

브라질-한국게임포럼 및 비즈니스 상담회

# 온라인게임의 신대륙, 브라질에서 국산 온라인게임 비즈니스 상담회 개최

지난달 23일부터 이틀 동안 브라질 상파울로에서 국내 온라인게임 업체와 브라질의 관련 기업을 대상으로 1대 1 수출 상담회를 개최했다. 이번 상담회는 현재 온라인 게임 수출이 중국과 동남아권에 치중돼 있는 우리나라 현실을 감안할 때 브라질시장이라는 새로운 수출 돌파구를 열어줄 것으로 기대된다.

글 김일곤 한국소프트웨어진흥원 콘텐츠전략지원팀 수석

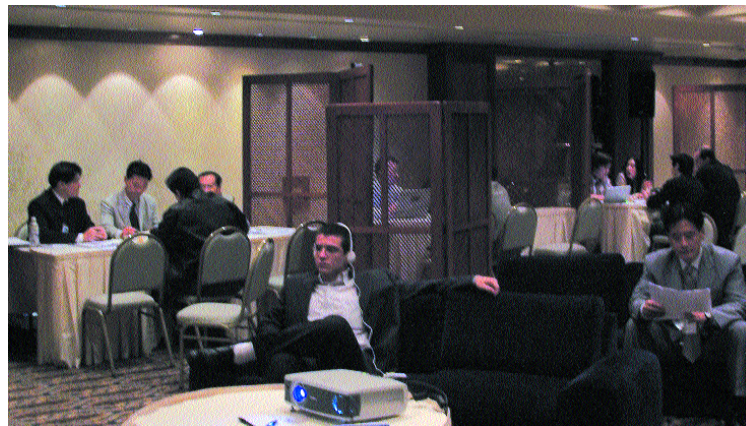
**삼**바 축제, 축구, 다양한 인종으로 많은 사람들에게 각인된 브라질. 그러나 브라질에 가려면 비행기를 타는 시간만 30시간 가량을 인내해야만 한다. 사실 많이 알고 있는 것 같은 친근한 브라질이지만, 잘 모르는 나라 또한 브라질인 듯 싶다.

한국소프트웨어진흥원(이하 진흥원)이 브라질에서 디지털콘텐츠 부문의 1대 1 비즈니스 상담회를 개최하기로 결정하는데는 나름대로 이유가 있었다. 한국의 게임업계는 과거 2~3년 동안 매우 활발한 해외 진출을 이뤄왔고, 해외 진출을 발판으로 고도로 성장한 기업도 다수 출현했다. 또한 이제는 게임 시장의 규모가 2조원에 달하는 등 게임은 어엿한 하나의 산업으로 인정을 받고 있다.

하지만 이러한 비약적인 성장에도 불구하고 우리의 해외 진출은 70% 이상이 중화권에 집중돼 있고, 나머지도 동남아 시장진출이 대부분이다. 뿐만 아니라 우리의 주요시장인 중화권의 정부가 점점 더 국내 온라인게임에 대한 규제를 강화하고 중국산 게임에 대한 지원에 박차를 가하면서 국내 온라인게임의 수출에 어려움이 가중되고 있다. 국내 온라인게임 산업의 지속적 성장과 도약을 위해서는 새로운 수출 판로를 확보해야만 하는 시점에 이른 것이다.

새로운 시장 개척을 위해 가장 유망한 시장으로 꼽히고 있는 것이 BRICS중 하나인 브라질로서 진흥원은 이곳에서 1대 1 비즈니스 상담회를 개최하기로 결정했다.

인구 1억8,000만명의 브라질은 면적도 851평방Km로 인구나 면적에 있어서 세계 5위를 자랑하는 대국이다. 최근 롤라 정부가 들어서면서 작년 GDP 성장이 5.2%를 기록했고, 1인당 국민소득도 3,500달러 정도로 경제적으로 안정돼 가는 추세에 있다. 또한 브라질은 오랫동안 살인적인 인플레이션을 겪어 저축보다는 소비를 선호하고, 인생을 즐기는 것에 최고 가치를 두는 'Entertainment-oriented' 된 국민성을 갖고 있어 온라인게임의 보급에 유리할 것으로



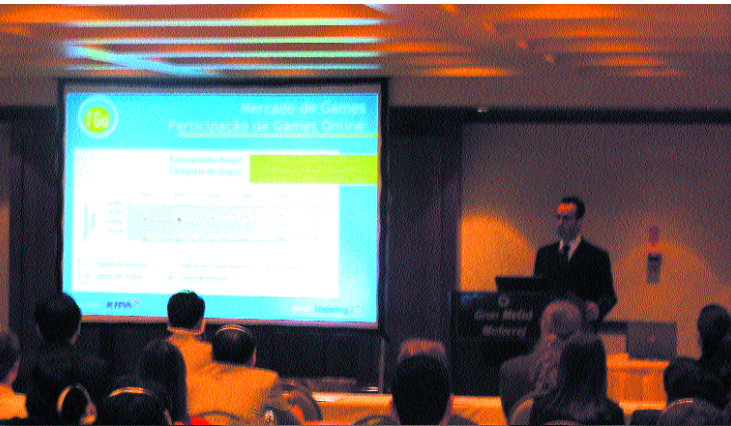
판단된다.

