

Style

조선일보

SUMMER 2021





CHANEL

FACTORY 5 COLLECTION

6월 30일 - 7월 18일, 12:00PM - 20:30PM

성수동 S FACTORY / 에스팩토리



사진 방문 예약



Secret Number

시대를 앞서가는 이방가르드한 여성의 향으로 자리매김한 샤넬의 대표 향수 N°5가 탄생 1백 주년을 맞았다.

무려 1백 년간 수많은 여성에게 사랑받아 하나의 시그니처가 된 N°5.

‘여성의 향기를 지닌 여성용 향수를 만들고자 했던 이방가르드한 여성에게 숫자 5란 어떤 의미였을까.

샤넬의 향수 하면 가장 먼저 떠오르는 숫자가 있다. 이제는 문신처럼 투명하고 각진 샤넬 보틀에 각인된 바로 그 숫자 5. 대중적으로는 행운의 숫자를 7이라 말하지만 가브리엘 샤넬이 사랑한 숫자는 언제나 5였다. 그 배경에는 샤넬 N°5의 이름과 연관된 흥미로운 스토리가 있다.

시대를 초월한 상징적인 숫자

숫자 5에 관한 스토리는 가브리엘 샤넬 여사가 오바진 수녀원에서 자라던 시절로 거슬러 올라간다. 그녀는 2층 화장모자이크에서 신비스러운 숫자들을 발견했고, 그것들을 비밀 문자라 여겼다. 그 후 샤넬은 몬테카를로에서 5가 자신

에게 행운의 숫자가 되리라 직감했고, 그때부터 여기에 의존했다. 이 숫자에 대한 샤넬의 사랑과 인연은 그녀가 커서 브랜드를 만들고 향수를 제작하고자 결심했을 때까지 이어진다. 당시 조향사는 여러 개의 샘플을 제작했는데, 그중 다섯 번째 샘플 향수의 향이 그녀의 마음에 든 것.

샤넬 N°5가 제작될 당시에만 해도 대부분의 향수에는 시의 한 구절에서 따온 듯한 이름을 붙였다. 예를 들면 ‘봄의 욕망’, ‘저녁의 도취’ 등이다. 하지만 향수에 시도하던 이러한 것까지 과장되고 서정적인 이름과 정반대로 가브리엘 샤넬은 단순함을 택했다. 늘 심플한 것에서 아름다움을 느끼고, 새로운 것을 창조하는 데서 기쁨을 찾던 그녀답게 향수에 남다

른 이름을 붙이고자 했던 결정은 신의 한 수였다. 숫자 5는 그 어떤 단어보다 상징적이며 기억하기 쉽고 다른 언어권 사람들에게도 특별한 의미를 구구절절 설명할 필요 없는 세계적인 이름이 될 수 있기 때문이다. 이것은 N°5라는 이름의 향수가 전 세계적으로 빠르게 전파되고 많은 여성에게 사랑받은 중요한 이유 중 하나라고도 할 수 있다.

삶을 경험하면서 얻은 숫자에 가장 클래식하고 단순한 아름다움을 불어넣은 가브리엘 샤넬의 네이밍 철학과 감각이 더해져 탄생한 샤넬 N°5. 이 작은 보틀은 무려 1백 년간 수많은 사람들의 사랑을 받으며 명성을 유지해왔고, 이제는 샤넬 하면 떠오르는 시그니처로 자리매김했다. **에디터 성정민**

The Scent of Icon

오랜 시간 꾸준히 사랑받아온 샤넬 하우스의 상징과도 같은 N°5. 그 역사의 중심에는 시간과 환경의 변화 속에서도 N°5의 아이덴티티를 지키고자 한 조향사들의 힘이 있었다. 한 명의 조향사에서 다음 조향사로 이어지며 꾸준히 재해석되어온 N°5의 역사와 다섯 가지 향수로 완성된 샤넬의 향기.

