

CAA를 통해 파악하는 美 에이전시 시스템과 한국 기업의 진출 시 유의 사항

CAA는 1975년에 창립한 스포츠 및 엔터테인먼트 에이전시로, 20여 개의 해외 지사를 통해 전 세계의 유명 아티스트와 감독, 프로듀서 등을 지원하고 있음. '오징어 게임'의 황동혁 감독도 CAA의 고객으로, CAA는 황 감독을 위해 두 번째 시즌 제작과 관련된 협상을 지원

CAA는 한국 엔터테인먼트 산업과 관련된 다수의 프로젝트를 진행하고 있는데, 한국 기업이 미국에 진출하여 성공을 거두기 위해서는 풍부한 경험과 네트워크를 보유한 에이전시와 협력하는 것이 바람직하다는 입장

동사에서 한국을 포함한 여러 국가의 엔터테인먼트 기업과 관계자 지원 업무를 맡고 있는 Kara Petit 에이전트 인터뷰를 통해 미국 에이전시 시스템과 한국 콘텐츠에 대한 평가를 들어보고, 미국 진출을 추진하는 콘텐츠 기업들이 유의해야 할 사항을 파악해보고자 함

🕒 기업 소개

Q. CAA와 Kara Petit님에 대한 소개를 부탁드립니다.

저는 Kara Petit이고, 현재 CAA(Creative Artists Agency)에서 에이전트로 근무하고 있습니다. 저는 유럽 벨기에에서 태어나 다문화 가정에서 자랐습니다. 많은 삼촌과 이모들이 동아시아 식당에서 일하고 있었죠. 그래서 아시아의 음식은 물론 중국 영화, 한국 드라마, 일본 애니메이션 등 다양한 아시아 문화를 접할 수 있었습니다. 고등학교 때 한국 엔터테인먼트 콘텐츠에 더 관심을 갖기 시작했는데, 호기심으로 제 이름인 '카라'를 구글로 검색하고 케이팝 그룹 '카라'가 검색 결과로 나온 것이 계기가 되었습니다. 이후 한국 콘텐츠에 더 빠져들게 되면서 그 회사나 작품에 대한 모든 것을 알고 싶다는 생각이 들었고, 배우가 되는 과정과 시스템에 대해 알고 싶다는 생각이 들었습니다. 당시 주변에서 K-팝이나 K드라마를 좋아하는 사람이 없었고, 제 친구들도 크게 관심을 갖지 않았습니다. 그때 K-콘텐츠에 대해 가졌던 관심이 세상에서 가장 좋아하는 사람들과 함께 일하는 데 도움이 될 것이라고는 생각하지도 못했습니다.



< CAA의 Kara Petit 에이전트 >

CAA는 1975년에 창립한 세계 최고의 스포츠 및 엔터테인먼트 에이전시입니다. 최고의 스포츠인과 음악인, 배우들이 고객인데요, 이렇게 다양한 사람들과 함께 일하면서 느낀 점은 스포츠에 종사하는 사람도 TV에서도 재능을 발휘할 수 있다는 점입니다. 예를 들어, 한국 축구 대표팀 주장인 손흥민 선수도 저희 고객인데요, 그가 보유한 IP를 활용해 TV에서 애니메이션 캐릭터 등으로 이야기를 들려주고 싶다는 제안

을 많이 받고 있습니다. 저는 손흥민 선수에게 그러한 일이 있을 때 해당 과정을 안내하는 역할을 하고, 또한 이런 일이 일어날 수 있다는 것을 설명하는 역할을 하려고 합니다.

CAA의 본사는 미국 로스앤젤레스에 있지만, 3,500여 명에 가까운 직원들이 어디에나 있습니다. 전 세계에 걸쳐 20개 이상의 지사가 있기 때문입니다. 아시아 지역 본사는 싱가포르에 있는데, F1 레이싱 대회를 조직적으로 지원하는 등 스포츠와 관련된 일을 많이 합니다. 서울에도 사무실이 있습니다.

