즈를 진행하고 있다. 완구 판매 및 프랜차이즈의 성공으로 솅킨스 제조사인 무스는 2015년 6억 호주 달러의 매출 실적을 거뒀고 2014년 출시 후 전 세계적으로 2억 개 이상이 판매된 솅킨스는 최고의 장난감상을 수상하기도 했다. LIMA가 선정하는 2016년 라이선싱 어워드에서 솅킨스는 바비, 크레올라(Crayola), 헬로키티, 마이리틀포니, 스누피, 페딩턴 베어 등의 고전적 브랜드와 함께 최고 캐릭터/장난감 브랜드에 명단을 올렸다.

솅킨스는 미국뿐만 아니라 영국에서도 높은 판매율을 기록하고 있으며 브랜드 인기는 앞으로도 지속될 전망이다. 2015년 솅킨스의 북미 지역 라이선스 매출은 1억 달러를 돌파했고 2016년에는 2배 이상 증가할 것으로 전망된다. 2016년 1월 무스는 침구업체, 완구업체, 스포츠업체 등 북미 지역 내 8개 업체와 라이선스 계약을 체결했다. 영국에서 판매량은 1년 전보다 2배 넘게 증가했고 무스는 현지 에이전트를 통해 퍼즐, 수집용 카드 및 게임 등 새로운 카테고리도 제품을 확장해 나갈 계획이다.

한편, 독일 뉘른베르크에서 개최되는 라이선스 완구 마켓인 Spielwarenmesse가 각국의 파트너를 통해 선정한 유럽 주요국의 2016년 완구·캐릭터 산업 이슈를 살펴보면, 유럽산 IP의 비중이 높고 TV 시리즈가 주로 이슈화된 프랑스를 제외하고는 대부분이 트롤, 퍼피 구조대, 겨울왕국, 바비, 스타워즈, 마블 및 DC 코믹스의 슈퍼히어로 캐릭터 등 미국 기반의 캐릭터 또는 영화 관련 이슈가 주를 이루고 있다.

2006년 Ubisoft가 제작한 비디오 게임 <Lapins crétins(모자란 토끼)>는 르노, 코카콜라 같은 유명 브랜드와 제휴 마케팅을 진행하기도 했으며 영국의 애니메이션 제작사 아드만(Aardman)과 협업을 통해 TV 애니메이션으로도 제작되었다. 10년간의 역사를 가진 이 토끼 캐릭터가 등장하는 13종의 게임과 애니메이션은 모두 높은 인기를 누렸고 테마 파크에도 활용되었다. 50여개의 파트너사를 통해 수백만 종의 제품으로 출시되었고 150만 명의 페이스북 팬도 보유하고 있는 캐릭터이다.

[표 II-4] 유럽 주요국 캐릭터 라이선스 이슈⁴⁾

국가	주요 IP	비고
영국	Trolls	◦ 드림웍스의 모션픽처 영화로 2017년 1월 개봉 예정
	Batman v Superman :Dawn of Justice	◦ 향후 5년 간 개봉되는 DC 코믹스 영화 시리즈 9편의 첫 번째 영화로 2016년 3월 개봉 ◦ 마텔, 레고, 루비 등 글로벌 파트너와 액션피규어, 의류, 자전거 등 상품 라이선싱이 이뤄짐
	Paw Patrol	◦ 니켈로디언의 애니메이션 시리즈로 영국에서는 1,000만 명 이상이 시청하고 있으며 2014년 방송 시작 후부터 관련 상품들이 영유아 시장을 강타함 ◦ Spin Master가 장난감 라이선스를, Sambro가 라이선싱 파트너로 협업
이탈리아	Frozen	◦ 2013년 개봉해 역대 애니메이션 박스 오피스 1위, 전체 영화 박스오피스 5위 기록
	Barbie	◦ 마텔이 1959년 출시한 인형 ◦ 전 세계적으로 10억 개 이상이 판매되었으나 2014년부터는 매출 하락을 겪고 있음
	Ninja Turtles	◦ 이탈리아에서는 2016년 7월 Ninja Turtle 5: Out of the Shadow가 개봉됨. 박스오피스 220만 달러 기록(8/23 기준)
스페인	Frozen	◦ 디즈니는 2015년 3월 <Frozen 2> 제작에 돌입함
	Star Wars: The Force Awakens	◦ 스페인 박스오피스 매출 3,598만 달러 기록(6/9 기준)
	Paw Patrol	◦ 2~5세의 미취학 아동을 타겟으로 하는 프로그램 ◦ 완구, 의류, 출판, 문구류, 파티용품, 선물, DVD 등 다양한 카테고리에서 상품화가 이뤄짐
프랑스	Lapins crétins	◦ 토끼 캐릭터로 게임 및 TV애니메이션으로 제작됨
	Thunderbirds	◦ ITV Studios가 제작한 SF TV 시리즈로 프랑스에서는 Gulli에서 방송 중
	Chica Vampiro	◦ 콜롬비아의 라이브 액션 TV 시리즈

※ 출처: <http://www.spielwarenmesse.de>

4) 이슈 선정 업체 : 영국(무역잡지 Toy World), 이탈리아(무역잡지 Toy Store), 스페인(라이선싱 전문 잡지 Licencias Actualidad), 프랑스(잡지 Kazachok)



▷프랑스 인기 캐릭터 Lapins Crétins과 상품 라이선스 사례

ITV 스튜디오와 뉴질랜드 기반의 Pukeko Pictures는 영국의 고전적 SF TV 시리즈 Thunderbirds를 어린이용 시리즈 <Thunderbirds Are Go>로 재제작했고 프랑스, 베네룩스, 북유럽에서 방송되고 있다. 프랑스에서는 2016년 4월부터 어린이 전용 채널 Gulli에서 방송되고 있으며 새로운 Thunderbirds 시리즈가 큰 인기를 얻음에 따라 ITV는 영국의 완구 라이선스 업체 Vivid Imaginations와 9월부터 관련 상품 출시를 계획하고 있다. 프랑스에서는 토이저러스에 특별 출시를 기획하고 있으며 크리스마스 시즌에는 사은품 증정 행사도 진행될 예정이다.



▷<Thunderbirds Are Go> 상품 라이선스 사례

Vivid와의 완구 라인 출시 외에도 ITV는 프랑스와 베네룩스, 북유럽의 라이선싱 에이전시를 통해 프랜차이즈 사업도 전개한다. 넬바나(Nelvana)와는 상품 라이선싱 계약을, 아세트 리브로(Hachette Livre)와는 출판 라이선싱 계약을 체결했다. 아세트는 2016년 가을 <Thunderbirds Are Go>의 스토리북을 출시할 계획이며 Kid'Abord는 취학 아동을 위한 문구 및 가방류 등을 2017년 출시한다. <Thunderbirds Are Go> 시리즈는 유럽, 일본, 미국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드, 중동 등 전 세계 40여 지역으로 판매되었고 80여개의 업체와 라이선싱 계약을 체결했다.

<Chica Vampiro>는 콜롬비아 방송사 RCN에서 제작한 텔레노벨라로 프랑스에서는 2016년 2월부터 Gulli에서 방송되어 일 80만 명이 시청하며 폭발적 인기를 누리고 있다. 10대 소녀층이 주시청자이지만 청소년뿐만 성인팬층도 두텁다. 음악은 프로그램 성공 요인 중 하나로 꼽히며 2016년에는 2회의 라이브 쇼 투어 일정이 잡혀있다. 프로그램의 인기로 의류, 도서, 전기제품 및 장난감 등 다양한 라이선스 상품이 출시될 예정이다.

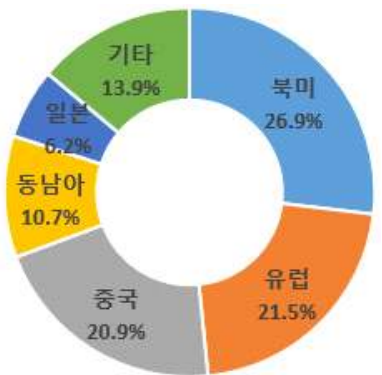


3. 국내 캐릭터 유럽 진출 현황

국산 콘텐츠 해외 수출 규모는 매년 꾸준히 증가해 왔으며 북미, 유럽, 중국으로의 수출 비중이 높다. 2014년 수출액은 전년대비 9.6% 증가한 4억 8,923만 달러를 기록했고 최근 3년 간 수출규모는 연평균 8.4%의 성장을 나타냈다. 지역별 수출비중은 북미 26.9%, 유럽 21.5%, 중국 20.9%로 이들 지역이 수출액의 약 70% 가량을 차지하고 있다. 2014년 국산 캐릭터의 유럽 시장 수출규모는 1억 521만 달러로 전년대비 12% 증가했으며 오로라 월드의 유후와 친구들, 로이비주얼의 로보카폴리 등이 유럽 시장 진출에 성공한 대표적 캐릭터이다.

[표 II-5] 국내 캐릭터 산업 수출액 현황

(단위: 천 달러)

지역	2012	2013	2014	전년대비 증감률(%)	<지역별 수출 비중> 
북미	117,034	128,876	131,592	2.1	
유럽	88,465	93,923	105,214	12.0	
중국	86,347	96,587	102,233	5.8	
동남아	45,147	49,784	52,158	4.8	
일본	22,868	25,200	30,233	20.0	
기타	56,593	51,849	67,804	30.8	
합계	416,454	446,219	489,234	9.6	

※ 출처 : 2015 콘텐츠산업통계(문화체육관광부)

올해로 탄생 9주년을 맞이한 오로라월드의 <유후와 친구들>은 봉제완구로 출발한 캐릭터로 2009년 TV 애니메이션으로 제작되기 시작해 현재까지 시즌 3까지 방영이 이뤄졌다. 지난 2013년 애니메이션 시즌 2 방송에 앞서 맥도날드 해피밀 세트 캐릭터 상품으로 제작되어 유럽 40개국, 6,000여개 맥도날드 매장에서 판매되었고 2015년에는 영국에서 해피밀 행사를 하는 등 라이선스 비즈니스에서도 성과를 보이고 있다. 유후와 친구들 완구 제품은 전 세계적으로 3,500만개가 판매되었고 이탈리아의 몬도TV와 네 번째 애니메이션 시리즈를 준비 중이다. 몬도TV는 EBS, 중국의 QY 에듀테인먼트 등과 함께 2016년 방송을 시작한 오로라월드의 신규 애니메이션 <큐비쥬> 제작에도 참여했다.