지금으로부터 1백 년 전인 1921년, 한 시대를 앞서는 여성 패션 디자이너 가브리엘 샤넬은 또 하나의 도전을 시작한다. 바로 자신의 이름을 딴 향수를 만드는 것. 언제나 새로움을 추구하는 그녀는 향수가 여성성이라는 제약에서 벗어나기를 바랐다. 그에 따라 샤넬의 첫 조향사 에르네스트 보는 당시의 향수에 사용하던 은방울, 바이올렛, 재스민 같은 한 가지 꽃향기에서 탈피하기 위해 힘썼다. 그래서 최고급 자연 유래 성분은 당시에는 생소했던 합성 분자인 알데하이드를 조합해 이방기르드한 느낌의 N°5 향을 만들어냈다. 이렇게 다른 향수와는 차원이 다른 파격적인 향을 선보인 N°5의 출시와 동시에 현대 향수 시대의 막이 올랐다.

샤넬 N°5 탄생의 서막

1920년 가브리엘 샤넬이 파리자신의 패션쇼를 주도할 때, 샤넬은 러시아 황제의 사촌 드미트리 공작과 함께 친구인 화가 호세 마리아 세르와 그의 아내 미사를 만나기 위해 몬테카를로로 향했다. 그들은 당시 그 지역의 예술 세계에 완전히 빠져 있었다. 어느 날 대화 중 향수를 만들어보자는 아이디어가 나왔다. 당시만 해도 향수 제작자가 아닌 패션 디자이너가 향수를 만드는 것은 매우 획기적인 아이디어였는데, 샤넬은 이러한 새로운 도전에 관심을 보였다. 여기부터 꽃의 땅이며 단기가 가득한 프랑스 남부 지방에 샤넬 N°5가 최초로 뿌리를 내렸다. 아이디어 단계부터 참여한 인물들은 마레 샤넬 향수가 지향하는 향의 철학을 정립하는 데 영향을 미친다. 프랑스적인 가브리엘 샤넬의 클래식한 근엄함과 바로크 골드에 대한 애정, 그리고 조향사 에르네스트 보와 의 조우는 독보적인 향수 탄생의 서막이었다.

새로운 스타일의 향수, 향의 새로운 지표를 만든다

러시아 군주를 위해 향수를 만들던 샤넬의 첫 조향사 에르네스트 보는 당시 프랑스 향수의 탄생지 그라스 근처의 라 보카에서 숨을 운명했다. 에르네스트 보는 플로렐 노트가 잘 퍼져나갈 수 있도록 당시에는 드물게 사용하던 휘발성 향료인 알데하이드에 대해 연구해오고 있었다. 가브리엘 샤넬은 그에게 샤넬 향수 제작에 몇 가지 조건을 제시했다. 첫 번째는 전에 없던 유일무이한 향수를 만들어내는 것. 게다가 좋은 향기가 나는 것은 물론 복합적인 향기에 관능적인 향기를 내포하고 있으며 굳이 말하지 않아도 만인의 공감을 만한 향을 지닌 향수를 원한다고 말했다. 에르네스트 보는 놀랄만큼 풍부한 꽃향기로 향기 구조를 만들어냈으며 최소 80여 가지 원료를 사용하고, 여기에 알데하이드를 기존 향기원료는 달리 좀 더 많은 양을 사용해 향기를 한층 강화했다. 1921년 그는 가브리엘 샤넬에게 몇 가지 샘플을 보여주었고, 이 중 다섯 번째 샘플이 샤넬 N°5의 첫 번째 향수인 빠르팡이 되었다. N°5는 완전히 새로운 향수의 시대를 열었다. 전문가들이 향수를 논할 때 N°5 이전과 N°5 이후에 나온 향수로 구분해 언급할 정도다. N°5는 천연 원료와 합성물이 조화를 이루며 혼합되는 새로운 향수의 시대를 연 것이다. 그리고 샤넬 N°5 향수의 탄생은 향후 모든 향수에 영향을 끼칠 향의 스타일을 새롭게 정의한 계기가 되었다.