< CAA 본사 건물 이미지 >



앞서 말씀드렸듯이 CAA는 고객을 위한 기회를 창출하는 것이 주요 업무입니다. 일반적으로 저희는 계약할 때 특정 기간과 같은 제약을 걸지 않습니다. CAA는 서비스로 자신을 대변하고, 고객들은 만족하지 못한다면 언제든지 다른 에이전시를 찾고, 선택에 따라 다시 돌아올 수 있습니다. CAA는 최상의 서비스를 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

Q. CAA에는 어떤 부서들이 있나요? 각각의 역할도 알려주시겠습니까?

우선, CAA에는 영화를 전담하는 부서가 있습니다. 여기에서는 배우, 감독, 작가, 프로듀서 등 다양한 인사를 담당합니다. 미디어 파이낸스(Media Finance) 부서는 영화제 및 전 세계 또는 지역별 배급을 위한 영화 파이낸싱을 담당하는 사람들이 근무하고 있습니다. 한국 고객이 추진하는 영화 프로젝트 관련 업무를 담당하기도 합니다.

음악 부문에서도 유명 아티스트들을 고객으로 보유하고 있는데, CAA는 그들이 성공할 수 있도록 돕고, 그들이 프로듀서가 되거나 배우, 감독, 호스트 등 음악과 연관된 여러 분야에서 발전할 수 있도록 지원하고 있습니다. 스포츠 부문은 그 자체로도 이미 매우 영향력 있는 부서입니다, 최근에는 일본 출신의 메이저 리그 선수인 오타니 쇼헤이(大谷翔平, Shohei Ohtani)가 LA 다저스로 이적하기 위한 7억 달러 규모의 협상을 성공적으로 진행했습니다.

제가 근무하고 있는 부서는 TV 부문으로, 제가 특별한 애정을 담고 있는 곳이기도 합니다. 저는 TV 시청을 통해 많은 것을 배울 수 있었고, 세상을 알아가는 데 있어 이만한 방식이 없다고 생각합니다. 게다가, TV는 코로나19 팬데믹 시대에 많은 사람에게 도움이 되었다고 믿습니다. 그들에게 시간을 유익하게 보낼 방법을 제공해 주었습니다. 우리가 만드는 콘텐츠가 사람들의 삶을 더 풍요롭게 만들어 줄 수 있다는 것에 진심으로 감사하고 있습니다.

저는 엔터테인먼트가 모든 사람에게 필수적이라고 믿고 있으며, 감독, 프로듀서, 작가를 포함해 최고의 전문가들과 협업하는 데 자부심을 가지고 있습니다. 이 분야에서 일하는 것은 저에게 큰 만족감을 주고 있고, 쇼를 준비하고 고객과 협력할 기회가 있다는 점이 매우 만족스럽습니다.

저희 TV 부문에서는 각본 기반(scripted) 콘텐츠와 각본이 없는 비대본(ungscripted) 콘텐츠를 모두 관리합니다. 여기에는 작가, 감독, 프로듀서 및 배우를 대표하는 업무가 포함됩니다. 영화처럼 각본이 있는 콘텐츠 관련 고객 중에는 유명 감독이자 제작자인 J. J. 에이브럼스(Jeffrey Jacob Abrams), 유명 극작가 데이비드 베니오프(David Benioff)와 D.B. 와이스(Daniel Brett Weiss), 유명 프로듀서 라이언 머피(Ryan Patrick Murphy) 등이 있습니다. CAA는 그들이 제작사를 설립하도록 돕기도 하며, 그 회사를 운영할 수 있도록 적합한 운영진을 찾아주는 일도 하고 있습니다.

비대본 콘텐츠의 경우 리얼리티 쇼와 같은 프로그램들을 제작하고 관리하는 업무를 담당하고 있습니다. 예를 들어 <오징어 게임> 컨셉을 활용한 넷플릭스의 리얼리티 쇼 <오징어 게임: 더 챌린지(Squid Game: The Challenge)>의 경우, 저희 클라이언트인 스튜디오 램버트(Studio Lambert)가 제작했고, CAA도 제작에 기여했습니다.

