MIFA 참여기, 애니메이션 제작사 선우앤컴퍼니의 조동한 매니저 인터뷰

프랑스에서 개최되는 MIFA(안시 국제 애니메이션 마켓)는 세계 최대 애니메이션 행사 중 하나로서, 2023년 행사에는 3,000개 이상의 기업과 전 세계 바이어 등 6,700여 명의 관계자들이 참가. 해당 행사에서 한국콘텐츠진흥원은 국내 애니메이션 기업 20개 사가 참가한 한국공동관을 운영

1974년 설립된 선우앤컴퍼니는 국제적인 홍보와 영업을 위해 공동관에 참여했으며, MIFA를 통해 전 세계의 다양한 기업들과 협력을 논의했음. 다만, 선우앤컴퍼니는 프랑스와 유럽 국가들은 자국 콘텐츠 방송 비율을 정하는 방송 쿼터제를 도입하여 프랑스 진출이 쉽지 않다는 점을 지적

선우앤컴퍼니의 조동한 마케팅 매니저 인터뷰를 통해 MIFA 행사 참여 과정과 현지 분위기를 알아보고, 한국 애니메이션 업체의 해외 진출을 위한 조언을 들어봄

기업 소개

Q. 선우앤컴퍼니에 대한 소개를 부탁드리겠습니다.

㈜선우앤컴퍼니(Sunwoo & Company)는 1974년 설립된 선우프로덕션이 전신으로, 애니메이션 기획과 제작, 캐릭터 및 브랜드 라이선싱 사업을 하는 국내 최고 수준의 엔터테인먼트 업체입니다. 창의적이고 경쟁력 있는 애니메이션 개발과 그에 따른 캐릭터 라이선스 사업 등 복합 마케팅으로 아이들에게 꿈과 희망을 줄 수 있는 진정한 글로벌 엔터테인먼트 기업으로 발돋움하고 있습니다.

지금까지 '별나라 삼총사', '엄마 찾아 삼만리', '엉뚱발랄 콩순이', '꼬마탐정 토비&테리', '반짝반짝 달님이', '슈퍼트론' 등의 애니메이션을 런칭하였고, 한국 최초의 넷플릭스 오리지널 애니메이션 시리즈인 〈꼬마탐정 토비&테리〉를 세계 최대 완구사인 하스브로(Hasbro)와 공동 제작하여 2018년 전 세계 190개국에 런칭했습니다.