N°5의 재해석

향에 대한 에르네스트 보의 뛰어난 감각과 독특한 타치로 첫 샤넬 N°5 향수인 빠르팡이 탄생한 후, 그의 뒤를 이은 3명의 조향사는 여전히 샤넬 하우스를 상징하는 N°5의 고유성과 품격을 유지하면서도 변화를 위해 끊임없는 노력을 기울였다. 샤넬 N°5만의 비일관적인 포뮬라는 마치 성화처럼 잉리 로베르와 자크 불루, 그리고 현재 올리비에 볼주에게 전해졌다. 지금도 그의 시선은 N°5를 구성하는 성분인 재스민과 메이 로즈의 수확 일정을 중심으로 돌아간다. 수확부터 추출법에 이르기까지 올리비에 볼주는 샤넬 향수 크리에이션 및 개발 연구소와 함께 N°5 향수 제작의 모든 과정과 단계에 참여하는 등 모든 샤넬 향수 크리에이션을 관장하고 있다. 이로 인해 N°5의 품질과 품격은 지금까지 처음 상대 그대로 유지될 수 있었다. 샤넬 N°5는 출시된 그 순간부터 지금까지 샤넬의 모든 향수에 걸맞은 영감의 원천이 되어왔다. 하우스 향수를 계승한 모든 조향사는 다양한 재해석과 스타일의 변화를 통해 N°5의 수



1 (왼편) 바자에 실린 N°5의 비주얼로 가브리엘 샤넬이 백년로 앞에서 포즈를 취하고 있다. 2 1923년 카투나스트 생SEM이 그린 샤넬 N°5의 광고 비주얼. 3 1921년 샤넬 N°5의 최초 광고 비주얼로 카투나스트 생SEM의 작품. 4 1950년 샤넬 N°5 퍼퓸 컬렉션 보틀 디자인. 5 1924년의 샤넬 N°5 패키 디자인.



Timeless Scent

패션과 마찬가지로 향수 역시 많은 유행과 트렌드에 의해 다양한 변화를 겪으며 성장한다. 그러나 어떠한 유행과 흐름에 편승하지 않고 독보적인 향으로 브랜드의 상징이 된 향수가 있다. 바로 샤넬 N°5다. 이 향수로 하여금 무려 1백 주년을 맞이하도록 한 원동력은 무엇일까.

샤넬 N°5의 혁신과 독창성

오랜 세월 동안 자유로우면서도 심플하고 클래식함을 추구해온 가브리엘 샤넬의 패션 철학은 샤넬 N°5 향수를 만들 때에도 반영되어 1백 년이 된 지금까지 이어진다. 그녀가 추구했던 아름다움에 대한 명확한 기준이 있었기에 가능했던 일이며 오랜 시간을 거쳐 하나의 상징적인 향으로 자리 잡을 수 있던 이유일 것이다. N°5의 심플한 자진 작은 투명 유리 보틀과 병마개에 새긴 더블 C 모노그램을 보면 어떤 것보다 모던하고 클래식한 느낌을 준다. 당시 제작된 향수와는 차별화된, 그 누구도 흉내 낼 수 없는 혁신적인 향기가 완성되었다. 시대를 초월한 혁신성을 동시에 지닌다는 것은 좀처럼 쉬운 일이 아닌데 샤넬 N°5는 그것을 이뤄냈고, 무려 1백 년이라는 시간 동안 변함없이 수많은 여성들의 사랑을 받았다. 1백 주년을 맞은 지금도 N°5는 여성의 매력을 배가해주는 향수 이상의 존재로 인식된다.



물론 샤넬 N°5가 1백 년이란 오랜 시간 변함없이 고유성을 이어오기까지는 샤넬 하우스의 많은 노력이 있었다. '세월의 흐름에도 변치 않는 가치를 지키기 위해 원료 공급부터 생산까지 한 병 한 병 장인 정신을 담은 까다로운 과정을 거친다. 그뿐 아니라 한 세대에서 다음 세대로 이어지는 조향사들을 두어 샤넬 N°5의 고유함을 잃지 않도록 해왔다. 여기에 다양한 셀러브리티들의 사랑과 그를 표현해온 샤넬의 혁신적인 광고 캠페인 역시 N°5가 향수 그 이상으로 자리매김하는 데 도움을 주었다. 처음 마릴린 먼로가 N°5를 사용한다고 고백하며 N°5를 단순한 향수 이상의 의미로 만들었다. 그 시대의 아이콘을 광고 모델로 채택해 혁신적인 광고 캠페인을 지속해가며 사람들에게 N°5가 잊혀지지 않는 아이콘이 되게 한 것은 물론 여성을 위한 여성을 대표하는 향수로서 N°5의 상징성을 이어가고 있다. 무엇보다 N°5가 1백 년간 명성을 지켜왔다는 사실 자체에서 경이로움이 느껴진다. 샤넬 N°5가 쌓은 1백 년이라는 숫자와 그 과정에서 쌓아 올린 명성, 역사를 뛰어넘을 향수는 앞으로 없을 듯, "패션은 변하지만 스타일은 변하지 않는다"는 가브리엘 샤넬의 명언처럼 N°5는 시대와 트렌드의 변화에도 앞으로 1백 년간 역시 여성들의 영원불멸한 아이콘이 될 것이다 확신한다. 에디터 **성정민**