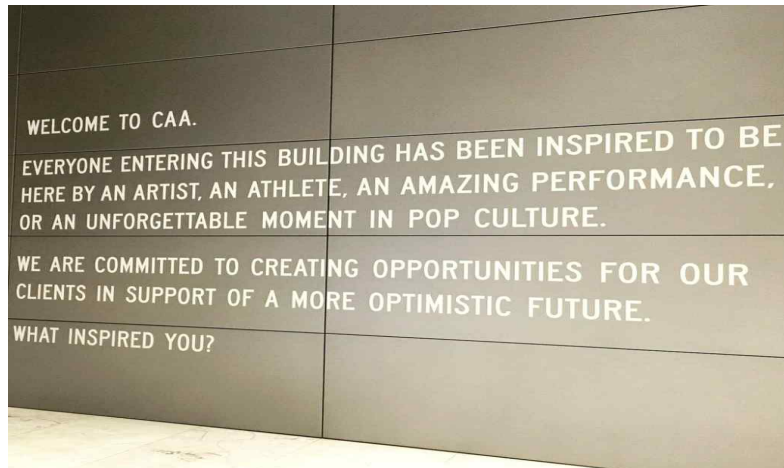
Q. 에이전트가 하는 일에 대해서 좀 더 자세히 설명 부탁드립니다.

에이전트는 사회복지사와 유사한 역할을 하며, 다양한 부문에 걸쳐 여러 서비스를 제공하고, 법률적인 부분에서도 도움을 줄 수 있습니다. 고객을 대신하여 일하면서, 계약 협상을 진행하고 진로에 대한 조언을 제공하기도 합니다. 지속적인 교육과 프로젝트 피칭은 일상의 필수적인 부분이며, 항상 고객에게 새로운 기회를 제공하기 위해 노력합니다.

클라이언트가 CAA와 계약하게 되면, CAA의 모든 사람이 그의 대리인이 됩니다. 클라이언트는 즉시 그들을 관리해줄 팀을 갖게 되며, CAA의 팀은 클라이언트를 대표하여 새로운 기회를 찾고 조언을 제공하며, 영향력 있는 사람들을 소개하고 유리한 거래를 이끌도록 협상하며, 그들의 경력을 성공적으로 개발시키기 위해 협력합니다.

저는 글로벌 TV 부서에서 미국 이외의 고객과 협력하는 업무를 하고 있는데요, 저희 부서에는 미국 이외 국가에서 태어나거나 자란 사람들로 구성된 다양한 팀이 있습니다. 저희는 다양한 국가에서 적극적으로 기회를 모색하고 있으며, 저는 한국에 대한 개인적인 열정으로 인해 누구의 특별한 지시 없이도 한국 관련 프로젝트를 진행하게 되었습니다.

< 고객에게 최선을 다한다는 CAA 사무실 벽면의 문구 >



저희 팀은 다양한 문화에 대한 이해를 높이기 위한 목적으로 함께 일하는 국가의 언어를 배우기 위해 노력합니다. 적절한 식사 에티켓과 존중하는 태도 등 문화적 뉘앙스를 배우는 것도 중요하다고 생각하는데, CAA에서 업무를 진행하는 과정에서 문화적 측면이 중요한 역할을 하는 경우가 많기 때문입니다.

CAA와 에이전트들은 미국의 관점을 강요하기보다는 이해하는 것에 중점을 둡니다. 고객을 '미국스러운' 고객으로 바꾸려 하지 않고, 세계 곳곳에 있는 고객이 각자 고유한 문화적 정체성을 유지하도록 하는 것을 목표로 합니다. 실제로 CAA의 업무에는 다른 나라의 기존 형식을 그대로 적용하는 업무가 상당 부분 포함되어 있습니다. 또한 클라이언트가 단순한 아이디어를 프로젝트로 개발시키고, 필요한 모든 요소를 조합하여 시장에 제시함으로써 최고의 제안을 확보할 수 있도록 지원하고, 광범위한 네트워크와 정보 기반을 활용하여 지역 및 글로벌 규모의 맞춤형 자문을 제공합니다.