▷<유후와 친구들> 캐릭터 인형(좌), 해피밀 프로모션(우)

로이비주얼과 EBS가 공동 제작한 <로보카폴리>는 아시아 및 유럽 등 110개국에 진출했으며 다양한 캐릭터 상품으로 제작되어 판매 중이다. 러시아에서는 2014년 로보카폴리 모바일앱이 출시되었고 백화점과 테마 파크 등에 제품 매장이 설치되기도 했다. 프랑스에서는 2015년 로보카폴리 유튜브 채널 서비스가 시작되었고 Auchan, Cultura, FNAC 등에서 캐릭터 제품이 판매되고 있다. 러시아의 라이선싱 업체 Gulliver는 프랑스, 러시아, 중국, 한국 등에서 로보카폴리 문구제품을 출시한 바 있다.



▷<로보카폴리> 프랑스 유튜브 채널(위), 캐릭터 제품(아래)

Ⅲ. 브랜드라이선싱유럽 마켓 정보

1. 행사개요

공식명칭	Brand Licensing Europe (BLE)
개최일시	2016년 10월 11일(화) ~ 13일(목)
개최장소	영국 런던/Olympia
행사주최	UBM Advanstar
공식잡지	Global License
행사후원	LIMA(Licensing Industry Merchandisers' Association)
홈페이지	www.brandlicensing.eu/brand-licensing-europe
행사규모	○ 전시업체 : 315개사 ○ 참관사 : 7,200개사
주요 특징	○ UBM Advanstar가 주관하며 LIMA와 파트너십을 통해 개최되는 행사로 2016년 18회 행사 예정 ○ 유럽을 포함하여 전 세계 300여개의 라이선서, 에이전트, 전시업체가 참가하고 캐릭터, 브랜드, 스포츠, 영화, TV, 아트, 이미지 라이브러리 등 2,500여개의 상품이 선보임 ○ 2015년에는 전 세계 63개국에서 7,000명 이상의 관계자들이 참가  brand licensing europe 2016 11-13 October Olympia, London

2. 프로그램

(1) 프로그램 구성

구 분		비고
전시		○ 기간 : 10.11(화) ~ 10.13(목)
세미나	The Licensing Academy	○ 패널, 워크샵, 프레젠테이션 등으로 구성되며 업체 전문가들을 통해 산업 내 최신 이슈와 트렌드 정보 공유
	The Brands & Lifestyle Theatre	○ 라이프스타일, 스포츠, 패션 등 분야 전문가 강연
시상	The License This! competition	○ 2016년 7회 시상식이 개최됨 ○ 라이선싱 산업 내 혁신적 컨셉 또는 브랜드를 수상 ○ 아직 시장에 공개되지 않은 것이어야 하며 BLE 기간 중 피칭을 통해 선정
기타 프로그램	The BLE Character Parade	○ 80가지 이상의 라이선스 캐릭터의 퍼레이드 쇼
	LIMA BLE Garden Party	○ 일시 : 10/12(수) ○ 요금 : 일반(£50), 리마 회원(£35)
	The Screening Suite	○ 초대자에 한해 시사회를 즐길 수 있는 시네마
	Retail Mentoring Programme	○ 라이선싱 분야에서 경험이 부족한 초보자들을 대상으로 공식, 비공식적인 교육과 코칭을 제공하는 서비스로 2010년부터 시행 중임

(2) 주요 프로그램

가. 전시

전시는 3개 층에서 3일 동안 진행되며 전시품목은 Character & Entertainment, Brands & Lifestyle and Art, Design & Image 등 3개의 구역으로 구분 전시된다.

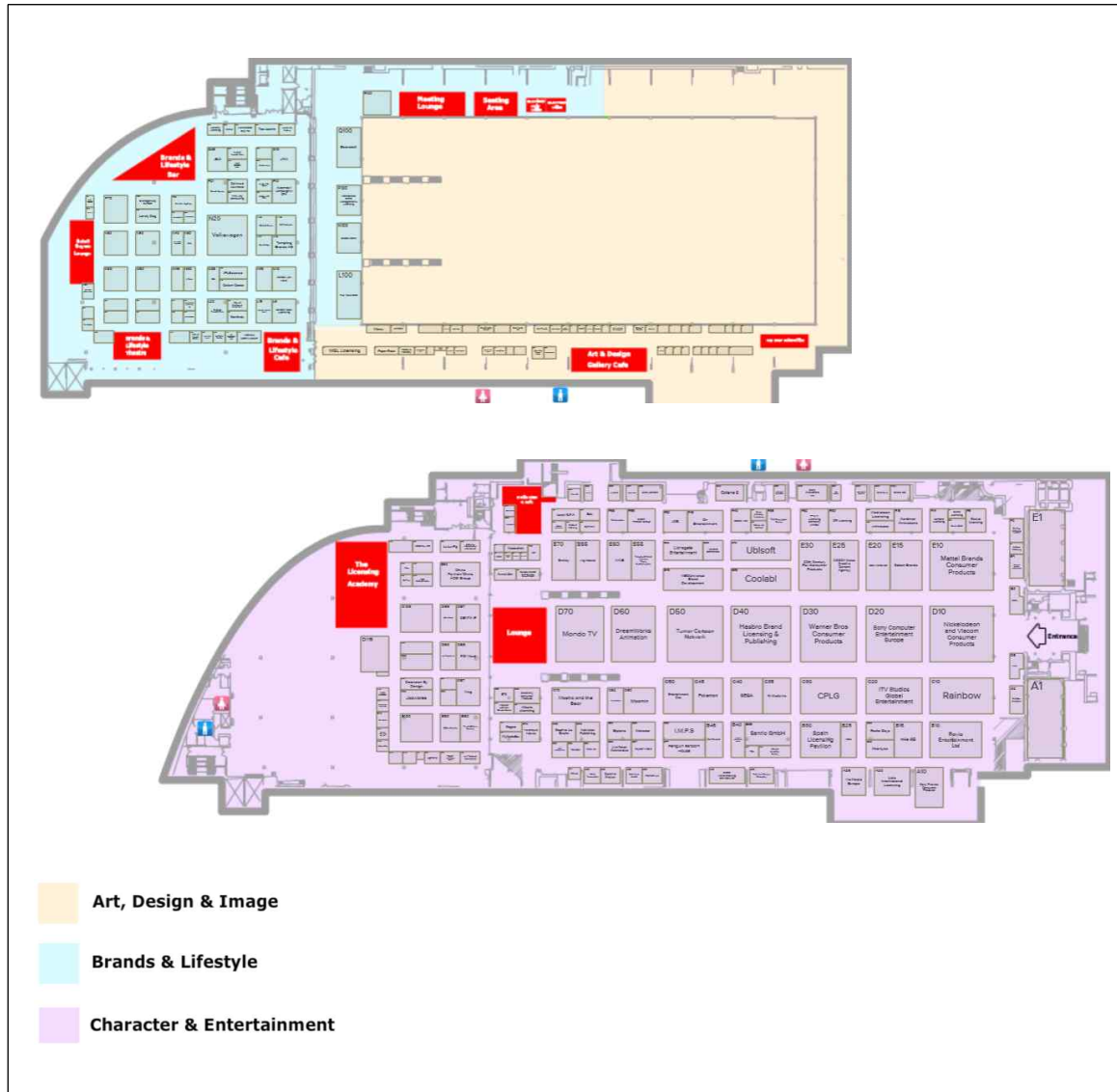
■ 전시 카테고리

Art, Design & Image Zone	Brands & Lifestyle Zone	Character & Entertainment Zone
Artists	Lifestyle Brand	Characters
Designers	Fashion Brand	Animation
Image Libraries	Heritage	Entertainment
Illustrators	Sport	Music
	Automotive	Gaming
	Charities	TV
	Celebrities	Film
	FMCG	Publishing
		Apps