많은 매력을 하 비발굴했다. 이로써 현재 N°5는 오리지널 빠르팡을 포함한 다섯 가지 버전으로 출시되고 있다. 1921년 샤넬에서 가장 먼저 출시한 향수 N°5 빠르팡은 강렬한 플로렐 부케 향으로 그 시대에 유행하던 단일 향으로 구성된 향수와는 전혀 다른 느낌으로 탄생한 새로운 제품이었다. 샤넬의 첫 향수로 샤넬 하우스의 스타일을 정의하고 꽃 원료부터 보틀에 이르기까지 N°5의 전통과 전문성의 기준을 정립했다. 빠르팡이 출시된 지 3년 후, 에르네스트 보가 기존 N°5를 재해석한 향수 N°5 오드 두왈렛을 출시한다. 오리지널 향수보다 더 우아한 향으로 N°5만의 고유한 특징인 알데하이드와 만나 플로렐 부케 향을 더욱 돋보이게 한다. 1968년 자크 볼주가 재해석한 N°5 오드 빠르팡에 바닐라 노트가 가미되었고, 2008년 오리지널 향수의 시그니처 향을 재해석한 N°5 오 프리미에르는 향수 세계에 도래한 내





1953 마릴린 먼로



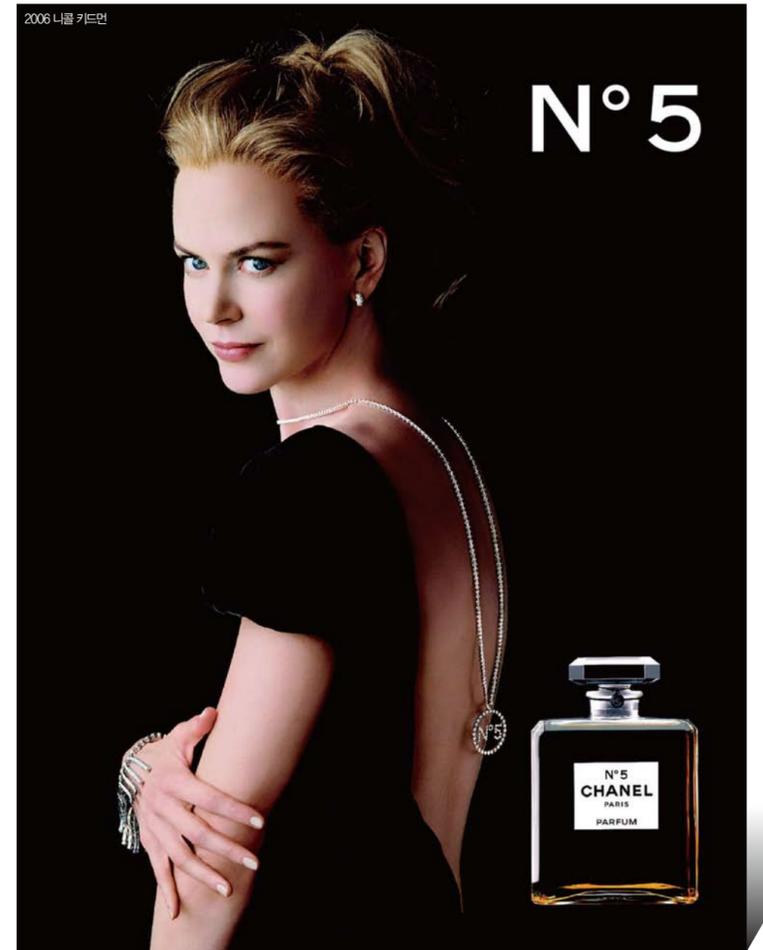
1966 엘리 맥크로우



1968 로렌 헤튼



1987 캐틀리 부케



2006 니콜 키드먼

The Muses

샤넬 N°5가 1백 년간 이룩해온 이미지는 하루아침에 만들어진 것이 아니다. 출시부터 주목받았지만 이미지를 견고히 하고 지속적으로 유지하는 데는 샤넬 N°5에 걸맞은 광고 모델과 다양한 예술가와의 협업으로 완성한 샤넬만의 독특한 영상이 큰 역할을 했다. 시대의 변화와 시간의 흐름에 뒤처지지 않고 지금까지 우아함과 세련됨의 상징이 된 샤넬 N°5 영상과 사진 광고의 역사, 그리고 샤넬 N°5와 함께한 아름다운 여인들.

샤넬 N°5가 전 세계 여성을 대표하는 향수로 자리매김한 데는 당시 할리우드 전역을 휩쓸던 마릴린 먼로의 역할이 컸다. 1952년 한 기사는 여배우 마릴린 먼로에게 무엇을 입고 잠자리에 드느냐는 질문을 했고, 그녀는 그 대답으로 "뿔방울의 N°5"라고 대답했다. 그로 인해 N°5는 또 한 번 전설적인 향수가 되었다. 이외에도 샤넬 N°5의 광고 캠페인과 비주얼은 항상 광고업계에서 광장히 센세이션을 일으켰다.