🎯 한국 콘텐츠에 대한 평가

Q. 한국 콘텐츠에 대해서 어떻게 생각하시나요?

한국에는 정말 많은 콘텐츠가 있습니다. 비대본 프로그램과 대본 프로그램 모두 콘텐츠가 풍부하고, 그 다양성을 보는 것은 정말 놀랍습니다. 미국의 경우 특정 트렌드가 유행하고 이에 주목하는 편입니다. 반면, 한국은 그들이 있는 자리에서 뛰어난 실력을 발휘하고, 그 자체가 일종의 새로운 트렌드를 형성합니다. 이것은 제가 학창 시절부터 한국에 대해서 느껴온 부분이지요.

한국 콘텐츠의 흥미로운 점을 꼽자면, 콘텐츠의 다양성과 품질입니다. 예를 들자면, 최근 한국을 방문했을 때 한 한국 감독이 '따돌림'이라는 한국적 소재를 다룬 <더 글로리>가 미국에서 인기를 끄는 이유를 물었습니다. 제가 알고 있는 바에 따르면 <더 글로리>와 같은 한국 콘텐츠는 그 이야기를 전달하는 방식 자체로 빛을 발합니다. 미국 드라마 <리벤지(Revenge)>의 경우 주인공이 계속된 도전과 좌절에 직면하며, 시

청자들이 스트레스를 받고 다음 에피소드를 기다리게 했습니다. 그러나 <더 글로리>는 각 에피소드가 끝날 때 시청자들이 화가 나거나 괴로워하지 않도록 합니다. 주인공은 역경을 겪지만, 그 정도가 시청자들을 감정적으로 지치게 만들 정도는 아닙니다. 이 같은 독특한 접근 방식, 안정감을 주고 감정적 고통을 피하는 점은 다른 작품에서는 굉장히 드문 부분입니다.

<오징어 게임>과 같은 스릴 넘치는 시리즈부터 <종이의 집(Money Heist)>을 한국식으로 각색한 작품에 이르기까지, 한국 콘텐츠를 시청할 때 느끼는 편안함이 있습니다. 스토리가 격렬하더라도 에피소드가 끝날 때 화나거나 분노하거나 슬퍼하지 않을 것이라는 안정감이 있습니다. 제 생각에 한국 드라마는 시청자가 편안함을 느끼고 정신적 휴식을 취하며 더 행복한 시청 경험을 할 수 있도록 하고 있다고 생각합니다. 그렇기 때문에 매회마다 감정적 혼란을 겪지 않아도 된다는 점을 높이 평가하는 사람들이 많아, 보다 긍정적이고 만족스러운 시청 경험을 원하는 사람들에게 한국 콘텐츠가 인기 있는 선택지가 되는 것 같습니다.

Q. 미국 시장에서 한국 콘텐츠가 가지는 잠재력은 어떨까요?

두 가지 측면을 고려해야 한다고 생각합니다. 일단, 한국 콘텐츠는 오리지널 IP를 포함한 기존 콘텐츠를 활용해 해외에 진출할 수 있고, 포맷을 수출할 수도 있습니다. 전자의 경우, 한국 스토리를 전 세계에 더 널리 알릴 수 있는 방식으로, 전 세계 스트리밍 플랫폼에서 눈에 띄는 위치를 확보할 수 있습니다. <더 글로리>가 좋은 예시인데, 특정 콘텐츠가 보편적인 매력으로 인해 전 세계적으로 반향을 일으킨 사례입니다.

오리지널 콘텐츠 제작에 있어서는 한국이 아시아에서 가장 뛰어난 곳입니다. 한국 콘텐츠 산업은 혁신적이고 전 세계에서 통용될 매력적인 콘텐츠를 제작할 수 있는 잠재력을 가지고 있습니다. 한국 기업들은 미국 제작자들과의 협업에 대해 개방적인 태도를 보이고 있으며, 트렌드를 이끌어 가는 모습을 보입니다. 하지만 한국이 높은 제작 기준에 부합하고 높은 수준의 품질을 유지하기 위해서는 많은 도전과제와 직면하게 될 것이고, 이에 주목하는 것이 중요합니다.

