

# 영국 케이블사업자 Virgin Media의 멀티스크린 전략

■ 신 호 철\*

## 1. 개요

최근 N-스크린이란 단어가 자주 회자된다. N-스크린(N-Screen)이란 공통된 운영체계를 탑재한 다양한 단말기(PC, 태블릿 PC, 노트북, 스마트폰 등)에서 공통된 서비스를 이용할 수 있는 체계를 의미한다. 이는 주로 Apple이나 Google 같은 운영체제 기반 사업자의 주요 전략으로 언급되곤 한다. 하지만 방송사업자와 통신사업자도 N-스크린과 관련하여 자사 콘텐츠 또는 제휴 콘텐츠를 제공할 수 있는 다양한 플랫폼을 확보하는 데 주력하고 있다. 여기서는 스크린 수를 TV, PC, 모바일의 3개 스크린으로 국한하여 N-스크린보다 지엽적인 개념으로 멀티스크린이란 용어를 사용하도록 하겠다.

영국의 방송시장은 해가 갈수록 급변하고 있다. 기존의 지상파방송사와 케이블방송사, 위성방송사의 서비스 구분이 점점 모호해지고 있으며, 서로 경쟁관계였던 사업자들이 전략적 제휴를 통해 새로운 수익모델을 모색하고 있다. 지상파방송사들은 기존의 지상파방송망으로 제공했던 Freeview 서비스를 위성망에까지 확대하였고 통신사업자, 브로드밴드사업자 등과 제휴하여 Youview<sup>1)</sup>를 탄생시켰다. 이에 따라 유료방송

\* 정보통신정책연구원 동향분석실 전문연구원, (02)570-4054/animeshin@kisdi.re.kr

사업자인 Virgin Media와 Sky는 새로운 경쟁자의 출현으로 새로운 전략을 모색할 수밖에 없게 되었다.

본고에서는 Virgin Media의 멀티스크린 전략을 통해 급변하는 방송환경에 대응하는 영국 케이블사업자의 TV 서비스 전략을 살펴보도록 하겠다.

## 2. 시장 현황

Virgin Media는 영국의 유일한 케이블TV 사업자이며 380만 가구의 가입자를 보유하고 있는 영국에서 두 번째로 규모가 큰 유료방송사업자이다. Virgin Media는 Virgin1, LIVING, Bravo, Challenge 등 7개의 엔터테인먼트 채널을 운영하는 Virgin Media Television(VMtv)을 소유하고 있었으나, 2010년 6월 BskyB가 1억 6천만 파운드에 인수하였다.<sup>2)</sup> Virgin Media는 영국에서 QPS(quadruple play service)를 제공하고 있는 유일한 사업자이며 모바일 서비스를 제공하고 있지만, 자사 네트워크가 아닌 T-Mobile의 네트워크를 임대하여 MVNO 방식으로 제공하고 있다. Virgin Media는 2009년에 모바일 방송을 제공하기 시작했으며, 2009년 9월에 Disney와 3-스크린 계약을 맺었다. 이후 2010년 7월에는 MTV Network와 동일한 계약을 체결하였다.

TV시장에서 Sky는 Virgin Media의 가장 강력한 라이벌이다. Sky는 990만 가구의 유료방송 가입자를 확보하고 있으며 영국의 프리미엄 콘텐츠, 특히 스포츠 콘텐츠에 대한 독점권을 갖고 있다.

한편, IPTV는 영국의 TV시장에서 새로운 서비스로 떠오르고 있다. 주로 통신사업자인 BT가 주도하고 있으나, 그 규모는 작은 편이다. 영국의 가장 큰 브로드밴드사업자인 TalkTalk는 최근 ISP사업자인 Tiscali를 인수하였으며, BT와 함께 Youview 사업에 참여하고 있다.

1) BBC를 중심으로 7개의 사업자가 공조사업체(joint venture)를 구성하여 Project Canvas라는 프로젝트를 수행, 2010년 9월 16일에 Youview를 설립함

2) Guardian(2010. 6. 4)

그리고 지상파방송사는 지상파뿐만 아니라 위성으로도 DTT(digital terrestrial television) 서비스를 제공하고 있다. 2010년 1분기에 영국의 약 38% 가구가 주수상기(primary television)로 디지털지상파방송을 시청하고 있는 것으로 나타났다.<sup>3)</sup>

### 3. Virgin Media의 TV 서비스 현황

Virgin Media는 그동안 자체 TV 콘텐츠를 일부 제작하기도 하였으나, 주로 Sky나 ESPN같은 콘텐츠제공사업자에게 콘텐츠를 제공받아 이를 편성해왔다. 이에 따라 Virgin Media는 Sky처럼 프리미엄 콘텐츠에 대해 영향력 있는 위치를 점하고 있지 못하다. 그러나 차세대 FTTC(fiber to the cabinet) 네트워크와 브로드밴드 셋톱박스의 보급을 통해 Virgin Media는 콘텐츠를 소비자의 TV 스크린에 도달하게 하는 방식에 있어 선도적인 역할을 하고 있다. 또한 종합적인 방송TV 채널로서 true VOD 서비스를 제공하고 BBC의 iPlayer, 채널4의 4OD, ITV의 Net Player 등 온라인 catch up TV 서비스를 제공하고 있다.