아름다운 여성들의 아이콘이 되다

1937년 가브리엘 샤넬은 자신이 만든 향수 N°5를 형상화했다. N°5 향수의 최초 모델이 탄생한 순간이었다. 리즈 호텔의 스위트룸 벽난로에 기대어 <허퍼스 바자>를 위해 프랑수아 아콜라의 카메라 앞에서 자신이 디자인한 슈트를 입고 포즈를 취했다. 향수를 만든 디자이너가 직접 전면에 나서 모델을 자처해 촬영한 사진은 매우 심플하고 간결한 메시지를 전해 주면서 고급스러움과 함께 N°5의 상징적인 이미지를 만들어냈다. 여기에 그녀의 유명세까지 더해져 N°5는 금방 미국 전역에서 빠르게 판매되었다. 이후 각종 TV 광고와 사진, 영화 등 다양한 상업적 광고들이 등장하던 시기인 1950년대에 마릴린 먼로의 인터뷰가 큰 반향을 일으키며 한 번 더 N°5는 아름답고 도전적이고 과감한 여성들의 상징으로

큰 인기를 끌었다. 마릴린 먼로와 함께 20세기의 아이콘이 된 N°5는 그녀를 뮤즈로 다양한 창작물을 제작했던 앤디 워홀의 눈에도 띄게 되었으며 후에 9개의 연작 실크스크린 광고에 등장하기도 했다.

가장 아름다운 여성과 예술가들의 협업으로 탄생한 샤넬 N°5

1960년 샤넬의 광고 디렉터를 역임한 자크 엘루의 시도로 샤넬 N°5는 더 많은 여성과 만났다. 그는 다양한 모델의 얼굴과 과장되게 표현된 향수병의 모습이 조화롭게 담긴 사진을 찍기 위해 유명 사진작가를 초빙했다. 그리고 전 세계에 샤넬 N°5의 우아함과 매력을 알리기 위해 캔디스 버겐, 수지 파커, 엘리 맥크로, 로렌 헤튼, 장 슈뤼튼, 세릴 티에그즈 등 가장 아름다운 여인들을 선택해 작업했다. 그 가운데 룩 매거진이 선정한 '세계에서 가장 아름다운 여인인' 까뜨린 드뇌브는 리처드 아베인, 헬무트 뉴튼, 제라르 뻬레 등 세계적인 사진작가들의 카메라를 통해 연차 광고의 주인공이 되어 미국 전역에까지 널리 알려지며 N°5의 우아함과 상징성을 알렸다. 1969년에는 뉴욕에서 최초로 대본이 있는 N°5 광고가 완성되었다. 이 광고는 마치 영화 같은 긴 스토리를 지닌 몇 초짜리 광고로 광고업계에 센세이션을 일으켰다.