그러나 한국 콘텐츠를 해외 시장에 맞게 리메이크하는 것은 쉽지 않은 작업입니다. <사랑의 불시착>과 같은 일부 IP가 리메이크를 시도한 적은 있지만, 여전히 한국만의 독특한 맥락이 남아 있었습니다. 개인적으로는 이러한 스토리에 내재된 특정 문화적 요소를 고려할 때, 해외에서 리메이크가 성공하는 것은 어렵다고 생각합니다. 많은 노력에도 불구하고 특정 IP는 다른 문화적 맥락이나 제작 환경에서 원활하게 현지화되지 않을 수 있습니다.

한편, 한국을 비롯한 비영어권 콘텐츠에 대한 관심과 개방성이 높아진 것은 글로벌 시장의 긍정적인 변화를 시사합니다. 특히 미국 시청자들은 과거와 달리 자막과 다양한 언어에 대한 수용성이 높아졌습니다. 이러한 패러다임의 변화는 한국 콘텐츠가 더 많은 시청자에게 다가갈 수 있는 엄청난 잠재력을 제공합니다.

그러나 성공을 위해서는 콘텐츠 제작을 서두르는 것이 아니라 한국 문화를 진정성 있게 담아내고, 전 세계인의 공감을 불러일으킬 수 있는 고품질의 콘텐츠를 제공하는 것에 초점을 맞춰서 신중하게 접근해야 합니다. 단순히 콘텐츠를 만드는 것이 아니라 진정으로 글로벌 관객과 연결되는 콘텐츠를 선택하는 것이 핵심입니다.

㉠ 한국 기업과 CAA의 협업 사례

Q. CAA가 한국 콘텐츠 기업이나 업계 종사자와 협업한 사례를 소개해 주십시오.

일부 내용은 기밀 사항이라 말씀드리기 어렵지만, 몇 가지 사례를 말씀드리겠습니다. 저희는 <오징어 게임>의 황동혁 감독 및 그의 제작사와 오래전부터 협력했습니다. 특히 <오징어 게임>의 두 번째 시즌과 관련된 협상을 지원했습니다. 여기에는 제작사가 재정적 지원을 확보하고 향후 프로젝트에 대한 논의를 촉진하는 것, 그리고 미국과 한국의 협업을 이끌어내는 역할이 포함됩니다. 이런 프로젝트들에 대한 기대가 커서 빨리 공유하고 싶습니다.

이 외에 저희 고객인 한 한국인 작가는 한국어로만 글을 쓰지만, 영어를 사용하는 공동 작가와 협력하여 글로벌 쇼를 제작하는 도전을 하고 있습니다. 이는 언어가 걸림돌이 되지 않으며, 한국인 작가와 영어권 파트너 간의 협업을 촉진할 수 있다는 것을 보여줍니다. 한국의 개인이 독립적으로 프로젝트를 제작하고 다양한 옵션을 모색하는 데 관심이 있다면 CAA가 그 과정을 안내할 수 있습니다. 때로는 미국의 유명 프로듀서를 소개해 줄 수도 있습니다. 이는 특정 스트리밍 플랫폼과 전체 또는 우선 계약을 맺은 고객이 있을 때 특히 유용합니다. 이러한 거래는 프로젝트가 높은 수준으로 발전할 가능성을 높일 수 있습니다.

일반적으로 에이전시 업계에서는 12개월 또는 18개월의 한정된 기간 동안 제한적으로 활동할 수 있는 옵션을 부여하는 관행이 있습니다. 그러나 이러한 방식으로는 소규모 업체가 프로젝트의 잠재력을 충분히 발휘하지 못할 때가 있습니다. 이에 CAA는 그 기간을 넘어서 프로젝트가 빛을 볼 수 있도록 하는 데 집중하고 있습니다. 현재 CAA는 한국과 관련된 15개의 프로젝트를 진행하고 있습니다.