진흥원은 지난 4월부터 브라질 시장에 관심이 있는 국내 기업들을 모집해 지난달 23일부터 24일까지 브라질 상파울로에서 브라질-한국게임포럼(Forum de Games Online)을 개최했다.

국내기업의 해외영업 담당자 분들과 함께 약 30시간의 고통스러운 비행시간을 감내한 끝에 22일 겨우 브라질 상파울로에 도착했다. 상파울로는 마치 거대한 흑백의 도시를 보는 듯한 느낌이였다. 매우 크지만 정리가 되지 않았고, 오래된 건물들이 많았다. 현지 전문가로부터 알아본 브라질인의 문화사회적 특징은 다음과 같다.

첫째, 브라질은 1500년경에 포르투갈 식민지였으나, 이태리, 독일, 스페인, 프랑스, 영국, 시리아, 레바논, 일본, 중국, 한국 등으로부터 이민이 정착된 나라이기 때문에 다양한 인종으로 구성된 국가이다. 둘째, 현재 브라질에서 가장 많은 민족은 이태리계로 낙천적이고 여유를 가지고 사업을 진행하는 경우가 많다. 셋째, 이태리, 유대인, 중동계, 일본계, 중국계가 상권을 장악하고 있고, 과거 금융 위기로 인해 상술이 뛰어나고, 실리적이다. 넷째, 대국적인 기질로 과장





법을 종종 사용하기 때문에 상대방이 얘기하는 규모보다 적게 받아들이면 무난하다. 다섯째, 다른 중남미 국가들과 유사하게 브라질에도 '아마냥(내일)' 문화가 강해 급해 것이 없고, 느긋하다. 그러나 이해관계에 있어서 절대 느긋하지 않다는 것도 명심해야 한다고 한다.

따라서 브라질인과 상담할 때에는 여유를 갖고 대응하는 한편, 브라질인의 자부심을 건드리는 얘기는 삼가야 한다. 아울러 다양한 인종의 국가이므로 어느 특정 국가의 편을 들어 얘기하는 것도 피해야 하며, 외상 거래를 선호하므로 융통성 있는 결제 방법도 강구해야 한다.

23일 오전 9시부터 행사가 시작됐는데 역시 약속된 브라질 기업들이 매우 느긋하게 행사장에 나타나는 바람에 속을 좀 태웠다. 하지만 예상보다 많은 40여개 브라질 기업들이 참석해 행사 양일 동안 매우 분주하게 상담을 진행했다. 분명한 것은 브라질 기업들이 온라인게임이라는 비즈니스 모델에 매우 관심이 있다는 것이다. 기존에 조금씩 시작한 일부 기업들이 성공의 조짐을 맞보고 있기 때문이고, 실제로 꽤 많은 브라질 사람들이 온라인게임을 즐기고 있기 때문이다. 브라질내에 PC방이 약 3,000여개에 달하고 있다.

지난해부터 서비스를 시작했던 국산게임의 경우 이미 회원이 90만명에 달하고 있다. 또한 진흥원에서 운영하고 있는 글로벌 테스트베드의 이용 현황을 보면 글로벌 테스트베드 서버가 미국과 싱가포르에 있지만, 상당히 많은 수의 브라질 사람들이 접속해 게임을 즐기고 있다. 상담회가 끝나고 'Cyber Lan'이라는 브라질 2위의 PC방 체인 업체를 방문했는데, 약 100여대의 PC가 놓인 내부에는 거의 빈자리 없이 PC를 이용하고 있었고, 그 중 약 30% 정도는 게임을 하고 있는 것을 목격했다. 이 회사의 사장은 현재 프로 게임팀을 운영하고 있고, 향후 온라인게임 마케팅이 PC방 사업의 향방을 결정할 중요한 요소로 인식하고 있었다.

이러한 분위기를 반증이나 하듯 상담 약속이 돼 있지 않은 브라질 기업들도 찾아와 국내기업과의 상담을 부탁했고, 상담회에 참가했던 일부 기업은 계약을 성사시키기도 했다.

우리나라 경제는 수출이 견인차 역할을 해왔고, 해당 산업의 국제 경쟁력에 대한 척도 역시 수출이었다. 현재 기존 해외 시장에서 수출 확대의 장벽에 부딪힌 우리나라 게임 기업들은 어찌해야 할 것인가? 몇 년 전 중화권 시장 진출과 마찬가지로 시장 성장 가능성이 높은 신규 시장을 선점해 우리의 온라인게임을 서비스하고, 한국 게임의 방식과 재미로 현지 사람들을 길들여야 할 것이라고 생각된다. 중화권 규모의 안정된 수출 시장이 3~4개정도 조성되면 국내 게임 산업의 기반은 매우 강건해질 것이다.

이런 측면에서 브라질 시장은 대략 5년 후면 중국 시장 규모를 뛰어넘는 온라인게임 시장의 신대륙이 될 수 있겠다는 희망적인 생각을 하며 인천까지 돌아오는 오랜 비행의 고통을 있었다. 🌐