1972 까뜨린 드뇌브



2020 마리옹 코티야르

1980년대에는 유명 영화감독이기도 한 리들리 스콧 감독이 오픈 스페이스와 페이드 다운 기법을 활용한 광고에 육감적인 미를 더해 또 다른 매력의 N°5 광고를 만들어냈다. 1994년에는 장-폴 구드 감독이 모핑이라는 새로운 테크닉을 사용했으며 2년 후 제라르 코르비요는 바다에서 펼쳐지는 오케스트라를 떠올리게 하는 놀라운 광고를 선보였다. 그 후 거장 뵽 배송 감독 역시 빨간 모자 아가씨를 새롭게 해석해 자신만의 시각으로 꿈같은 세계를 재창조해 N°5 정신을 새롭게 부각한 영상을 제작했다. 이렇듯 N°5 광고는 그 시대의 거장과 다양한 예술가와 협업을 하는 데 거리낌이 없었으며 그를 통해 기존과는 다른 유니크하고 독자적인 이미지를 만들고자 끊임없이 노력해왔다. 2004년 그 대미를 장식할 모델이 등장한다. 바로 최고의 여배우 니콜 키드먼이 N°5의

화신이 되어 광고에 등장한 것. 자크 엘루는 니콜 키드먼의 우아함과 아름다운 매력이 한껏 발산된 영화 <물랑 루즈>를 연출한 바즈 루어만 감독에게 N°5의 새로운 광고를 의뢰했다. 기존에는 볼 수 없었던 탁월한 연출로 N°5의 이미지를 완전히 새로운 경지에 올려놓았다.

세계의 모든 아름다운 여성들과 함께하기까지

시대상을 반영하는 개성 넘치고 아름다운 여성들과 함께하는 N°5의 아름다운 영상과 광고는 지속되고 있다. 샤넬 N°5에서 가장 최근 출시한 N°5 로(L'EAU)의 광고 캠페인 모델과 광고 영상 역시 적절한 캐스팅과 연출로 많은 이들의 주목을 받았다. 까뜨린 드뇌브와 캐틀리 부케, 니콜 키드먼 등의 전설적인 계보를 잇는 N°5 로(L'EAU)의 뮤즈는 바로 가볍고 순수한 향을 담은 신선한 페이스가 특징인 릴리-로즈 템이었다. 그녀는 역동적이면서도 깨끗하고 순수한 춤동작으로 N°5 로(L'EAU)의 신선하고 퓨어한 느낌을 잘 담아냈다. 마지막으로 작년 홀리데이에 공개된 N°5 광고 캠페인 영상에서는 프랑스 여배우 마리옹 코티야르가 모델로 등장한다. 캠페인에는 신비함을 배가하는 커다란 보름달과 함께 반짝임이 돋보이는 골드 지수 드레스를 입은 아름다운 마리옹 코티야르의 모습을 담아 모든 이의 주목을 받았다. 신비스러운 공상과 상상, 새로운 시작을 의미하는 이 광고에서 그녀는 한 남성 과 사랑에 빠진 모습으로 매혹적이면서도 장난기 가득한 춤을 보여주는데, N°5의 잊을 수 없는 강렬하고 매혹적인 향을 표현하기에 충분했다. 아직도 많은 사람들은 N°5의 새로운 캠페인 영상이 등장할 때마다 주목하고 있으며 광고에 등장하는 모델부터 영상미, 음악까지 광고 속 다양한 요소가 광고업계에 새로운 기준과 패러다임을 만들어내고 있다. 이는 N°5가 1백 년 동안 많은 사람들에게 잊히지 않고 절대적인 상징 속에서 새로운 트렌드를 만들어내며 꾸준히 사랑받고 있는 이유 중 하나이기도 하다. **에디터 서영민**