Q. CAA가 한국 클라이언트를 영입하고 협업을 진행하는 기준이 있을까요?

CAA는 함께 일할 사람이나 기업이 있을 때, 즉 잠재적인 클라이언트가 있을 경우 공식 계약을 하기 위해 서두르지 않고 먼저 개인적인 관계를 구축하는 것을 선호합니다. 저는 사람들과 저녁을 먹든 소주를 마시든 진정으로 소통하며 서로 잘 아는 관계로 만드는 것을 좋아합니다. 바로 계약할 의도로 접근한 적은 한번도 없었고, 항상 상대방이 어떤 사람인지, 어떤 프로젝트에 참여하고 있는지, 어떤 열정을 가졌는지 알고 싶어서 접근했습니다. 일반적으로 사람들은 첫 대화를 나눈 후 저에게 계약 가능성에 대해 문의합니다. 저는 특히 흥미를 느끼거나 제 전문 분야와 일치하는 프로젝트가 있는 경우 더 많은 대화를 나누고 싶습니다.

이러한 접근 방식으로 인해 고객들은 공식적인 파트너십을 맺기 전에 CAA가 어떻게 일하는지 알 수 있게 됩니다. 저는 그들이 우리의 협업 스타일을 진정으로 이해하는 것이 중요하다고 생각합니다. 한국에서는 개인이 저를 만나고 싶다고 하면 언제든지 만날 수 있습니다. 저는 항상 한국에서 새로운 사람들을 만나 그들의 목표에 진정으로 기여할 수 있는지, 제가 제공하는 것을 통해 그들이 혜택을 받을 수 있는지 판단하는 것을 좋아합니다. 이러한 관계는 매우 중요하며, 이는 협력자 간의 신뢰와 이해가 오래 지속되는

관계와 우정으로 이어지는 한국 엔터테인먼트 산업에서 성공의 열쇠와도 일치합니다. 제 동료 중에는 30년 넘게 고객과 함께 일한 사람도 있고, 고객 자녀의 대부모가 된 경우도 있습니다. 진정한 가족 관계를 구축하는 것은 매우 중요하며, 이것이 제가 개인적으로 업무에 접근하는 방식의 본질입니다.

그리고 CAA에서 고객을 영입하는 획일화된 기준은 없습니다. 저는 개인적으로 시장에서 어떤 프로그램이 최고의 쇼로 인정받을 때까지 기다리는 않고, 그 이전에 해당 작품의 잠재력을 알아보는 방식을 좋아합니다. 저는 <오징어 게임>이 최고의 쇼로 선정되기 전에 이미 황 감독과 연락을 주고받았습니다. 그의 작품에 대해 잘 알고 있었고, <오징어 게임>을 간절히 기다리고 있었거든요. 영화가 아닌 TV에 한 번도 도전해 본 적이 없는 그가 TV를 통해 어떤 작품을 만들어낼지 궁금했습니다. 그리고 <오징어 게임>을 보는 순간 '저 사람과 함께 일하고 싶다, 저 쇼를 정말, 정말 대변해주고 싶다'라고 생각했습니다. 가끔은 프로그램을 보고 나서 프로듀서와 작가가 누구인지 바로 찾아보기도 합니다. 멋진 배우를 발견하면 그 배우에 대해 물어봅니다.

작품을 보면서 갖게 되는 느낌과 가능성을 보는 것이 중요하다고 생각합니다. 그런 다음 한국에 있는 지인들에게 연락해 "이 감독을 아세요? 한국이 아닌 다른 나라에서 기회를 찾는 데 관심이 있을까요? 점심을 같이 할 수 있을까요?"라고 물어봅니다. 그렇다고 바로 계약하는 것은 절대 아닙니다. 저는 항상 상대방이 우리와 함께 일하고 싶다는 의사를 표현할 때까지 기다립니다. 대화를 나누고 상황을 파악한 후 공식적으로 계약을 체결합니다.