〈 선우앤컴퍼니가 공동 제작한 한국 최초 넷플릭스 오리지널 애니메이션 '꼬마탐정 토비&테리' 〉

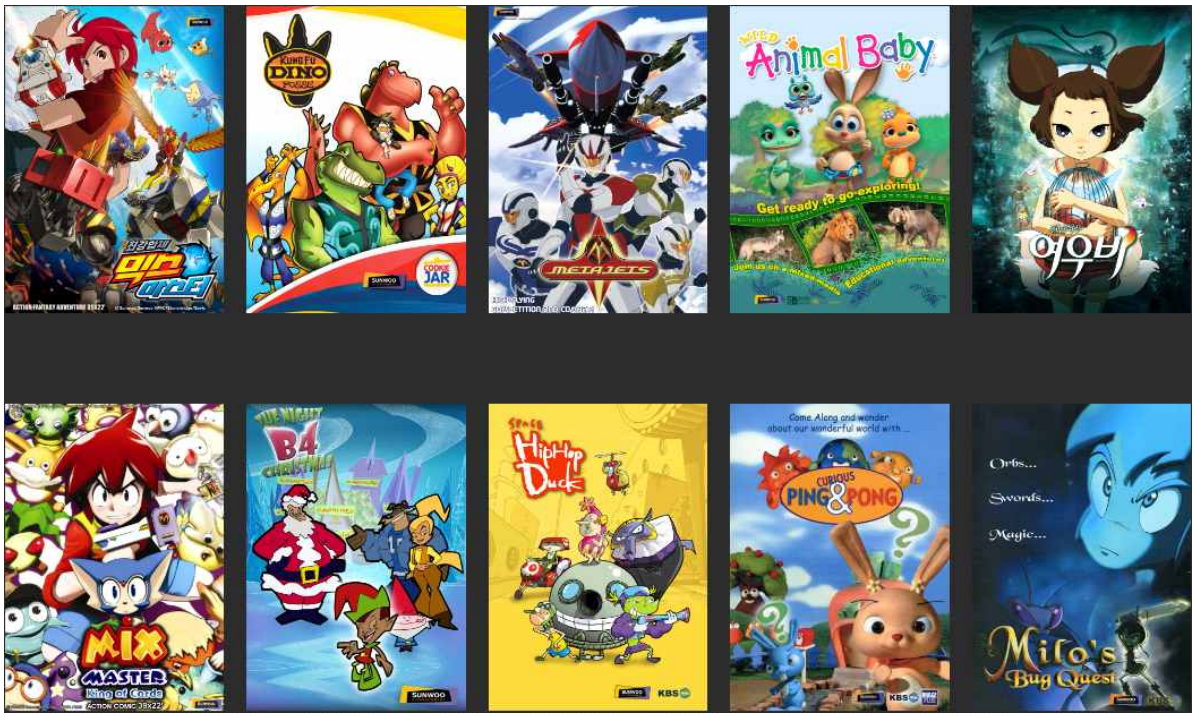
※ 이미지 출처: 선우앤컴퍼니 홈페이지

선우앤컴퍼니

홈페이지: https://www.sunwoo.com/
대표 전화: 02-2103-8010
대표 이메일: contact@sunwoo.com
인터뷰이: 조동한 / 마케팅 매니저

선우앤컴퍼니는 2D와 3D 애니메이션을 모두 제작하고 있는데, 2D의 경우 일반적으로 일본의 연령대가 높은 고객층을 겨냥한 애니메이션을 제작합니다. 한국 시장은 3D 중심이고 저연령층을 대상으로 제작하고 있습니다, 한국에서는 아직 성인을 대상으로 하는 애니메이션을 제작하고 있지는 않습니다.

〈 선우앤컴퍼니가 제작한 오리지널 작품 사례 〉



※ 이미지 출처: 선우앤컴퍼니 홈페이지

Q. 선우앤컴퍼니의 경쟁력은 무엇인가요?

선우앤컴퍼니는 1974년 설립되어 50여 년간 애니메이션 산업에 종사하여 해외 파트너사들이 많고, 품질이 좋은 애니메이션을 만들 수 있는 능력을 갖추고 있습니다. 또한 국제적 사업 기회, 투자 유치, IP 사업화 등의 노하우를 보유하고 있으며, 국제 공동 제작도 활발히 하고 있습니다. 특히, IP를 활용한 완구 사업도 직접 하고 있는데, 애니메이션을 처음 제작할 때부터 완구 사업을 고려합니다. 즉, 선우앤컴퍼니는 풍부한 협력사 네트워크를 보유하고 있으며, 퀄리티 있는 작품을 만들 수 있는 역량과 노하우를 갖추고 있다는 점이 강점입니다.

MIFA 전시회 참여 목적과 주요 성과

Q. MIFA에는 어떻게 참여하시게 되었는지요?

프랑스 안시에서 열리는 MIFA가 세계적인 전시회이기 때문에, 국제적인 홍보와 영업을 기대하면서 참여를 계획하고 있었습니다. 그래서 한국콘텐츠진흥원의 지원 공고를 확인하여 신청하게 되었고, 참여업체로 선정되어 참석하게 되었습니다. MIFA에는 처음 참여하게 되었는데, 실제로 겪어보니 일반적인 전시회와는 다르다는 것을 알게 되었습니다. MIFA 참여기업의 대부분이 애니메이션 업체들이기 때문에 애니메이션 작품의 공동 제작, 기획, 세분화된 협업 등을 논의 할 수 있는 전시회였습니다. 다만, 방송사나 배급사, 라이선스사 등 투자자를 찾거나 영업을 하는 것에 특화된 전시회에 참여하길 원하는 기업들이라면 MIFA가 아니더라도 다른 국제적인 애니메이션 관련 전시회에 참여해도 되겠다는 생각도 들었습니다.

Q. MIFA에서 해외 유통업체들과는 미팅을 많이 진행하셨는지요?

MIFA가 국제적인 전시회이기 때문에 프랑스 기업뿐 아니라 전 세계 국가의 기업들을 만날 수 있었으며, 아직 확정하지는 않았지만 2024년 MIFA 참여도 긍정적으로 검토하고 있습니다. 이들을 대상으로, 콘텐츠 성격에 따라 시즌별, 또는 작품별로 판매 홍보 프로그램을 진행했습니다. 네트워킹 성격에 따라 케이스 바이 케이스(case-by-case)로 사업 홍보와 제안을 했습니다.

그리고 해외 업체 미팅과 논의는 MIFA에서 끝나는 것이 아닙니다. MIFA를 포함한 여러 전시회에 매년 가다 보면 주기적으로 만나는 파트너사나 기관 관계자들이 생기게 마련입니다. 이러한 경우에, 각 업체에 대한 정보 및 사람들을 알 수 있습니다. 또한 각 해외 파트너의 홈페이지나 기사 등을 체크하여 사전 정보를 활용 접근하여 제안할 이슈를 만들어 논의하기도 합니다. 선우앤컴퍼니도 MIFA 이후 다른 프랑스 전시회인 MIPCOM에서 어린이 대상의 무료 TV 채널인 M6 그룹 산하 굴리(Gulli)와 논의를 진행했습니다.

