

5. 토틀런트 에이전시 및 홍보·마케팅 진출방안

1. 토틀런트 에이전시
2. 홍보·마케팅 진출방안

본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

목 차

1. 텔런트 에이전시	3
가. 미국 주요 텔런트 에이전시의 애니메이션 전문 분야 현황	3
나. 애니메이션 전문 인재 연결 및 포트폴리오 진출 구조	4
2. 홍보·마케팅 진출방안	6

표목차

표 1 미국 대형 에이전시 내 애니메이션 전문 분야 비교	3
표 2 미국 에이전시 및 매니지먼트 계약 주요 조건 체크리스트	4

1. 텔런트 에이전시

가. 미국 주요 텔런트 에이전시의 애니메이션 전문 분야 현황

- 미국 엔터테인먼트시장의 복잡성과 폐쇄성을 고려할 때, 현지 전문가의 도움을 받는 것은 한국 콘텐츠 기업의 성공적인 진출을 위한 필수적인 요소임
- 특히, 미국 엔터테인먼트산업에서 에이전시는 계약 중개, 커리어 전략 및 브랜드 관리, 상업적 기회 창출, 해외 진출 및 글로벌 네트워크 활용, 법률 및 재정 지원 등 해당 비즈니스 전반을 전문적으로 관리하고 발전시키는 역할을 담당함. 할리우드는 CAA(Creative Artists Agency), WME(William Morris Endeavor), UTA(United Talent Agency), 거쉬 에이전시(Gersh Agency)와 같은 소수의 대형 에이전시가 시장을 지배하며 강력한 영향력을 행사하는 특징을 가지고 있음

표 1 미국 대형 에이전시 내 애니메이션 전문 분야 비교			
에이전시	특징 및 강점	애니메이션 전문 분야	주요 클라이언트
CAA(Creative Artists Agency)	<ul style="list-style-type: none"> • 할리우드 최대 규모 • 영화, TV, 스포츠, 디지털 미디어 등 전방위 • 가장 광범위한 영향력과 네트워크 보유 	<ul style="list-style-type: none"> • CAA Animation: 애니메이션 감독, 작가, 스튜디오 계약 및 자금 조달 연계에 강점. 특히 대형 스튜디오(디즈니, 픽사, 드림웍스)와의 파트너십에 독보적 	<ul style="list-style-type: none"> • 픽사/드림웍스 핵심 인력
WME(William Morris Endeavor)	<ul style="list-style-type: none"> • 엔터테인먼트, 스포츠, 패션, 라이브 이벤트의 융합 지향. 특히 IP 기반의 미디어 확장에 강점 • 모회사 Endeavor의 강력한 시너지 활용 	<ul style="list-style-type: none"> • WME Animation: 주로 TV 애니메이션 시리즈와 IP의 2차 활용(게임, 상품화 등)에 집중 • 감독/작가뿐 아니라 성우 및 제작자 인재 보유 	<ul style="list-style-type: none"> • 넷플릭스 오리지널 애니메이션 작가진
UTA(United Talent Agency)	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 콘텐츠, 유튜브, 인플루언서 등 신세대 인재 발굴 및 매니지먼트에 선도적 • 테크 및 e-스포츠 분야 영향력 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • UTA Animation: 디지털 플랫폼(OTT, 유튜브) 기반의 오리지널 애니메이션 제작 인력 및 웹툰·웹소설 IP를 애니메이션화 하는 작업에 적극적 	<ul style="list-style-type: none"> • 유튜브/디지털 크리에이터 다수 • 신진 애니메이션 감독
Gersh Agency	<ul style="list-style-type: none"> • 전통적인 미디어 인력(배우, 작가)에 강점을 가진 중견 에이전시 	<ul style="list-style-type: none"> • Gersh Animation: 주로 작가와 쇼러너(Showrunners) 중심의 인력 매니지먼트 • 스토리텔링 역량이 중요한 프로젝트에 주로 참여 	<ul style="list-style-type: none"> • 유명 TV 시리즈 작가 다수 • 경력직 애니메이션 스토리보드 아티스트