■ 2016년 주요 참가업체



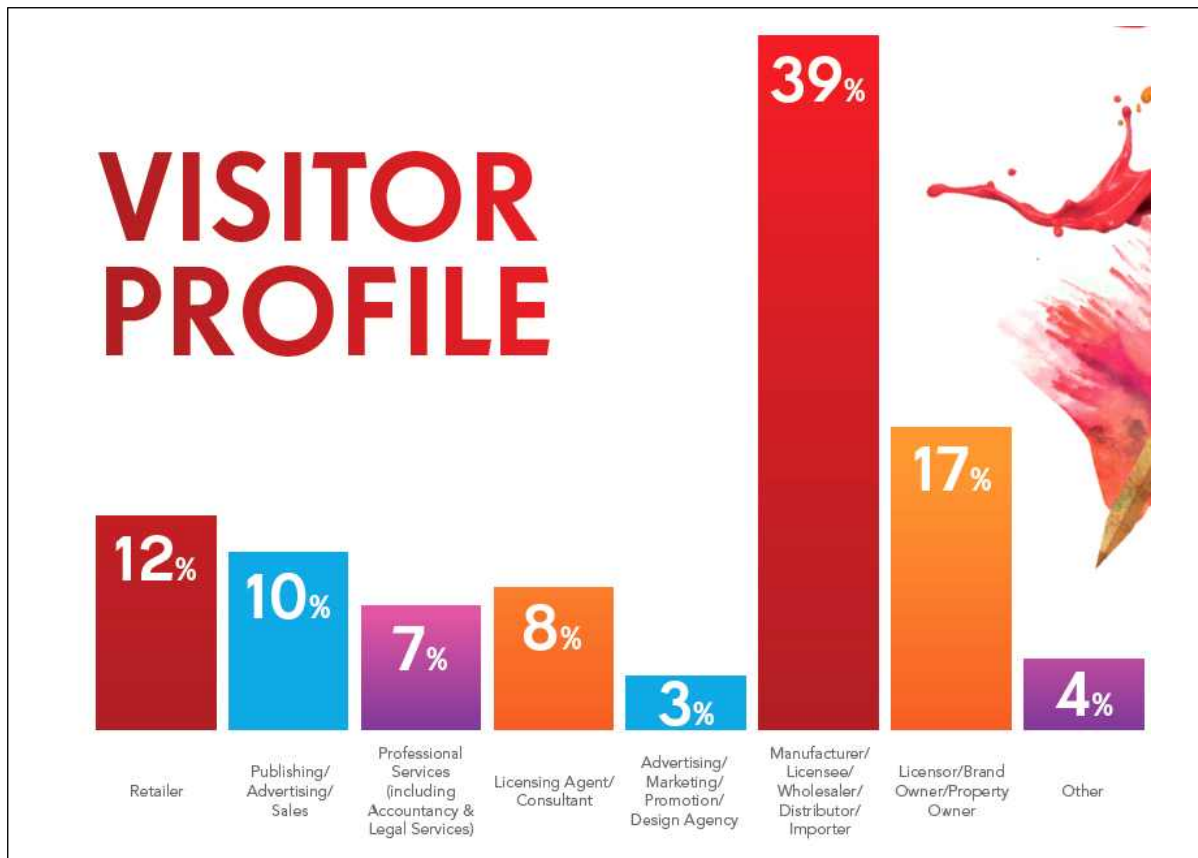
■ 전시장 도면



■ 2015 BLE 전시규모

구 분	내 용	비 고
전시업체수	315개 사	85개 업체가 신규 전시업체
전시품목수	2,500 여 종	
총 방문객 수	◦ 전 세계 63개국에서 10,525명 참석 ◦ 순수 방문객 수 :7,203명	◦ 참가자의 66%가 최종의사결정권을 가 진 관계자였으며 28%는 CEO, 사장, 소유주, 매니징 디렉터 등으로 나타남 ◦ 해외 참가자 비중은 33% 수준 ◦ 소매유통사업자의 참가율 19% 증가
전시면적	7,364 m ²	3개 층에서 전시가 이뤄짐

■ 2015 BLE 방문객 프로필



나. BLE 2016 세미나 프로그램

■ The Licensing Academy

이 프로그램은 세미나, 워크숍, 패널토론 등으로 구성되며 무료로 입장이 가능하다. 참가자들의 기초적인 라이선스 기술에 대한 이해를 돕고 업계 전문가들에게 최신 동향과 트렌드를 배울 수 있는 기회를 제공한다.

참가자들은 라이선싱 아카데미의 16가지의 무료 세미나 프로그램에서 듣고 싶은 세션을 고를 수 있다. 라이선싱에 대한 기본 개념에서부터 LIMA를 포함한 전문 강의를 들을 통한 라이선스 산업에서의 이슈와 트렌드 세션 등으로 구성된다.

구 분	내 용(2015년 행사 기준)
일시	○ 10월 13일 ~15일
세션	○ 총 16개 세션으로 구성 - GfK, Planet Retail, NPD 그룹, Gately Plc 등 ○ SPLiCE 세션 : 위조 상품 대응, 사회적 책임, 다수의 파트너 단체와 함께 직접 유통 등의 이슈를 다룸
강연자	○ LIMA, Gately, GfK, Planet Retail, NPD Group 등에서 강연자들이 참여
참가비	○ 일반, 리마회원 : 무료

■ The Brands & Lifestyle Theatre : 세미나 프로그램

스포츠, 생활방식, 패션 분야 라이선싱에 대한 전문가의 연설과 정보를 들을 수 있는 기회가 주어진다. 브랜드 잼과 함께 진행된 2015 Brands & Lifestyle Theatre에서는 9가지 세션에서 스포츠, 식음료, 박물관 등에 관한 라이선싱 이슈가 논의되었다.

구분	내 용 (2015년 행사 기준)
일시	○ 10/13(화) ~ 10/15(목)
세션	○ 총 9개 세션으로 구성
강연자	○ IMG Worldwide, Help for Heroes, Beanstalk, British Library, Imperial War Museums, V & A, Barbie Mattel Inc and Warner Bros Consumer Products 등의 관계자
참가비	○ 일반, 리마 회원 : 무료



다. The License This! Competition

The License This! Competition은 라이선싱 산업 내 혁신적 컨셉 또는 브랜드를 선정하여 수상하는 것으로 아직 시장에 공개되지 않고 상품화되지 않은 브랜드, 캐릭터, 또는 아트웍 등을 대상으로 한다. 2016년 선정업체에게는 BLE 2017 부스 제공 및 LIMA 1년 회원, 2017년 5월 개최되는 LIMA의 Licensing Essentials Course & Spring Fling Networking Party 입장권 등 £6,000에 상응하는 혜택이 제공된다.

접수된 작품들은 패널단의 심사의 거쳐 4개로 압축되며 10월 13일(수) 참관객들을 대상으로 피칭을 하게 된다. 현재까지 6번의 수상이 이뤄졌고 Pink Chillies, RaNT!, Mr. Trafalgar, OiDroids 등이 선정되었다.

▣ 2016년 심사위원단

명단	소속
Kelvyn Gardner	Managing Director, LIMA U.K
Tom Gunn	Senior International Brand Ddirector, Nickelodeon & Viacom Consumer Products
Jane Evans	Director, JELC
Sam Ferguson	Senior Director, Licensing & Retail, Jazwares
Pat Reading	Licensing Director, UU Ltd
Max Lister	Senior Licensing Manager, Natural History Museum
Clare Piggot	Director, Licensing & Merchandising, Larkshead Media



라. The BLE Character Parade

유럽 내 최대 규모의 캐릭터 퍼레이드이며 BLE의 하이라이트이다. 각국에서 사랑받는 캐릭터들을 한 공간에서 만날 수 있는 시간으로 BLE 행사 첫 날 오전 11시에 개최된다. BLE 2015 캐릭터 퍼레이드에는 80여 종 이상의 라이선스 상품화가 이루어진 캐릭터들이 등장해 17년의 퍼레이드 역사 중 가장 큰 규모로 진행되었다.



마. The Screening Suite

The Screening Suite는 엑스포 참가자들을 대상으로 인기 대작 영화 시사회를 개최하고 헐리우드 주요 업체들의 다양한 라이선싱 및 머천다이즈 프로그램을 논의하는 자리이다. CPLG (UK), 니켈로디언, 해즈브로, 20세기 폭스, 드림웍스, 소니픽처스, 로비오, 워너브라더스 등이 신작 영화 포트폴리오를 공개한다.



영화 시사회는 초대된 사람에 한해서 참가할 수 있다.

3. 주요 바이어 리스트⁵⁾

(1) 영국

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
1	Lisle International Licensing	Francesca Lisle	Partner	
		- 영국의 라이선싱 에이전시 - 미디어, 장난감, 라이선싱의 결합에 특화된 서비스를 제공하며, 영국뿐 아니라 전 세계 시장을 대상으로 함		
2	Allsorts Media Ltd.	John McInnerny	Managing Director	
		- 영국의 인디펜던트 라이선싱 에이전시 - 영국을 비롯한 유럽 시장 진출에 관한 서비스 제공 - 마케팅, 상품 허가, 계약 진행, 로열티 매니지먼트 등 라이선싱의 모든 분야에 관한 서비스 제공		
3	Bulldog Licensing Limited	Vicky Hill	Licensing Manager	
		- 영국의 라이선싱 에이전시 - 글로벌 라이선싱 시장을 겨냥한 영국의 IP 소유자를 대표함 - 영국 외 세계 라이선서들을 영국의 라이선싱에 연결해줌		
4	CPLG (Copyright Promotions Licensing Group)	Elliot Lederman	VP Retail Development	
		Phyllis Ungerleider	Product Development Manager	
		Stephen Gould	Managing Director, CPLG UK	
		- 영국의 라이선싱 에이전시 - 패밀리 엔터테인먼트 제작 및 라이선싱 분야의 선도적 기업인 캐나다 DHX Media의 자회사로 세계 최고의 엔터테인먼트, 스포츠, 브랜드를 라이선싱 함 - 영국, 베네룩스, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 스웨덴, 폴란드, 중동, 그리스, 터키, 미국에 지사를 둠		