Virgin Media의 기본 TV 서비스는 무료이며, 대신 이용자는 Virgin Media는 월 11파운드인 네트워크 임대료(telephony line rental)를 납부해야 한다. 기본 TV 서비스는 총 45개 채널을 제공하며 이는 지상파디지털방송에서 수신하는 채널과 유사하다. 패키지는 20개 채널 추가에 6.5파운드, ESPN 스포츠 채널을 포함한 125개 채널 추가에 23파운드가 소요된다. 주문형 콘텐츠는 Virgin Media의 TV패키지에 포함된다. 모든 시청자는 공공서비스방송사(PSB)의 catch up 서비스를 제공받을 수 있는데 Virgin Media의 XL TV 이용자도 뮤직비디오와 콘서트, 주문형 TV 시리즈를 추가비용 없이 시청할 수 있다. Sky Sports 채널과 Sky Movies 채널은 각각 16.5파운드를 지불하면 시청이 가능하다. 하지만 모든 Sky Sports 채널과 Sky Movies 채널을 포함하여 165개 채널을 제공하는 풀패키지의 이용료는 월 49파운드이며, 이는 Sky가 제

3) OVUM(2010)

공하는 최상의 TV패키지와 맞먹는 가격이다.<sup>4)</sup>

Virgin Media는 보다 나은 TV환경을 제공하기 위해 다양한 사업자와 제휴를 맺고 있다. 2009년 11월, Virgin Media는 DVR 셋톱박스 및 서비스사업자인 TiVo와 새로운 계약을 맺었다. 상호독점적 계약 합의 하에 TiVo는 Virgin Media의 HD 셋톱박스를 활성화하기 위해 융합 TV(converged TV)와 브로드밴드 양방향 인터페이스를 개발하기로 하였다. TiVo는 Virgin Media에 홈 콘텐츠 공유(in-home content-sharing)에 있어 상당한 역량을 가져다 줄 것으로 예상된다. TiVo는 Virgin Media의 차기 셋톱박스의 미들웨어와 UI(user interface) 소프트웨어에 있어 독점적인 지위를 가질 것이며, Virgin Media 또한 영국에서 TiVo 서비스와 기술에 대한 독점적인 공급망을 갖게 될 것이다.

#### 4. Virgin Media의 멀티스크린 전략

2006년 Virgin Media는 BT Movio와 제휴하여 모바일TV 서비스를 개시하였다. 그러나 2007년에 가입자 유치에 실패하여 서비스를 중단하고 말았다. 이러한 시도는 부분적으로 모바일TV 시장에 진입하는 효과를 가져왔으나, 전송기술로 DAB 주파수를 활용함으로써 제한된 대역폭으로 인해 비디오 신호를 전송할 수 없었다. 그 후 Virgin Media는 온라인과 모바일 포털용 단편 형식(short form)의 콘텐츠에 초점을 맞추기 시작하였고 이는 점차 소비자의 주목을 이끌었다. 현재는 PC와 모바일 스크린에 제공할 수 있는 장편 형식(long form)의 콘텐츠에 다시 한 번 도전하고 있다.

2010년 4월, Virgin Media는 전국 어디서나 접속이 가능한 온라인 VOD영화 서비스를 개시하였다. 영화는 구입 후 48시간 동안 언제든지 시청이 가능하며 PC, 랩탑, 커넥티드TV 등에서 스트리밍 방식으로 시청할 수 있다. 이후 7월에 온라인과 모바일 TV 기반의 Virgin Media Player를 개시하였고 서비스 초기에 Virgin Media의 브로드밴드 서비스를 이용하고 있는 XL TV 가입자들은 ITV, LIVING, Disney, Cartoon

4) OVUM(2010)

Network, National Geographic, Discovery 뿐만 아니라 MTV Networks UK & Ireland 의 MTV, Nickelodeon, Comedy Central을 시청할 수 있다.<sup>5)</sup> 2010년 10월에는 NBC Universal과 3-스크린 콘텐츠 계약을 체결하여 가입자는 12월 1일부터 Virgin Media Player로 HD 주문형 서비스를 이용할 수 있게 되었다.<sup>6)</sup> Virgin Media Player는 또 Virgin Mobile 이용자에게 공공서비스방송사의 catch up 서비스인 4OD를 제공하고 모바일로 특화된 MTV(MTV Music, MTV Snax), Nickelodeon, Comedy Central의 단편, 장편 형식의 콘텐츠를 제공하고 있다. 이러한 Virgin Media Player 콘텐츠 라인 업은 2010년 말까지 지속적으로 확대될 것이다.