이후 고객과 정식으로 계약을 하게 되면 여러 엔터테인먼트 관련 매체를 통해 발표합니다. 이러한 기사는 우리가 계약한 인물을 소개하고 그들의 업적을 자세히 설명하며, 상당한 영향력을 발휘합니다. 기사 게재 이후 미국 여러 기업의 경영진으로부터 방금 계약한 인물과 협업할 수 있는 기회를 모색하고 싶다는 연락을 많이 받습니다. 기존 고객들도 새로 계약한 인재와 함께 일하고 싶다는 의사를 밝히며 연락을 취해 미팅과 기회로 이어지기도 합니다. CAA는 사람들을 연결하고, 공통의 목표를 찾고, 진정으로 도움이 될 수 있다는 것을 전달하고자 합니다. 일단 누군가가 우리와 계약했다는 사실을 알리면 그에 대한 관심이 커지고, 우리의 평판으로 인해 새로운 기회가 생깁니다.

㉠ 한국 기업의 미국 진출 시 유의 사항

Q. 한국 기업이 미국에 진출할 때 CAA와 같은 에이전시의 도움이 필요할까요?

저는 한국 기업이 미국에서 번창하고 성공하기 위해서 외부 도움의 필요성을 인정해야 한다고 생각합니다. 미국은 한국과는 완전히 다른 시장입니다. 저는 제가 자란 유럽 시장에 대한 폭넓은 지식을 가지고 있지만, LA의 현재 직장에서 일하며 얻은 평판과 인맥이 없었다면 유럽 시장에서 많은 것을 성취하지 못했을 것이라는 점을 잘 알고 있습니다. 기회가 열려 있는 곳에 있다는 것만으로도 이미 절반은 성공한 것입니다. 물론 우수한 콘텐츠를 보유하는 것도 필수적인 요소입니다. 하지만 미국에서 배우가 아무리 재능이 있어도 적절한 인맥이 없으면 성공하기 어렵고, 미국 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 그 시장을 잘 알고 있는 이의 도움이 필요합니다.

따라서 저는 한국 기업들에게 현지의 기존 시스템을 믿으라고 조언하고 싶습니다. 에이전시들이 수십 년 동안 존재해온 이유는 비즈니스가 어떻게 돌아가는지 잘 알고 있기 때문입니다. 콘텐츠 유통 계약을 체결한 이후에 저에게 연락하는 한국 기업들이 많습니다. 이 경우 우리는 계약 체결 과정에 관여하지 않았기 때문에 이후 추가 거래를 성사시키기 더 어려워집니다. 한국 기업들이 프로세스 초기에 도움을 요청하는 것이 중요하다는 점을 알아주셨으면 합니다.

성공을 위해서는 할리우드에서 적합한 사람들을 알고 진정한 연결과 관계를 구축해야 합니다. 여러분과 여러분의 비즈니스, 프로젝트가 전 세계 시청자에게 도달할 수 있도록 진정으로 도움을 줄 수 있는 사람을 신뢰하는 것이 가장 중요합니다. 신뢰를 바탕으로 진정성 있고 신뢰할 수 있는 파트너십을 구축하는 것이 중요합니다.

그리고 현지 협력사를 물색한다면, CAA처럼 업계 최고로 인정받는 파트너와 함께 일하는 것이 일반적인 원칙이라고 말하고 싶습니다. 최고의 에이전시 중 한 곳과 일하기로 했다면, 사람들은 당신이 높은 수준의 상대와 계약하고 협력할 것이라는 인식을 갖게 됩니다. 이는 당신이 앞으로 협력하게 될 상대가 당신을 신뢰하게 된다는 뜻이기도 하죠. 그런 측면은 정말 환상적입니다.