5) 기업명에 표기된 ★는 한국과의 비즈니스 경험이 있는 기업을 나타냄

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
5	JELC Ltd.	Jane Evans	Managing Director	
		- 영국 기업으로 풀 서비스를 제공하는 글로벌 라이선싱 에이전시임 - 글로벌, 권역별, 국가별 제조사, 배급사, 유통사와의 강력한 유대관계를 통해 다양한 소비상품과 상품의 범주에 대한 전문지식 제공		
6	Metrostar Media Limited	Claire Potter	Managing Director	
		- 영국의 라이선싱 에이전시 - 선택된 소수의 콘텐츠에 초점을 두고, 문학작품을 비롯한 출판 및 엔터테인먼트 관련 콘텐츠 취급		
7	Rocket Licensing Ltd.	Megan Wain	Licensing Coordinator	
		- 영국의 인디펜던트 라이선싱 에이전시이자 브랜드 개발 기업 - 잘 관리된 소수의 콘텐츠 라이선싱을 통해 최대의 머천다이징 결과를 도출하고자 함		
8	Start Licensing Limited	Ian Downes	Director	
		- 맞춤형 라이선싱 서비스를 제공하는 영국 에이전시 - 미술, 브랜드, 클래식 IP를 주로 취급하며 컨설팅 서비스도 제공함		
9	The Licensing Company (UK)	Lisa Shapiro	Managing Director - Entertainment Division	
		- 영국의 라이선싱 에이전시 - 영국, 프랑스, 독일, 일본, 미국에 지사를 두고 전 세계로의 브랜드 확장을 위한 라이선싱 서비스 제공		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
10	Entertainment One UK	Ami Dieckman	Head of International Licensing	
		Andrew Carley	Head of Global Licensing	
		Muriel Thomas	Head of Int'l Sales & Co-Pro	
		- 영국 콘텐츠 기업으로 라이선서이자 라이선시의 역할을 함 <벤과 홀리의 리틀 킹덤(Ben & Holly's Little Kingdom)>, <페퍼 피그(Peppa Pig)> 등의 콘텐츠 보유와 함께, <아스트로보이(Astroboy)>, <트와일라잇(Twilight)> 등의 콘텐츠를 취급함		
11	Aardman Animations	Natalie Ling	Head of Sales & Acquisitions and Executive Producer	
		- 영국의 라이선서로 선도적 애니메이션 기업임 - 국내·외용 장편 극영화, TV 시리즈, TV 광고 제작		
12	BBC Worldwide Limited	Jason Easy	Senior Licensing Manager	
		- 영국의 공영방송사로 라이선서와 라이선시의 역할을 함 <닥터 후>, <텔레토비>, <탑 기어(Top Gear)> 등의 콘텐츠 보유		
13	FremantleMedia Ltd.	Tracy Griffiths	VP of Licensing and Consumer Products	
		Amrita Sindhu	SVP, Licensing Asia	
		- 영국 기업으로 TV 브랜드 창작 및 제작, 배급, 라이선싱 분야에서 세계 최고의 기업 중 하나임 - 프라임 타임 엔터테인먼트, 드라마, 드라마 시리즈, 팩추얼 엔터테인먼트, 키즈 & 패밀리 프로그램 등의 콘텐츠를 다룸		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
14	ITV Studios Global Entertainment	Olivia Nash	Brand Licensing Executive	
		Anna Viola	Senior Licensing Manager	
		- 영국의 라이선서 - 세계 약 3천 개의 방송사에 4만여 시간의 콘텐츠를 제공하며 콘텐츠 제작, TV 배급 및 MD상품화에 초점을 둠 <포코요> 등 다수의 애니메이션, 캐릭터, 만화 콘텐츠 보유		
15	Zodiak Kids	Jean-Philippe Randisi	CEO	
		- 영국의 독립 라이선싱 및 배급사로 해외 프로그램, 포맷 배급 등의 권리를 운영함 - 출판, DVD, 라이선싱, 모바일 및 브로드밴드 등 모든 플랫폼을 다룸		
16	The Copyrights Group	Demi Patel	Head of Product Development	
		Polly Emery	Brand and Marketing Director	
		Lynsey Woods	Licensing Assistant	
		- 해외 브랜드 라이선싱 관련 풀-서비스 제공 - Paddington Bear™, The Snowman™, The Country Diary of an Edwardian Lady™ 등의 클래식 브랜드를 취급하며, 관련 IP의 애니메이션, 캐릭터, 영화, 텔레비전, 공연, 만화, 잡지화를 진행함		
17	Fluid World Ltd.	Sarah Fletcher	General Manager	
		2008년 설립된 영국의 선도적 독립 브랜드 라이선싱 에이전시 - Virgin Galactic, Hello Kitty, Mr. Men & Little Miss, Chupa Chups, Fluid World 등을 클라이언트로 두고 있으며, 산리오 캐릭터들과 헬로우 키티는 애니메이션, 캐릭터, 만화 관련 사업을 진행함		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
18	PowerStation Studios	Tamara Dixon	Founder & CCO	
		Ben Couch	Office Manager - Executive Assistant	
		Shanti Tarumarajan	Studio & Client Services Manager	
		Chloe Wilcock	Brand Manager	
		Natasha Dyson	VP of Licensing	
		○ 라이선싱 및 브랜드 매니지먼트 에이전시 ○ 음악, 영화, TV, 라이프스타일 관련 IP를 다룸		
19	Licensing Management International Ltd.	Andrew Maconie	CEO	
		○ 1982년 설립된 영국의 글로벌 라이선싱 에이전시 ○ 오리지널 <스타워즈> 영화 및 성공적인 어린이 텔레비전 프로그램 <Art Attack>, NFL 등을 클라이언트로 유치함 ○ 최근에는 <Game of Thrones>의 유럽 내 라이선싱을 위해 Bradford License Europe과 제휴		
20	DRi Licensing Limited	Alicia Davenport	Licensing Director	
		Anthony Temple	Managing Director	
		○ 1998년 설립된 영국의 독립 라이선싱 및 마케팅 기업 ○ <Boofle>, <Bubblegum>, <Elliot & Buttons>, <Kimmidoll>, <The Softest Spot>, <Zigby> 등의 IP에 대해 애니메이션, 캐릭터, 만화 등으로의 브랜드 확장을 진행함		
21	IFLScience Ltd	Elise Andrew	CEO & Founder	
		Jonathan O'Callaghan	Senior Staff Writer	
		○ 영국의 소매 기업 ○ 전자상거래에 특화 ○ 홈페이지 : http://www.iflscience.com/		

(2) 독일

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
1	IMG GmbH	Sven Thierhoff	Vice President	
		- 독일의 인디펜던트 라이선싱 에이전시로 50년의 글로벌 네트워킹 경험 보유 - 스포츠, 패션, 미디어 분야에서 선도적 글로벌 라이선싱 기업인 IMG Worldwide의 자회사		
2	Bavaria Media GmbH	Bernhard Habermelner	Head of Sales & International Business	
		- 유럽 내 가장 성공적인 라이선싱 에이전시 중 하나 - Bavaria Film의 MD상품화 권리를 대표할 뿐 아니라 많은 콘텐츠 소유 주로부터 획득한 유명 어린이 캐릭터, 코믹스, TV 프로그램, 브랜드 등의 라이선싱을 진행함		
3	Copyright Promotions Licensing Group GmbH	Joachim Knoedler	Managing Director	
		- 글로벌 라이선싱 그룹 CPLG의 독일 지사 <슈렉>, <스누피>, <심슨>, <아이스 에이지> 등 다수의 유명 애니메이션, 캐릭터 취급		
4	Euro Lizenzen	Gunter Vetter	Managing Director	
		- 독일의 인디펜던트 라이선싱 & MD상품화 에이전시 - 독일, 오스트리아, 스위스, 베네룩스, 터키 등지에 있는 비즈니스 네트워크를 통해 획득한 IP에 관한 마케팅 및 프로모션 전문지식 제공		
5	g.l.a.m. GmbH & Co. KG	Astrid Maerkl	Director of Business Affairs	
		Wolfgang Schneider	Director, Marketing & Creativity	
		- 독일의 라이선싱 기업 - 전 세계를 대상으로 하는 풀 서비스 포트폴리오 제공 - 현재 장난감 브랜드, 영화, 텔레비전 프로그램, 공연, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 기업 트레이드마크 및 브랜드 취급		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
6	Bulls Press GmbH	Silvia Luelling	Licensing Manager	
		- 독일의 라이선싱 & MD상품화 파트너 - 브랜드, 에디토리얼 콘텐츠, 프로덕션, 사진, 일러스트 취급		
7	RTL Interactive GmbH	Annette Kunze	Head of Licensing	
		- 독일의 라이선싱 에이전시 - RTL, RTL II, VOX, MTV 소유의 IP 취급		
8	WDR mediagroup GmbH	Andrea Zuska	Chief Brands Officer	
		- 독일의 라이선싱 에이전시 - 독일 텔레비전/라디오 방송사 WDR의 프로그램에 대한 브랜드 라이선싱을 주로 함 - 소매 및 전자상거래, 음악 출판에 관한 라이선싱도 겸함		
9	ZDF Enterprises GmbH	Oliver Grundel		
		- 독일 방송사 ZDF의 자회사로 라이선싱 에이전시의 역할을 수행 - 콘텐츠 기획에서 제작, TV 라이선싱 판매, MD상품화 권리, 온라인 권리 등 전 과정에 대한 풀 서비스 제공 - 세계적으로 유명한 파트너들이 제작한 어린이 프로그램(실사 및 애니메이션)에 대한 성공 사례를 갖추고 있음		
10	m4e AG*	Bernd Conrad	Head of Licensing	
		- 독일의 국내외 브랜드 매니지먼트 및 미디어 기업 <유후와 친구들>(오로라월드 제작)의 애니메이션, 캐릭터, 만화에 대한 권리를 취급함		
11	ProSiebenSat.1 Licensing GmbH	Alexandra Heyd	Head of Licensing, External Brands	
		- 독일 방송사 ProSiebenSat.1의 라이선싱 분야 자회사 - TV 포맷 등에 관한 라이선싱 가치 창조 체인 제공		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
12	Turner Broadcasting System Deutschland GmbH	Matthias Heinze	Commercial Director	
		◦ 타임워너의 자회사로 독일, 오스트리아, 스위스 등의 지역을 커버함		
13	Endemol Shine Germany GmbH	Christina Haese	Licensing Director	
		◦ 글로벌 라이선서이자 라이선사인 엔데몰 샤인의 독일 지사 ◦ 엔터테인먼트 및 프로그램 분야의 글로벌 리더 기업으로 세계 최대의 인디펜던트 텔레비전 및 디지털 프로덕션 기업임 ◦ 26개국 80여 개 기업의 엔터테인먼트 콘텐츠 기획, 제작, 마케팅, 배급, 프랜차이즈 매니지먼트에 관여함		
14	L.T.T. GmbH*	Sally Bae	Licensing/Marketing Manager	
		Suh Jung Hwang	Financial Manager	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시 ◦ 글로벌 브랜드 마케팅 및 판매 기업으로 유럽 기업들에게 아시아 시장으로 확장하기 위한 비즈니스 플랫폼 및 혁신적 전략 제공 ◦ 최근 한국 캐릭터 “뿌까”의 중국 내 사용권 획득		
15	Active Merchandising	Anita van Esch	Managing Director	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시이자 컨설팅 기업 ◦ <Lalaloopsy>, <Doozers>, <Cloudbabies>, <The Gruffalo> 등의 프로퍼티를 운영하며 애니메이션/캐릭터/만화, 영화/텔레비전/공연 등의 콘텐츠 영역을 다룸		
16	Telepool GmbH	Marta Zielinski	Product Management	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시 ◦ 애니메이션/캐릭터/만화 콘텐츠 <Sandmaennchen und seine Freunde>, <Unser Sandmaennchen>과 영화/텔레비전/공연 콘텐츠 <Lottie> 보유 ◦ <Der 7bte Zwerg> 등의 프로퍼티 운영		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
17	Team! Licensing GmbH	Katarina Dietrich	CEO	
		Ingo Streubel	Head of Creative and Marketing	
		Sibylle Brauneis	Director of Sales and Retail	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시 ◦ 영화, 텔레비전, 공연 프로퍼티로 <Peanuts Movie>, <Downton Abbey>, <Pippi Longstocking Life Action>, <Wendy> 대행 ◦ 애니메이션, 캐릭터, 만화 프로퍼티로 <Peanuts>, <Calimero>, <Talking Tom and Friedns>, <Summ, Summ, Super!>, <Mr. Men & Little Miss>, <MoshiMoshiKawaii>, <The Very Hungry Caterpillar>, <Hello Kitty>, 산리오 캐릭터들 대행		
18	Entertainment Friends	Rene Hentschel	CEO	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시 ◦ 영화, TV, 엔터테인먼트 프로퍼티에 특화 ◦ <Der Kleine Medicus>의 라이선싱 운영		
19	Celebrities Entertainment GmbH	Ulf Vespermann	Managing Director	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시 ◦ 동·서유럽의 모든 라이선싱 권리 취급 ◦ 할리우드 스튜디오 중 하나인 미라맥스의 영화에 대한 라이선싱 운영		
20	Licensegateway	Oliver Schmukalla	Managing Director	
		◦ 독일의 라이선싱 에이전시 ◦ 모바일 서비스 브랜드의 MD상품화에 초점을 둠 ◦ <Catzz>, <Die Schnuffelbaeren>, <Jan das Schaf>, <Kaddelbaeren>, <Knutschmause>, <Kuscheltiger>, <NIC> 등의 프로퍼티 운영		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
21	SevenOne AdFactory GmbH	Rainer Saemann	Unit Director, Licensing Sales	
		Sabine Eckhardt	Managing Director	
		○ 독일의 라이선싱 에이전시 ○ 통합적 크로스미디어 콘셉트를 위한 광고 솔루션 제공 ○ TV, 온라인, 모바일, 라이선싱, 팟캐스트, 게임 등 ProSiebenSat.1 Group이 제공하는 모든 요소를 사용하며, 창의적이고 효과적인 브랜드 커뮤니케이션을 위해 10가지 다양한 플랫폼을 사용함		
22	idee+spiel Forderungemein schaft Spielwaren	Andreas Schäfer	Director	
		Jochen Martens	Director	
		○ 독일의 장난감 전문 소매 기업 ○ 독일을 비롯해 유럽 내 오스트리아, 벨기에, 이탈리아 등지에 1,000여 개의 장난감 소매점 운영 ○ 홈페이지 : http://www.ideeundspiel.com/		
23	Mercopol GmbH	Thomas Kleinsteuber	대표자	
		○ 독일의 캐릭터상품 소매 기업 ○ 카, 소피아, 비올레타, 미니, 위니 더 푸우 등 디즈니 캐릭터 상품 취급 ○ 홈페이지 : http://mercopol.de/		
24	Spiel & Spass Spielwaren-Ha ndels GmbH			
		○ 독일의 오락 및 게임 완구 소매 기업 ○ 홈페이지 : www.spielundspass.de		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
25	Silag Handel AG	Siegfried Lapawa	Chairman	
		Hans-Hermann Lapawa	Board	
		Thomas Becker	Board	
		○ 독일의 소매 기업으로 라이선스 상품 및 브랜드 상품 판매 ○ 3,000~4,000개 지점과의 네트워크를 보유하고 있으며, 유명 소매업체 및 국내외 도매업체와 거래 ○ 홈페이지 : http://silag.de/en/home/		
26	Tedi GmbH & Co. KG	Sascha Barenkau	대표이사	
		Markus Meier		
		Stacey P. S. Nazaré		
		Frank Oesterling		
		○ 1달러 상점으로 시작한 독일의 소매 기업으로 장난감, 문구, 가정용품 등을 판매 ○ 2015년 9월 기준 독일, 오스트리아, 슬로베니아, 슬로바키아, 네덜란드에 약 1,400개의 점포 보유 ○ 홈페이지 : www.tedi-discount.com		
27	myToys.de GmbH	Oliver Lederle	Chairman	
		○ 독일의 온라인 상점으로 장난감 및 아동 의류, 스포츠 장비, 어린이 신발, 출산용품 등 판매 ○ 홈페이지 : www.mytoys.de		
28	EMP Merchandising Handelsgesellschaft mbH	Ernst Trapp	CEO	
		Jan Fischer		
		○ 독일의 MD상품화 및 온라인 소매 기업 ○ 영화, 게임, 음반 및 관련 상품, 액세서리, 의류 등을 판매하며, 스웨덴, 영국, 이탈리아, 프랑스, 네덜란드에도 서비스함 ○ 홈페이지 : www.emp.de		

