



BCWW 2020 쇼케이스

## 한국콘텐츠진흥원 방송영상 콘텐츠로 뉴노멀 시대 디자인

한국콘텐츠진흥원은 한국 방송영상 콘텐츠의 해외 진출을 돕고, 국가 간 거래와 교류를 통한 상호 발전을 도모하고자 지난 2001년 '국제방송영상콘텐츠마켓'(BroadCast WorldWide, 이하 BCWW)을 출범, 지금까지 아시아 최대 수준의 규모로 개최해왔다. 올해로 20회째를 맞은 BCWW 2020은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 온라인 마켓 형태로 열렸다. BCWW 2020은 '콘텐츠, 뉴노멀 시대를 디자인하다(Content, Designing the New Normal)'라는 슬로건을 선보였다.

처음 시도된 'BCWW 온라인마켓'에는 코로나19로 글로벌 마켓이 취소·연기돼 비즈니스에 어려움을 겪고 있던 국내외 방송영상 콘텐츠 168개 기업이 참가했다. 전세계 46개국 530여명의 바이어가 비즈 매칭에 참가하면서 제로 콘택트의 상황에도 불구하고 예년과 다를 바 없는 비즈니스 수요를 체감할 수 있었다. BCWW 2020은 ▲ 국내외 방송영상 기업의 콘텐츠를 한눈에 볼 수 있는 온라인 전시관과 온라인 화상 비즈니스 상담 프로그램으로 구성된 'BCWW 온라인마켓' ▲ 글로벌 방송영상 업계의 트렌드 파악 및 미래를 조



뉴미디어 쇼케이스

망하는 'BCWW 콘퍼런스' ▲ 각종 피칭 및 쇼케이스, 크리에이터 토크콘서트, 뉴미디어 콘텐츠 시상식 등 'B2B/B2C 프로그램'으로 크게 구성됐다. 이번 BCWW 2020의 가장 큰 특징은 행사 홈페이지인 'bcww.kr'을 중심으로 모든 것이 진행되는 온라인 마켓이라는 점이다. 이를 위해 전면적인 시스템 개편을 단행, 홈페이지에서 참가 기업의 모든 콘텐츠를 한눈에 볼 수 있는 것은 물론 맞춤형 검색기능을 탑재해 이용자 편의성을 높이는 데 주력했다. 또 실질적인 비즈니스 성과 창출을 위해 마련한 '국제 포맷기획안 피칭', 'K-포맷 쇼케이스', 'BCWW 쇼케이스 시리즈' 등 온라인 피칭과 쇼케이스에도 워너브라더스 아담 스테인만 부사장이 참관하는 등 글로벌 빅 바이어들의 관심이 이어졌다. 한류 스타 주원과 배우 김희선 주연의 드라마 '엘리스'를 비롯한 미국 FOX에 첫 방송을 앞둔 '너의 목소리가 보여' 포맷 등 다채로운 K-콘텐츠가 각각의 국가 시간대 맞춤형으로 소개됐다. 넷플릭스 오리지널 시리즈 '설국열차'의 총괄 제작자 마티 아델스타인의 '뉴노멀 시대, 아시아 방송 콘텐츠 르네상스', 글로벌 드라마 배급사 '에코라이즈'의 대표 니콜라 소더룬드의 '해외가 보는 K-콘텐츠의 매력' 등 K-콘텐츠의 기회를 논하는 세션들에 대한 관심이 이어졌다.

국내 지상파 3사(KBS, MBC, SBS) 본부장급 인사들의 대담으로 진행된 '급변하는 시대, 한국 대표 방송사의 미래 전략' 같은 국내 방송산업의 앞날을 관망하는 세션도 청중들의 이목을 끌었다. 이밖에 ▲ 해외 드라마의 국내 리메이크작 '부부의 세계', '60일 지정생존자'의 성공 사례 공유 ▲ 2020년 넷플릭스 오리지널 콘텐츠 화제작 '인간수업', '투게더'의 제작자가 이야기하는 한국콘텐츠의 새로운 지평 ▲ '라키남', '마포 멧쟁이' 등 대세 쇼트 폼 콘텐츠의 제작 배경 ▲ 드라마 '스토브리그' 이신화 작가의 창작 비하인드 스토리 등 기획·창작·제작·유통의 다양한 관점에서 K-방송영상 산업의 현재를 조망할 수 있는 다양한 프로그램으로 구성됐다. 행사 기간 콘퍼런스 누적 시청자 수가 1만5천명을 기록하는 등 연일 성황을 이뤘다. BCWW 2020은 뉴노멀 시대 마켓의 새로운 모습을 제시한 점에서 의미가 있다. 한국콘텐츠진흥원은 BCWW를 단순한 행사의 차원을 넘어 우수 K-콘텐츠의 국내 기반 강화와 해외 진출을 위한 상시 플랫폼으로 개편하고 포스트 코로나 시대를 준비해 나갈 계획이다. ▼