한편, MIFA의 경우 많은 참여기업은 각자의 콘텐츠를 판매하기 위해 전시회에 참여하는데, 프랑스와 유럽 국가에는 일정량의 콘텐츠를 자국에서 만들어진 작품으로 제공해야 하는 쿼터제가 있습니다. 방송사는 쿼터제를 지키기 위해 해외 콘텐츠 구매와 유통에 제약을 받을 수밖에 없어 한국 업체들과 다른 외국업체들이 프랑스나 유럽에 콘텐츠를 판매하기가 쉽지 않았습니다.

해외 진출에 대한 정보와 조언

Q. 해외 진출이나 공동 제작 추진 시 필요한 정보들을 어떻게 확인하시나요?

해외 시장 및 업계 동향, 업체 정보 등은 현장에서 만나는 외국업체들과 이야기를 하면서 얻고, 만약의

경우 문제가 발생하면 경험이 있는 업체들을 만나서 실마리를 푸는 방식으로 해결하고 있습니다. 이 외에 관련 잡지나 신문들을 참고하기도 하며, 한국콘텐츠진흥원에서 발간되는 보고서들도 많이 참고하고 있습니다.

공동 제작을 위해 필요한 정보들을 파악하는 방식은 다양합니다. 입소문으로 정보를 얻기도 하고, 각 지역별로 작품이 추진될 때 해당 지역의 업체들을 가능한 한 많이 조사하고 협의가 가능한 분들을 만나 논의하여 진행하고 있습니다. 이는 작품이나 기간마다 다르며, 어떤 경우에는 간접적인 소개를 통해 외부 연락이 오기도 합니다. 중요한 것은 소문과 정보를 얻을 수 있도록 각 지역과 온라인을 활용한 다수의 홍보전략을 반드시 진행하는 것입니다.

공동 제작의 경우, 작업 물량에 따라서 비용이 배분됩니다. 다만, 프랑스에서는 현지 업체들이 정부나 기관의 지원금을 받으면, 프랑스 내의 쿼터제를 지켜야 합니다. 이를 위해 프랑스 작품이라는 것을 인증받아야 하는데, 쉽지 않습니다. 프랑스에서 한국 기업에 하청을 주는 것은 가능해 보입니다. 쿼터제로 인해 한국 콘텐츠 업체들은 별도로 에이전트나 스폰서에 지원금을 지불하는 방식을 요구받고 있습니다. 제 생각에는 이런 이유로 인해 공동 제작보다는 프랑스로 작품을 수출하는 것이 유리해 보입니다.

Q. 한국 정부나 유관 기관에 대해 하시고 싶으신 말씀이 있을까요?

해외 판매 시 어려운 점 중 하나는 더빙 버전을 만들기 위한 비용 등 현지화를 위한 비용이 부담된다는 것입니다. 그래서 더빙 등 현지화를 위한 비용이 지원되면 좋겠다고 봅니다. 또한, 프랑스의 경우 광고 협찬 등을 정부 지원금으로 도와줄 수 있으면 좋겠습니다. 그러면, 프랑스나 유럽 진출이 쉬워질 것으로 보입니다.

이 외에도 MOU나 협약 등을 통해 국산 인증에 관련된 양국 간의 협력 형태를 만들어 주셨으면 합니다. 두 국가의 기업이 공동 제작하였을 때 두 국가 모두에 인증이 되었으면 합니다. 또 다른 바람이라면, 행사를 중심으로 한 정부 기관의 지원도 좋지만, 온라인상에서 각 기업의 브랜드 및 국가 브랜드의 마케팅에 지원을 해주었으면 합니다. 펜데믹 이후, 온라인 전시회에 대한 참여가 많아졌습니다.

애니메이션 제작 지원의 경우에도 실질적인 제작에 도움이 되는 비용 등에서 좀 더 많은 지원이 있었으면 합니다. 만약 프랑스로 진출하는 데 협력사들과의 구체적인 실행 계획이 나온다면 현지 유통을 위한 초기 비용을 지원하고, 실질적 산출과 성과를 공유하여 윈윈이 될 수 있을 것이라고 생각합니다. 현장에서 인력을 찾기가 너무 어렵다는 점도 문제인데요, 인력 문제 해결을 위한 직간접적 지원이 있으면 합니다.

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