(3) 프랑스

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
1	Troisieme Ligne	Christophe Rousseau	President and Founder	
		Laurence Cadel	Assistante de direction	
		○ 프랑스의 라이선싱 에이전시 ○ 통합적 브랜드 매니지먼트, 라이선싱, MD상품화 서비스 제공 ○ 스포츠 브랜드의 소매 및 전자상거래를 위한 IP 및 브랜드 디자인 운영을 주요 업무로 함		
2	PGS Entertainment	Philippe Soutter	Co-Founder	
		Guillaume Soutter	Co-Founder	
		○ 2008년 설립된 프랑스 내 선도적 라이선서 ○ 키즈, 패밀리 콘텐츠의 해외 브랜드 매니지먼트를 주로 하며, 방송, 홈엔터테인먼트, 디지털, 라이선싱, MD상품화 등의 분야를 타깃으로 함 ○ <ALVINNN!!! and The Chipmunks>, <The Jungle Bunch>, <Village People®>, <Gees>, <Leon>, <Spike> 등의 콘텐츠 취급		
3	Teo Jasmin			
		○ 프랑스 라이선서 ○ 테오(강아지)와 자스민(고양이) 캐릭터를 이용한 MD상품화를 주로 함 ○ 홈 데코레이션, 패션, 라이프스타일 액세서리, 가방 및 가죽 상품, 학용품 등을 취급		
4	Nelvana (Europe)	Antoine Erligmann	Director General and Co-Head, Nelvana Enterprises, EMEA	
		○ 프랑스 라이선서 ○ 아동용 애니메이션 및 라이브액션 콘텐츠의 제작과 국내외 배급 담당 ○ 캐나다의 “Corus Entertainment” 키즈 채널을 포함하여 160여 개국에 자사의 콘텐츠를 방영함		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
5	Toei Animation Europe SAS	Kanji Kazahaya	CEO, COO, President	
		◦ 프랑스 라이선서 ◦ Toei Animation Co. Ltd.의 자회사로 2004년 파리에 설립됨 ◦ 애니메이션 프로덕션 및 애니메이션 상품의 마케팅과 라이선싱을 담당		
6	Bandai Namco Entertainment Europe	Shukuo Ishikawa	CEO, Representative Director	
		Shin Unozawa	COO, Representative Director	
		◦ 프랑스 라이선서 ◦ BANDAI NAMCO Holdings Inc.의 유럽 지부로 2005년 설립됨 ◦ 글로벌 인터랙티브 콘텐츠 개발 및 퍼블리셔 ◦ 홈페이지 : www.fr.namcobandaigames.eu		
7	DeLiso S.A.S.	Maude-Sophie GUERRET		
		Stéphanie Arnaud	Marketing and Operations Manager	
		◦ 1945년 설립된 프랑스 라이선서이자 장난감 제조업체 ◦ 2016년 봄/여름 시즌 영국과 미국에 영아 의류 라이선싱 계약 체결 ◦ 홈페이지 : www.sophielagirafe.fr		
8	JMB Consulting	Jean-Michel Biard	President	
		◦ 인터내셔널 라이선싱 컨설팅 기업		

(4) 이탈리아

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
1	Atlantyyca Entertainment S.p.A.	Marco Piccinini	Licensing Manager	
		Rachele Geraci	Stage Rights Sales & Development Manager	
		○ 이탈리아의 라이선싱 에이전시 ○ 프로덕션, 라이선싱, 퍼블리싱 및 해외 IP 판매를 주요 업무로 하는 크로스미디어 엔터테인먼트 기업 ○ <Geronimo Stilton> 브랜드의 해외 라이선싱을 담당하며, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 출판, 잡지, 영화, 텔레비전, 공연 등의 콘텐츠에 관여함		
2	Rainbow S.r.l.	Roberta Massaccesi	Licensing Director	
		○ 이탈리아의 라이선서 ○ 3D를 포함하여 애니메이션 제작의 전 과정을 인-하우스에서 제작 가능한 이탈리아 유일의 애니메이션 스튜디오 ○ 여러 자회사들을 통해 콘셉트부터 제작, 글로벌 배급, 라이선싱 등의 전 과정을 운영함		
3	MONDO TV s.p.a.★	Guido Berte	Director General	
		○ 이탈리아의 라이선서로 이탈리아 최고의 콘텐츠 제작 및 유통업체 ○ 크리스피의 캐릭터 <노리(NORI)>와 애니메이션 공동제작 계약 체결 ○ <유후와 친구들> 네 번째 애니메이션 시리즈를 준비 중 ○ EBS, 중국의 QY 에듀테인먼트 등과 함께 <큐비쥬> 제작에 참여		
4	RAI Com	Gian Paolo Tagliavia	President	
		○ 이탈리아의 라이선서 ○ 1924년 설립된 이탈리아 방송협회이자 이탈리아 전 지역에 방송을 송신하는 공영방송사로, 3개의 TV 채널과 3개의 라디오 채널 및 위성 채널, 디지털방송 전용 채널 등을 보유함 ○ 홈페이지 : http://www.rai.it/		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
5	Joy Toy AG	Kurt Plaickner	Director	
		◦ 이탈리아 라이선싱 및 제조사 ◦ 플러시, 플라스틱 장난감, 머그잔, 유아용품, 문구, 선물용품 등 제작		
6	Grani & Partners S.p.A.	Gianpaolo Alfonso	Sales and Licensing Director	
		◦ 이탈리아 라이선싱 및 제조사 ◦ 전 세계 약 100개의 주요 기업들과 라이선싱 계약을 맺고 아동용 완구 제작 ◦ 3D 피겨링, 액세서리, 캘린더, 카드게임 매거진, 만화, DVD, 개짓, 일 본만화, 스티커 등 제작		
7	European Television Service	Piero Piacentini	General Manager	
		◦ 약 50년간 텔레비전 및 영화 산업 내 오디오/비디오 솔루션 제공		
8	Licensing Italia	Maurizio Di Maggio	Managing Director	
		Roberta Nebbia	Managing Director	
		Maura Rastelli	Marketing Manager	
		◦ LIMA의 이탈리아 지사 ◦ 이탈리아 최초의 라이선싱 관련 컨설팅 기업으로 브랜드 라이선싱 및 엔터테인먼트 라이선싱과 관련된 모든 제반 사항을 지원함		