Q. 미국 진출을 추진하는 기업들에게 조언을 부탁드립니다.

제가 관찰한 바로는 한국 사람들은 너무 빨리 움직이고 성급하게 기회를 추구하는 경향이 있으며, 이로 인해 여러 실수를 합니다. 아직 많은 미국 사람들은 한국 콘텐츠에 대해 잘 알지 못하는데, 그렇기 때문에 저와 같은 사람들이 그들을 돕고 안내하기 위해 존재하는 것입니다. 미국 기업과의 협업에 지나치게 열정적으로 뛰어드는 경우도 있는데, 이는 때때로 재앙으로 이어질 수 있습니다. 이럴 때 저희와 같은 중개자가 나서서 모두가 같은 생각을 하고 있는지, 한국 기업의 목표와 미국 기업의 목표가 일치하는지, 공통의 이해가 있는지 확인합니다. 언어 장벽 외에도 문화적 차이로 인해 문제가 복잡해질 수 있으며, 이러한 복잡성을 해결하는 것이 우리의 역할입니다.

반대로 많은 미국인들이 한국 기업과 직접 교류하고 싶어 하는 경향도 있습니다. 이때 어떤 한국 기업들은 당황하며 어떻게 해야 할지 몰라 미국 기업과의 소통을 중단하기도 합니다. 이런 경우 미국 제작사가 저에게 연락을 취해 신뢰를 회복하고 더욱 원만하게 상황을 해결할 수 있습니다.

진정으로 해외에서 성공하고 싶다면 각 국가에서 확립된 프로세스를 준수하는 것이 중요합니다. CAA의 서비스를 활용하면 이러한 목표를 달성하는 데 큰 도움이 될 수 있습니다. 물론 예외가 있을 수 있고, 에이전시를 통하지 않고도 업계에 진출할 수 있는 경우도 있겠지만, 저는 개인적으로 그런 사례를 접한 적이 없습니다.

한국 사람들과 한국 기업들, 특히 미국에서 일한 경험이 있는 한국계 미국인들은 간혹 모든 것을 알고 있다고 주장하는 경우도 있습니다. 하지만 어디에서 일하느냐에 따라 경험의 깊이가 다르기 마련입니다. 어느 정도 지식이 있더라도 공신력 있는 기관과의 연계가 없다면 그 영향력이 원하는 수준에 미치지 못할

수도 있습니다. 따라서 다문화 협업의 복잡한 환경에서는 항상 배우고 탐색해야 할 것이 많기 때문에 모든 것을 알고 있다고 주장하는 개인에 대해 주의해야 합니다.

마지막으로, 한국 기업들이 어떤 결정을 내리기 전에 우리에게 먼저 연락을 하라고 권유하고 싶습니다. 저희는 도움을 줄 수 있는지 여부를 투명하게 공개하고, 계약을 체결하기 이전에 충분히 설명합니다. 특히 한국 오리지널 프로그램을 다룰 때는 미국 에이전시와 협업하는 것을 강력히 추천하고 싶습니다. 예상치 못한 상황이 발생할 수 있기 때문입니다. 예를 들어, 프로그램이 전 세계적으로 성공을 거뒀을 때 초기 계약이 제대로 이뤄지지 않았다면 나중에 우리가 이를 조율하려 해도 쉽지 않을 수 있습니다.

한국 시장만을 고려하지 말고 미래지향적인 사고방식으로 접근하는 것이 좋습니다. 한국에서 소비할 것만을 염두에 두었다더라도 나중에 다른 시장에도 영향을 미칠 수 있기 때문입니다. 저는 쇼가 성공을 거두거나 향후 또 다른 계획이 있으면 불안정한 상황에 부닥치지 않도록 계약 조건을 검토하기 위해 저희에게 연락하라고 조언합니다. CAA는 정직과 투명성을 강조하며, 고객이 서비스를 이용하기로 결정하기 전에 우리가 진정으로 도움을 줄 수 있는지 여부를 알려줍니다. 이를 통해 고객이 충분한 정보를 얻고 잠재적 결과를 명확히 이해한 후 결정을 내릴 수 있도록 합니다.

※ 인터뷰는 2023년 12월 미국 LA에서 진행되었습니다. 인터뷰 내용은 콘텐츠 관련 해외 정보에 대한 국민들의 이해를 높이기 위한 참고사항일 뿐 한국콘텐츠진흥원의 공식 견해가 아니며, 어떠한 법적 효력도 부여되지 않음을 알려드립니다.