Virgin Media의 장기적인 전략은 3개의 플랫폼에서 “Virgin Media Experience”를 통합 제공하는 것이다. 그러나 이러한 전략은 단순히 3개의 단말기에서 동일한 서비스를 제공한다는 의미만을 가지는 것은 아니다. 이용자는 각기 다른 단말기를 통해 다르게 반응하므로 UI 또한 다를 수밖에 없다. Virgin Media는 일관성 있는 느낌을 주기 위해 각각의 인터페이스 중 동일한 기능들을 통합할 것이지만 서비스와 인터페이스 자체는 각각의 플랫폼에 최적화할 것이다.<sup>7)</sup>

또한 Virgin Media는 콘텐츠를 제공하는 각 플랫폼을 연결하는 방안을 모색하고 있다. 이는 간단하게는 프로그램 가이드 원격조정과 PVR부터 가능하게 할 것이다. 그러나 이러한 기술 외에도 회사는 이미 고도화된 기술방식을 테스트하고 있는데, 이용자가 하나의 단말기에서 화면을 정지시킨 후 다른 단말기에서 연속해서 시청할 수 있는 방법이 그 대표적인 예가 될 것이다.

이러한 기술적 과제를 극복하는 데 있어 회사는 내부적 요인을 해결하는 데 중점을 두었다. 과거에는 분업화된 조직 구조로 인해 TV, 브로드밴드, 모바일 부문이 각기 별개의 팀으로 존재하였다. 그러나 멀티스크린 전략을 추진하는 데 있어 각기 다른 개별 팀의 공조가 필요했고, 공조된 조직이 효율적이라고 판단하였다. 현재 Virgin

5) Virgin media(2010. 7. 29)

6) Virgin Media(2010. 10. 25)

7) OVUM(2010)

Media는 내부 조직을 정비하여 이러한 이슈를 해결하고 있으며, TV와 온라인 콘텐츠 전략을 아우르는 디지털 엔터테인먼트 부서를 출범하였다.

이 밖에 Virgin Media는 TV 부문의 멀티스크린 강화 전략으로 삼성전자와 2010년 9월 29일 3D VOD 서비스의 전략적 파트너십을 체결하였다. 이를 통해 Virgin Media는 자사의 3D 콘텐츠를 삼성전자의 3D TV에 시연하는 장을 마련할 계획이라고 밝혔다.<sup>8)</sup> 이는 영국의 3D TV 판매 비율이 가장 높은 삼성전자의 3D TV를 통해 자사 3D 콘텐츠 이용 비율을 높이려는 전략으로 풀이된다.

## 5. 결 어

영국의 케이블사업자인 Virgin Media는 Sky의 프리미엄 콘텐츠 독주체제 속에서 강력한 경쟁적 지위를 확보해나가고 있다. Virgin Media는 차세대 광 네트워크(next generation fiber network)를 보유하고 있으며, 영국에서 유일한 QPS 제공사업자이다. 이러한 Virgin Media의 브랜드 가치는 계속 상승하고 있다. Virgin Media는 TV 서비스가 가능한 다양한 플랫폼에 콘텐츠를 제공함으로써 부가가치를 높이는 전략을 취하고 있다.

그러나 최근 BBC, BT를 필두로 방송사업자와 통신사업자의 합작사업체가 하이브리드 디지털방송 서비스인 Youview를 탄생시키면서 Virgin Media를 포함한 유료방송사업자는 새로운 도전에 직면하게 되었다. 이에 따라 유료방송사업자들은 지속적인 차별화와 부가가치 창출을 위해 노력을 해야 하는 상황에 이르렀으며, 멀티스크린 전략은 더욱 가속화될 것으로 예상된다. Virgin Media는 자체 제작보다 콘텐츠제공사업자와의 제휴를 통해 콘텐츠를 제공하고 있으므로 이들 콘텐츠제공사업자와의 관계 설정뿐만 아니라 향후 다양한 콘텐츠제공사업자와의 제휴가 멀티스크린 전략의 성공 여부를 가늠한다고 해도 과언이 아닐 것이다. Virgin Media의 멀티스크린 전략이 성공하기 위해서는 콘텐츠 확보가 절실하겠지만, 다양한 플랫폼에서의 QoS 보장도 콘

8) 한국경제(2010. 9. 29)

텐츠제공사업자와의 계약에서 설득력을 가지는 중요한 요인으로 작용할 것이다.

## 참고자료

- 《한국경제》, (2010. 9. 29), “삼성, 英 ‘버진미디어’ 손잡고 3D TV 확대 나서”.
- 《Guardian》, (2010. 6. 4), “BSkyB buys Virgin Media TV channels for £160m”.
- OVUM (2010). “Virgin Media: multi-screen strategy”, 2010. 9. 20.
- Virgin Media (2010). “Expands three-screen line-up with MTV Networks UK & Ireland agreement”, press release, 2010. 7. 29.
- \_\_\_\_\_ (2010). “Virgin Media Enters Agreement with NBC Universal International Television Distribution”, press release, 2010. 10. 25.
- Virgin Media [www.virginmedia.com](http://www.virginmedia.com)
- Guardian [www.guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk)
- Youview [www.youview.com](http://www.youview.com)