(5) 기타

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
1	Megalicense	Anton Grishin	President and MD	
		○ 러시아의 엔터테인먼트 라이선싱 에이전시 ○ 음악, TV 시리즈, 영화, 일본 애니메, 출판 등의 콘텐츠 취급 ○ <Around the World With Mouk!>, <Bleach>, <Chupa Chups>, <Dinosaur Train by Jim Henson Studio>, <Lazytown> 등의 애니메이션과 <트와일라잇>의 영화, 방송, 공연권을 다룸 ○ 홈페이지 : http://megalicense.ru/		
2	Wizart	Maria Stalchenkova	Head of International Licensing	
		○ 러시아 라이선서 ○ 장편 및 시리즈 패밀리 애니메이션에 특화됨 ○ 국내·외 시장을 겨냥한 제작, 배급, 프로모션을 담당함		
3	Animaccord Corp			
		○ 러시아 라이선서 ○ <Masha and the Bear> 제작		
4	Word of Web	Fuad Khan	CEO	
		○ 스웨덴의 라이선싱 에이전시 ○ 스웨덴뿐 아니라 덴마크, 핀란드, 아이슬란드, 노르웨이, 폴란드, 체코, 미국 등 전 세계를 대상으로 영업함 ○ 애니메이션 <The GaMERCaT>, <Mostropi> 등을 취급 ○ 홈페이지 : http://www.wordofweb.se/		
5	Alicom Licensing	Roland Lindholm	Managing Diector, CEO	
		○ 스웨덴의 라이선싱 에이전시 ○ 덴마크, 핀란드, 아이슬란드, 노르웨이 등 북유럽 지역에 초점을 둠 ○ AG Properties, CBS Consumer Products, The Jim Henson Company, Les Editions Albert René, Mediatoon, Paramount Pictures Licensing Group, Tact Communications, Twentieth Century Fox Consumer Products 등 취급 ○ 홈페이지 : http://www.alicom.se/		

No.	기업명	이름	부서/직책	연락처
6	INK Global	Annalisa Woods	Commercial Director	
		○ 덴마크의 라이선싱 에이전시 ○ 스타워즈, 레고, 디스커버리 등의 프로퍼티 취급 ○ 홈페이지 : http://www.ink-brands.com/		
7	Fipo Group			
		○ 덴마크의 라이선싱 및 MD상품화 기업 ○ 홈페이지 : http://fipogroup.com/		
8	Rovio Entertainment Ltd.	Timo Rahkonen	Business Development Manager	
		○ 핀란드의 라이선서이자 엔터테인먼트 미디어 기업 ○ 세계적 성공을 거둔 콘텐츠 <앵그리 버드> 소유		
9	Biplano	Guillem Rey	Country Manager	
		○ 스페인의 선도적 라이선싱 에이전시 ○ 바르셀로나와 마드리드 외에 포르투갈 리스본, 프랑스 파리, 중국 심천에 지사를 두고 있으며, 남부 유럽 지역에 프로모션 마케팅을 진행함 ○ 한국의 부즈를 비롯하여 산리오, 파라마운트, 킹 피처스, 니켈로디언, 츠파츰스, 토에이, MGA, IMPS, WWE 등 세계 톱클래스 라이선서들을 대표함 ○ TV, 영화, DVD, 클래식, 콘셉트, 스포츠, 브랜딩으로 범주를 나누어 각각의 상품을 전문적으로 라이선싱 함		
10	Art Ask Agency	Maria Strid	Owner	
		○ 스페인의 라이선싱 에이전시 ○ 팝문화와 라이프스타일 브랜드에 특화된 기업이며, 애니메이션 <Pets Rock>도 취급함 ○ 홈페이지 : http://www.artaskagency.com/		

No.	기업명	이름	부서/직책	이메일
11	H. Bauer Ediciones S.L.S en C	○스페인의 라이선시 및 MD상품화 기업 ○Clan, Peppa Pig, Bravo, Como Tu, Princesas Disney, Frozen, Nancy, Disney Junior, LEGO®, Star Wars™ 등에 관한 출판물 발행		
12	Chupa Chups, S.A. Unipersonal	Xavier Bernat Serra	President	
		Marcos Bernat Serra	Vice President	
		Adrian Romero	Marketing Manager	
		○스페인의 라이선서 기업 ○롤리팝, 초콜렛, 껌 등의 과자류 및 장난감, 선물을 제작		
13	BN Licensing B.V.	David Speijer	Managing Director	
		○베네룩스 내 신생 인디펜던트 라이선싱 에이전시로 네덜란드에 위치 ○2011년에 설립되었지만, 45년의 경력을 가진 전문가로 구성되어 있으며, <뽀빠이>, <가필드>, <벤티 뽀>과 같은 세계 유명 콘텐츠의 라이선싱을 진행함		

4. 주요 참가업체

(1) 아드만 애니메이션

구분	내용
회사명	아드만 애니메이션 (Aardman Animations) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
대표 이메일	
홈페이지	http://www.aardman.com
주요 인사	○ Peter Lord, Co-Founder ○ David Sproxton, Co-Founder ○ Nick Park, Director, animator, writer
주요 연혁	○ 1972년 아드만 애니메이션으로 설립됨 ○ 1989년 Channel Four Television과 5분 분량의 영화 시리즈 제작 계약 체결 ○ 1998년 11분 분량의 단편 영화로 수상함 ○ 2005년 애니메이션 부문에서 아카데미 어워드 등의 국제적인 애니메이션 상을 수상함 ○ 2010년 6편의 새로운 텔레비전 시리즈가 BBC에서 방영됨 ○ 2013년 4월 <썬더쉽> 제작을 위해 StudioCanal과 제휴함. <썬더쉽>은 아드만 최초로 전 세계 동시 개봉한 장편영화임 ○ 2013년 영국 애니메이터 양성을 위해 아드만 아카데미 설립. National Film, Television School, Creative Skillset과의 협력을 통해 캐릭터 애니메이션에 관한 12주간의 집중 과정을 런칭함

구분	내용
영위 업종	애니메이션 제작 스튜디오
유관 업체	드림웍스 애니메이션, 소니 픽처스 애니메이션, 스튜디오 CANAL 등과 제휴
최근 이슈/ 관심사	○ 2016년 회사의 40주년을 축하하기 위해, 2015년 3월에 아드만의 작품을 축하하기 위한 전시가 파리의 Art Ludique에서 열림 ○ 브리스톨 아동병원의 자원단체인 Wallace & Gromit's Grand는 4천만 유로가 넘는 모금을 통해 병원과 성 마이클 아동 치유 단체의 아이들 및 그 가족들을 지원해줌 ○ 주요작품 - 영화 : <치킨 런>, <아서 크리스마스>, <손더쉽>(2015년 7월 개봉) - TV : <못 말리는 어린 양 손>, <플러쉬>

(2) 무민(Moomin)

구분	내용
회사명	무민 (Moomin Characters Oy Ltd) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
대표 이메일	
홈페이지	https://www.moomin.com/en/
주요 인사	○ Sophia Jansson, Chairman of the Board, Creative Director: sophia.jansson@moomin.com ○ Roleff Kråkström, Managing Director: roleff.krakstrom@moomin.com
주요 연혁	○ 1914-2001년 아티스트, 일러스트레이터, 작가이자 화가인 토베 얀손(Tove Jansson)에 의해 무민 캐릭터 및 이를 이용한 다양한 콘텐츠가 창작됨 ○ 1945년 얀손은 무민에 관한 그림, 소설, 책, 만화를 출판함 ○ 1945년 Söderström & Co가 첫 번째 무민 이야기인 <The Moomins and the Great Flood>를 스웨덴에서 출판함 ○ 1954년 세계 최대 규모의 신문 중 하나인 London's The Evening News에 무민 만화 연재 시작, 연재만화는 40개국 2,000만 명 이상의 독자들에게 큰 인기를 얻음 ○ 1993년 핀란드의 도시 난탄리에서 Moominworld라는 테마파크 오픈. 무민 라이선스가 점차 상승세를 타고 많은 새로운 무민 상품들이 시장에 출시됨 ○ 2006년 토베 얀손의 탄생일로부터 한 세기가 지난 2014년에 그녀를 기념하기 위하여, 2014년 전 세계에 토베를 위한 100가지 이벤트가 열림
영위 업종	만화 캐릭터 라이선싱

구분	내용
유관 업체	○ 무민 캐릭터 글로벌 에이전시 - Bulls Presstjänst AB (스웨덴) - The Agency (프랑스, 베네룩스) - Bulls Pressedienst Gmbh (독일) - Medialink Animation International Ltd. (홍콩, 마카오, 중국, 싱가포르, 말레이시아, 태국, 필리핀, 타이완) - Tuttle-Mori Agency (일본) - SMC, Seoul Merchandising Co, Ltd (한국) - licensing(at)bulls.com.pl (폴란드) - Caroline Mickler Ltd (영국, 아일랜드) - El Ocho, Licencias y Promociones (스페인) ○ 해외 극장 라이선싱 : Agency North
최근 이슈/ 관심사	○ 만화 캐릭터 무민(Moomin)을 주요 브랜드로 하는 라이선싱 에이전시임 ○ 토베 얀손(Tove Jansson)의 작업은 50개 이상의 언어로 번역되었으며, The Moomins는 글로벌 IP가 됨
한국과의 거래 현황	○ SMC, Seoul Merchandising Co, Ltd.가 한국 내 무민 라이선싱 에이전시로 활동함 ○ SICAF 2016에서 무민이 등장하는 영화 <무민 더 무비 (Moomins on the Riviera)>가 특별 상영됨 (2015년 한국 개봉작) ○ 2016년 7월 한국 화장품 브랜드 반트36.5가 무민 캐릭터 라이선스를 획득해 어린이를 위한 무민 구강 케어 상품 런칭