※ 출처: 각 사 홈페이지

- 한국 기업이 이러한 폐쇄적인 시장에 직접 진출하기는 매우 어려우며, 시간과 비용이 많이 소요되는 특징이 있음. 현지 에이전시는 이러한 네트워크에 접근하고, 복잡한 비즈니스 관행을 이해하며, 한국 기업이 직접 접근하기 어려운 기회를 발굴하는 데 결정적인 역할을 할 수 있음. 이들은 콘텐츠 IP를 다각화하여 미국시장에서도 인기를 끌 수 있는 K-

스토리 기반 콘텐츠 개발을 지원하고, 게임, 음악, 굿즈 등과 연계한 2차 수익 모델을 확보할 수 있음. 따라서 한국 콘텐츠 기업은 미국시장 진출 시 현지 에이전시와의 전략적 파트너십을 통해 진입 장벽을 낮추고, 비즈니스 기회를 극대화하는 방안을 모색할 필요가 있음

표 2		미국 에이전시 및 매니지먼트 계약 주요 조건 체크리스트
계약 유형	역할	주요 계약 조건 체크리스트
에이전시 (Agency)	<ul style="list-style-type: none"> 고용 알선: 배우, 작가, 감독 등 탤런트에게 일자리(고용)를 찾아주고 계약을 알선하는 것이 주 업무임 	<ul style="list-style-type: none"> 수수료(Commission): 일반적으로 세금 공제 전 매출을 기준으로 총 수입의 10%로 고정됨(일명 'Ten Percent') 계약 기간: 보통 1년~3년 독점성: 일반적으로 독점 에이전시 계약을 체결함
매니지먼트 (Management)	<ul style="list-style-type: none"> 경력 관리 및 컨설팅: 개인의 경력 개발, 사업 방향 설정, 재무 컨설팅, 일상 지원 등 제반 활동을 관리하며 경력을 키우는 역할을 함 고용 알선은 금지됨 	<ul style="list-style-type: none"> 수수료(Commission): 에이전시보다 높은 15%~20% 범위에서 책정되기도 함 계약 기간: 에이전시보다 긴 경우가 많으며, 갱신 조건 및 종료 조건을 명확히 해야 함 Sunset Clause: 매니저와의 계약 종료 후에도, 계약 기간 중 매니저가 성사시킨 프로젝트에서 발생하는 수입에 대해 일정 기간 수수료를 지급하는 조항. 필수적으로 검토해야 함

※ 출처: 일요주간, 미국특화21-09호(한국콘텐츠진흥원)

나. 애니메이션 전문 인재 연결 및 포트폴리오 진출 구조

- 미국 대형 에이전시의 애니메이션 부서는 단순 계약 대행을 넘어, 한국의 콘텐츠 IP 및 인재가 할리우드 시장으로 진출하는 핵심 교두보 역할을 수행할 수 있음
- 인재 연결 구조
 - 창작 인력(감독/작가/아티스트) 교류: 에이전시는 한국의 유망 애니메이션 감독, 콘셉트 아티스트, 작가 등의 포트폴리오를 검토함. 특히 기존 할리우드 프로젝트에서의 경험이 없더라도 독특한 시각 스타일이나 스토리텔링 역량을 가진 인재를 선호함
 - 에이전시의 역할은 이러한 인재들을 발굴하여 에이전시 소속으로 계약하고, 이후 CAA처럼 대형 스튜디오의 신규 프로젝트 파이프라인에 매칭하거나, WME처럼 IP 확장 프로젝트에 투입함. 또한 UTA는 디지털 인재 풀을 바탕으로, 웹툰 원작의 애니메이션화 프로젝트 시, 원작의 팬덤을 이해하고 디지털 마케팅에 강점을 가진 젊은 감독이나 디지털 콘텐츠 제작자를 투입하는 경향이 있음
- 포트폴리오 진출 경로: 국내 애니메이션 스튜디오나 작가 포트폴리오의 미국 진출은 주로 다음 경로를 통해 이루어짐
 - IP 기반 기획 개발: 에이전시는 한국의 성공적인 웹툰·웹소설 IP를 확보하여, 이를 미국 작가(Showrunner)와 감독에게 매칭하여 현지화된 애니메이션 시리즈로 기획함.