(3) 불독 라이선싱

구분	내용
회사명	불독 라이선싱 (Bulldog Licensing Limited) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
홈페이지	http://www.bulldog-licensing.com/
주요 인사	○ Robert George Corney, Group Managing Director and CEO ○ Helena Mansell-Stopher, Retail Director ○ Vicky Hill, Licensing Manager
주요 연혁	○ 2007년 설립되어 유럽의 선도 기업 중 하나로 성장함 ○ 2016년 2월 글로벌 인기 모바일 브랜드인 <앵그리 버드>의 4가지 신규 상품 출시를 공지했으며, 새로 출시될 영화에 대해서도 발표함 ○ 영국 내 소매업 및 라이선싱 분야에서 세계적인 명성을 가지고 있으며, 불독의 상무이사는 세미나 및 업계 신문 사설에도 기고함
영위 업종	소매 및 라이선싱

구분	내용
최근 이슈/ 관심사	○ 영국 국내외 라이선스 시장을 위한 상품 개발을 위해 전 세계 수많은 선도적 브랜드 소유자들과 협업함 ○ 브랜드 항목 - Angry Birds (앵그리 버드) - Bullseye (불스아이) - Dreamworks Animation (드림웍스 애니메이션) - EA - Enid Blyton - Garfield - Grossery Gang - Henson - It's a WildLife - LIFE - London Taxi Company - Miraculous - Monkey - Plants Vs Zombies - Shopkins - Wolfblood - Yo-kai Watch

(4) 스마일리

구분	내용
회사명	스마일리(Smiley) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
대표 이메일	
홈페이지	https://www.smiley.com/
주요 인사	○ Franklin Loufrani, President ○ Nicolas Loufrani, CEO
주요 연혁	○ 1971년 Franklin Loufrani가 행복을 전파하려는 의도로 신문을 통해 설립 ○ 1972년 스마일리 로고를 뉴스에 사용함으로써 브랜드가 탄생함 ○ 1980년 팝 문화의 확산 속에서 스마일리 로고가 일렉트로닉 댄스 음악의 상징이 되면서 널리 알려짐 ○ 1997년 Nicolas Loufrani가 스마일리를 바탕으로 한 문자 이모티콘 및 3D 스마일리 그래픽 이모티콘을 창조함 ○ 2000년대 들어 스마일리 캐릭터가 DC코믹스 컬트 영화 <Watchman>에 등장하는 등 뉴 밀레니엄 캠페인을 통한 노출로 인해 전 세계적으로 97%의 인식률을 기록함 ○ 2010년 이후 현재까지 스마일리는 전 세계적으로 4천만 명 이상의 팬을 모으며 음악, 엔터테인먼트, 패션, 광고 등의 다양한 분야로 확장함
영위 업종	스마일리 아이콘을 통한 라이프스타일 브랜드 기업

구분	내용
최근 이슈/ 관심사	○ 글로벌 150위의 라이선스 기업으로 전 세계에 230개 이상의 라이선스와 매년 1,300만 이상의 제품을 판매함 ○ 스마일리는 4억 개 이상 판매로 역사상 가장 잘 팔렸던 1980년대의 Rubik's Cube 장난감의 마스터 라이선시 (Master Licensee)임 ○ 최근 Rubik's 브랜드를 다양한 분야로 확장하기 위해 새로운 브랜드 전략을 소개함 ○ 브랜드 항목 - Rubik's - Smiley - SmileyWorld ○ 제품 범주 - 브랜드 : 패션/의류, 식·음료 - 캐릭터 & 엔터테인먼트 : 디지털 콘텐츠, 게임, 장난감

(5) 드림웍스 애니메이션

구분	내용
회사명	드림웍스 애니메이션 (DreamWorks Animation SKG, Inc.) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
홈페이지	http://www.dreamworksanimation.com/
주요 인사	○ Jeffrey Katzenberg, Chief Executive Officer ○ Bonnie Arnold, Co-President
매출 규모	\$190 million (2016년 1/4분기)
주요 연혁	○ 1997년 앰블린 엔터테인먼트 산하의 애니메이션 제작 부서인 앰블메이션이 드림웍스 애니메이션 제작에 합류 ○ 1998년 ‘퍼시픽 데이터 이미지’와의 전략적 제휴를 통해 드림웍스의 애니메이션 사업본부 출범, CG개발 및 2D/3D 애니메이션 제작 ○ 2004년 드림웍스가 애니메이션 사업본부를 분리, 애니메이션 제작사로 재탄생함 ○ 2006년 2월 바이어컴의 자회사인 파라마운트 픽처스를 통해 글로벌 배급을 진행함 ○ 2013년 3월 20세기 폭스를 통해 북미 배급권 계약 체결 ○ 2016년 4월 NBC유니버설에 4조 3천억 원에 인수되어 컴캐스트의 계열사가 됨
영위 업종	애니메이션 제작 및 영화/TV/온라인 배급

구분	내용
유관 업체	○ 모회사 : Universal Studios ○ 자회사 - DreamWorks Classics - M-GO - Oriental DreamWorks (45%) - AwesomenessTV (51%)
최근 이슈/ 관심사	○ 드림웍스 애니메이션은 글로벌 애니메이션 제작 및 배급 기업으로 3D 애니메이션 영화, 만화, 라이브 엔터테인먼트, 테마 경험, 소비자 제품, 기술 등을 발전시키고 개발함 ○ <슈렉>, <마다가스카>, <쿵푸 팬더>, <드래곤 길들이기> 등의 애니메이션을 통해 전 세계적으로 사랑받는 캐릭터와 프랜차이즈를 소유함 ○ 현재까지 32편이 넘는 타이틀의 영화를 제작했으며, 세계 영화 시장에서 13억 달러가 넘는 매출을 기록함
한국과의 거래 현황	○ 2012년 이후 드림웍스 애니메이션의 국제 배급권은 모두 20세기 폭스에 있으나, 한국 내 배급권은 드림웍스 설립 당시부터 현재까지 CJ엔터테인먼트가 유지하고 있음 ○ 2016년 5월 KT가 드림웍스 애니메이션 채널을 단독 런칭함

(6) HIT 엔터테인먼트

구분	내용
회사명	HIT 엔터테인먼트 (HIT Entertainment Limited) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
대표 이메일	
홈페이지	http://www.hitentertainment.com
주요 인사	○ Peter Orton, Founder ○ Brenda Andolina ○ Amarilis Whitty
주요 연혁	○ 1989년 Peter Orton에 의해 영국 본사가 설립됨 ○ 1996년 영국 소재의 Alternative Investment Market (AIM)과 유통 개시 ○ 2002년 <토마스와 친구들>의 IP를 소유하고 있는 가족용 오락 스튜디오인 Gullane 엔터테인먼트를 인수 합병함 ○ 2006년 20세기 폭스 홈 엔터테인먼트와 마케팅 거래 및 판매 시작 ○ 2008년 Ripley 엔터테인먼트에 Guinness World Records 브랜드 판매 ○ 2013년 중국에 첫 토마스 타운 개장
영위 업종	어린이 프로그램 엔터테인먼트

구분	내용
유관 업체	○ 니켈로디언, BBC, CCL 엔터테인먼트 등과 제휴 ○ 모회사 : Mattel Creations (Mattel, Inc.) ○ 자회사 - HIT Entertainment USA Inc. - Ludgate 151 Ltd. - Hot Animation - Entermode Ltd. - HIT Entertainment Canada Inc. - Pingu BV
최근 이슈/ 관심사	○ 토마스와 친구들, Barney, Bob the Builder, Fireman Sam, Angelina Ballerina, Mike the Knight 등을 포함해 50개가 넘는 세계적으로 유명하고 상을 받은 작품들을 소유하고 대표함 ○ 2016년 Channel 5의 PBS Kids, Milkshake! 등의 채널과 새로운 계약을 맺음 ○ 새로운 컴퓨터 그래픽 애니메이션 <Little People> 시리즈를 위해 세계적인 기획사인 DHX Media와 계약 체결 ○ 가장 유명한 어린이 TV 시리즈 중 하나인 토마스를 유명하게 만들어준 Virgin Atlantic과의 세계적 협약 발표

(7) 마텔

구분	내용
회사명	마텔(Mattel, Inc.) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
대표 이메일	
홈페이지	http://corporate.mattel.com
주요 인사	○ Christopher A. Sinclair, CEO ○ Richard Dickson, President & COO ○ Kevin Farr, CFO
매출 규모	\$6,023.8 million (2014년)
주요 연혁	○ 1945년 해럴드 매슨과 엘리엇 핸들러에 의해 설립됨 ○ 1990년 본사를 캘리포니아의 엘세군도로 이전 ○ 1996년 니켈로디언 라이선싱 권리 획득 ○ 2000년 바비 등 여러 업체들과 라이선싱 권리 계약 체결 ○ 2003년 뉴욕에 American Girl Store 개장 ○ 2014년 마텔 아동 단체가 수학과 과학 점수가 낮은 미국 학생들을 돕기 위해 Hot Wheels, USC Rossier 등의 교육단체와 협력함 ○ 2016년 1월 50여 년의 전통을 깨고 바비 인형 ‘몸매의 다양화’ 선언, 아담하거나, 키가 크거나, 통통한 체형의 바비 제작 계획 발표
영위 업종	글로벌 완구업체

구분	내용
유관 업체	○ Mercury Film Works, Dolphin Entertainment 등과 제휴 ○ 자회사 - Fisher-Price - Mega Brands
최근 이슈/ 관심사	○ 글로벌 소비자 브랜드 바비, American Girl 등을 소유한 글로벌 완구업체 ○ 선도적인 기획사 및 기술사와의 협력으로 상품을 생산하며, 40개국에 지사를 두고 150여 개국에 상품을 판매함 ○ 주요 브랜드 - 피셔 프라이스(Fisher-Price) - 메가 브랜드(Mega Brands) - 바비(Barbie) - 폴리 포켓(Polly Pocket) - 몬스터 하이(Monster High) - 에버 애프터 하이(Ever After High) - 핫 휠(Hot Wheels) - 마스터스 오브 유니버스(Masters of the Universe) - 아메리칸 걸(American Girl) - WWE 장난감 - 보드게임