실제로 카카오 엔터테인먼트의 웹툰을 UTA에서 미국 TV 시리즈로 개발 지원한 사례가 있음

- 프로덕션 연계: CAA와 같은 에이전시는 한국 스튜디오의 뛰어난 제작 기술력을 넷플릭스, HBO 맥스, 디즈니+ 등과 같은 미국 내 대형 스튜디오의 오리지널 콘텐츠 제작 파트너로 연결할 수 있음. 또한 프로젝트 기획 단계에서부터 스튜디오에 자금 조달 및 배급 계약을 연계하여 프로젝트 성사를 지원함
- 현지 작가실(Writers' Room) 참여: 한국의 경력직 스토리 작가나 스토리보드 아티스트를 에이전시가 매니지먼트 하여, 미국 TV 애니메이션 시리즈의 작가실에 직접 배치할 수 있음. 이는 가장 직접적인 인력 교류 방식임
- 홍보 및 마케팅 연동: 에이전시는 콘텐츠가 계약을 체결한 후에도 다음과 같은 홍보·마케팅을 지원함
 - 배급사 및 OTT 연계: 클라이언트의 작품을 넷플릭스, 디즈니+ 등 주요 OTT 플랫폼에 직접 세일즈하고 계약을 주도할 수 있음
 - 어워드 캠페인: 작품의 인지도와 가치를 높이기 위해 에미상(Emmy Awards)이나 애니상(Annie Awards) 등의 어워드 캠페인 전략을 수립하고 실행할 수 있음
 - 미디어 노출: 버라이어티(Variety), 더 할리우드 리포터(The Hollywood Reporter) 등 현지 주요 미디어에 클라이언트의 성공 사례와 신규 프로젝트를 노출시켜 시장 내 영향력을 극대화할 수 있음

2. 홍보·마케팅 진출방안

- 미국시장 진출 시, 제작 외에 현지 홍보·마케팅 및 유통 인프라를 갖춘 파트너사와의 제휴는 필수적이라고 할 수 있음. 이들은 콘텐츠의 인지도를 높이고 시청자층을 확대하는데 중요한 역할을 하기 때문에 이들과의 적절한 협력이 필요함
- 미디어 홍보: 미국 내 주요 미디어 매체를 활용하여 콘텐츠를 홍보하고, 다양한 언론 기사, 인터뷰 등을 통해 한국 콘텐츠에 대한 관심을 높일 수 있음
- 유튜브 및 소셜 미디어 마케팅: 미국시장에서 활발하게 사용되는 소셜 미디어 채널을 활용하여 콘텐츠를 홍보하고, 팬들과 소통하며 브랜드 인지도를 높일 수 있음
- 온라인 플랫폼 마케팅: 온라인 플랫폼을 활용하여 콘텐츠를 홍보하고, 다양한 마케팅 활동을 통해 시청자들의 참여를 유도할 수 있음
- 현지 유명 인플루언서 협업: 미국 내 팬덤 확장과 관심 유도에 활용 가능
- K-컬처 붐 연계 마케팅: K-팝, K-뷰티 등 한류 콘텐츠와 연계하여 브랜드 시너지를 창출할 수 있음
- 미국시장에서의 마케팅은 단순한 콘텐츠 노출을 넘어, 데이터 분석을 통한 초개인화된 타겟팅과 현지 문화에 대한 깊은 이해를 바탕으로 한 문화적 공감대 형성이 중요함. 현지 파트너는 이러한 데이터 기반의 정교한 마케팅 전략을 수립하고 실행하는 데 필수적인 전문성을 제공할 수 있음. 또한, 소셜 미디어를 통한 유기적 확산과 팬덤 형성이 콘텐츠 성공에 결정적인 영향을 미치기 때문에, 현지 파트너의 소셜 미디어 마케팅 역량이 한국 콘텐츠 기업의 미국시장 안착에 중요한 역할을 할 것으로 사료됨