(8) 월트디즈니 컴퍼니

구분	내용
회사명	월트디즈니 컴퍼니 (The Walt Disney Company) Disney
회사주소(본사)	
대표 연락처	
홈페이지	https://thewaltdisneycompany.com
주요 인사	○ Robert A. Iger, Chairman & CEO ○ Alan Braverman, Senior Executive Vice President
매출 규모	\$52.46 billion (2015년)
주요 연혁	○ 1923~1928년 월트 디즈니 탄생 ○ 1930년 <백설 공주와 일곱 난장이>를 통해 아시아 시장으로 확장 ○ 1955~1965년 디즈니랜드 탄생 ○ 1966~1971년 창립자 월트 디즈니, 로이 디즈니 사망, 월트 디즈니 컴퍼니의 세계 시장 개척 ○ 1984~2005년 아이즈너 취임 및 디즈니 캠페인 전개 ○ 2005년 이후 최고의 엔터테인먼트 기업으로 성장
영위 업종	미디어, 엔터테인먼트
유관 업체	○ 자회사 - Walt Disney Studios - Walt Disney Animation Studios - Disney Theatrical Productions - The Walt Disney Company India

구분	내용
유관 업체	○ 자회사 - Pixar Animation Studios - Marvel Entertainment - Marvel Studios - Lucasfilm - The Muppets Studio - Disney-ABC Television Group - ESPN Inc. (80%) - A+E Networks (50%) - Radio Disney - Hulu (32%) - UTV Software Communications - Maker Studios
최근 이슈/ 관심사	○ 디즈니랜드를 비롯한 11개의 테마파크 등을 소유, 운영하고 있으며 매출액은 378억 달러를 초과함 ○ ABC는 기존의 디즈니 디지털 단편 시리즈 7편에 대해 아이폰, 아이패드, 아이팟 터치 및 애플TV용으로 새롭게 디자인된 유저 인터페이스를 발표함 ○ 세계적인 브랜드 리스트업인 Cohn & Wolfe의 “Authentic 100”에서 디즈니가 최고 브랜드로 선정됨
한국과의 거래 현황	○ 2006년부터 소니픽처스 릴리징 월트디즈니 스튜디오스 코리아가 디즈니 영화를 배급해왔으나, 2014년 말부터는 월트디즈니 컴퍼니 코리아가 배급을 담당함 ○ 월트디즈니 컴퍼니 코리아는 원래 디즈니채널, 디즈니주니어 TV 채널 운영 및 마케팅, 라이선싱을 전담했음

(9) 해즈브로

구분	내용
회사명	해즈브로(Hasbro UK Ltd.) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
대표 이메일	
홈페이지	http://www.hasbro.com
주요 인사	○ Brian Golder, CEO ○ John Frascotti, President
주요 연혁	○ 1920년 헨리 하센필드와 헤럴 하센필드가 공동으로 미국 로드아일랜드 주에서 시작한 문구회사 ‘하센필드 브라더스’에서 시작됨 ○ 1940년 헨리의 아들 메릴 하센필드가 병원놀이 장난감 세트를 만들면서 처음 완구업을 시작함 ○ 1948년 뉴욕 메이시 백화점에서 첫 선을 보인 보드게임 ‘스크래블(SCRABBLE)’이 전 세계적으로 1억 개 이상 판매됨 ○ 1984년 새로운 형태의 트랜스포머 자동차에서 로봇으로 변신하는 완구를 생산하며 큰 인기를 얻음 ○ 2007년부터 파라마운트 픽처스와 공동제작한 영화 <트랜스포머> 시리즈 역시 세계적인 히트를 기록함 ○ 2009년 해즈브로 스튜디오 런칭 후 현재까지 아홉 차례 Daytime Emmy상을 수상함
영위 업종	장난감 제조업체 (보드게임, 장난감, 캐릭터 등 생산)

구분	내용
유관 업체	○ 자회사 - Hasbro Studios - Tiger Electronics - Wizards of the Coast
최근 이슈/ 관심사	○ 미취학 아동을 위한 완구 ‘플레이스쿨’, 병정 장난감 ‘GI 조’, 부르마블로 잘 알려진 ‘모노폴리’ 등이 해즈브로가 판권을 사들였던 대표적인 완구임 ○ CR’s 100 Best, 2016 World’s Most Ethical Companies, the Civic 50 등 다양한 상을 수상함 ○ 해즈브로는 흥미롭고 새로운 Twister Moves를 소개하기 위해 다재다능한 예술가, 연기자, 배우인 Demi Lovato와 함께 작업함 ○ 해즈브로 시리즈는 디스커버리 가족 채널 및 전 세계 180여 개 지역의 방송사에서 방영됨 ○ 덴마크 완구업체 레고와 합작하여 새 브랜드 ‘마이 리틀 포니’ 출시
한국과의 거래 현황	○ 2008년 해즈브로코리아 설립 ○ 2016년 6월 25일 - 8월 28일까지 개최되는 과천 서울랜드 여름축제 ‘쿨 썸머 페스티벌’에 참여. ‘서울랜드 워터쇼-워터워즈’ 물총대결에서 해즈브로의 대표 스포츠 액션 브랜드 너프의 물총 완구 ‘너프 수퍼소커(Nerf Super Soaker)’ 대여점 등 운영

(10) 사반 브랜드

구분	내용
회사명	사반 브랜드 (Saban Brands) 
회사주소(본사)	
대표 연락처	
홈페이지	http://www.sabanbrands.com
주요 인사	○ Haim Saban, Founder; Chairman; CEO ○ Adam Chesnoff, President & COO ○ Janet HSU, CEO ○ Scott Rosenbaum, Business and Legal Affairs
주요 연혁	○ 1983년 음악 및 TV 프로듀서 하임 사반(Haim Saban)에 의해 사반 레코드로 설립됨 ○ 2006년 사반 엔터테인먼트가 스튜디오 및 가족 오락 엔터테인먼트 사업으로의 확장을 공표함 ○ 2010년 사반 그룹이 사반 엔터테인먼트를 사반 브랜드로 개명 ○ 2012년 “Music Ventures”라는 새로운 음악 출판 부서를 런칭 ○ 2014년 라이온스게이트와 제휴, 새로운 <파워레인저> 영화 제작 발표
영위 업종	엔터테인먼트 투자, 미디어 & 커뮤니케이션
유관 업체	○ 영국 런던과 호주 시드니에 지사를 둠 ○ BVS 엔터테인먼트, 마블코믹스 등과 제휴

구분	내용
최근 이슈/ 관심사	○ 엔터테인먼트와 라이프스타일 부문에서 세계적인 IP를 획득하며 콘텐츠, 미디어, 마케팅, 라이선싱 등을 관리함 ○ 2016년 사반브랜드는 파워레인저 프랜차이즈에 대해 새로운 라이선싱 파트너를 소개함 ○ 사업 분야 - Saban Entertainment Group - Saban Films - SCG Power Rangers LLC - ZAG Animation Studios (ZAG 엔터테인먼트와 50% 조인트벤처) - Broadcasting Media Partners, Inc. ○ 사반 브랜드 영화 및 TV 시리즈 - Addams Family Reunion - Adventures of the Little Koala - ALF: The Animated Series - AlfTales - Big Bad Beetleborgs - Beetleborgs Metallix - Camp Candy ○ 사반 브랜드 : Chaotic, Beetleborgs, Digimon, Cirque du Soleil Media, Emojiville, Glitter Force, Julius Jr., Masked Rider, Ninja Turtles: The Next Mutation, Luna Petunia, Popples
한국과의 거래 현황	○ ‘캐릭터·라이선싱페어 2016’에 커크 블룸가든 부사장 참석 ○ ‘2016 K-캐릭터 쇼케이스 인 로스앤젤레스’에 참석

5. 효과적인 마켓 참가 Tip

(1) BLE Matchmaking Service

BLE의 매치메이킹 서비스는 전시업체와 등록 참관사 간 연계 및 일대일 사전 미팅 기회를 제공하는데 목적이 있으며 서비스는 무료로 제공된다. 2016년 6월 개최된 라이선싱 엑스포에서 처음 도입된 매치메이킹 서비스를 통해 3일 간의 행사 기간 동안 2,500건의 미팅이 이뤄졌고 업체 프로파일 검색건수는 345,000건에 달하는 것으로 집계된다.

■ BLE Matchmaking Service 특징



- 주요 전시사와 비즈니스 가능성을 논의할 수 있는 일대일 사전 미팅 예약
- 자사 정보 업데이트로 비즈니스 목적에 최적화된 매칭 서비스
- 제품 카테고리, 바이어/셀러, 지역, 분야 등에 따른 체계화된 컨택 정보
- 효율적 시간 활용이 가능하도록 일정 조율
- 행사 및 미팅 전 상세 일정표 발송

(2) 주최측 네트워크 이벤트

■ LIMA BLE Garden Party

브랜드라이선싱엑스포 행사 둘째 날인 10월 12일, The Roof Gardens, Kensington 에서 2016년 공식 LIMA BLE 가든파티가 개최된다. 모든 BLE 전시업체와 등록된 방문객들을 대상으로 하며 참가티켓을 사전 구매해야 입장이 가능하다. LIMA가 주최하고 카툰 네트워크가 후원하는 행사로 참가자들은 업계 관계자들과 자유로운 분위기에서 만남과 소통의 기회를 가질 수 있다. 2015년에는 좌석이 모두 매진되었으며 500여명이 참가하여 파티를 즐겼다.

구분	내용
일시	10/12(수), 19:00 - 23:59
장소	The Roof Gardens, Kensington
주최	LIMA
후원	◦ Warner Bros ◦ Cartoon Network ◦ Consumer Products ◦ Brand Licensing Europe
참가비	◦ 일반 : £50 ◦ 리마 회원 : £35