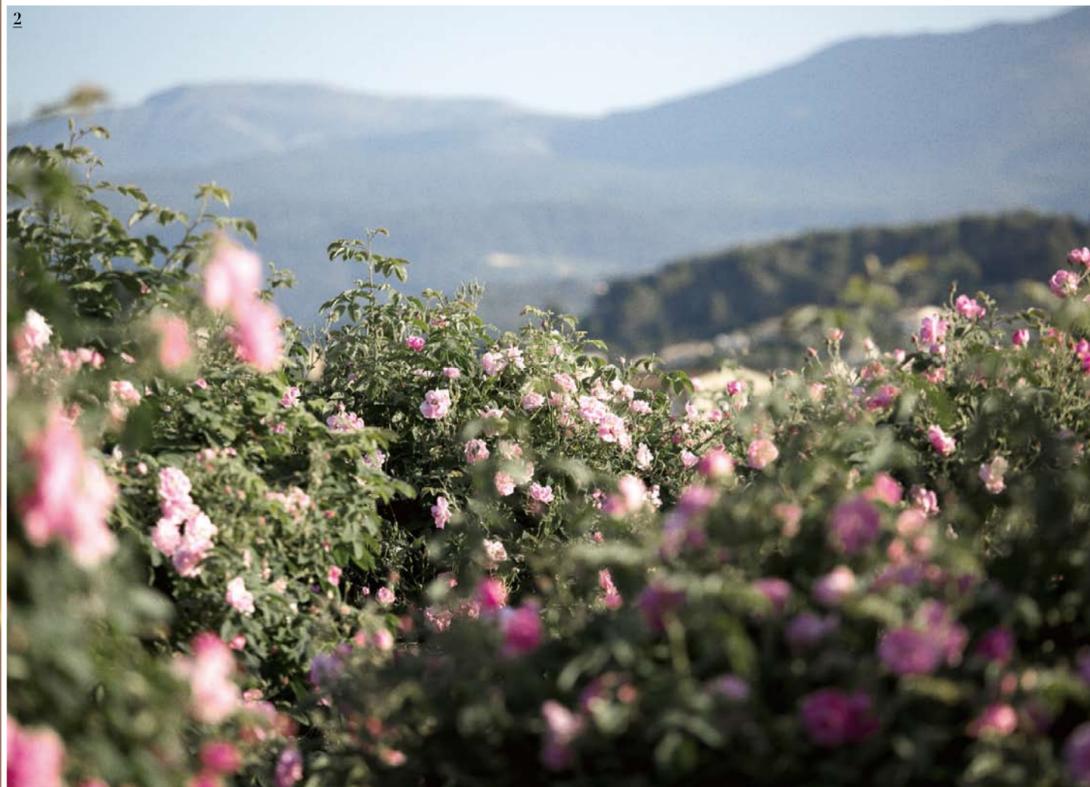
Legend of Quality

오랜 시간 변함없는 품질과 향을 유지한다는 것은 절대 쉽지 않다. 샤넬 N°5가 이를 해낸 것이 가능했던 이유는 제조할 당시부터 지금까지 최상의 재료를 얻기 위해 노력하고 최고 품질의 향을 제조해 변함없이 그것을 유지하려 했기 때문이다. N°5 조향사들의 모든 시계는 재료 수확 시기를 기준으로 움직인다. N°5의 변함없이 우아한 향 뒤에는 샤넬의 이러한 노력이 있다.

샤넬의 조향사는 자기 분야의 전문성을 유지하면서 전통을 지켜내야만 한다. 에르네스트 보에서 지금의 조향사 올리비에 뿔쥬에 이르기까지 원재료의 품질과 진실성에 있어서의 일관된 관리가 N°5의 마법 같은 향을 지켜나가는 비법이다. N°5의 핵심 원료인 4월 코모르스의 일랑일랑, 5월에 피는 메이 로즈, 9월 그라스 지방의 재스민이라는 순서를 지키면서 수확한 꽃 모두를 바닐라에 싸서 베티베로 증폭시키는 과정을 거친다. 그라스 지방의 두 가지 상징적인 꽃인 메이 로즈와 재스민은 샤넬의 보호를 받으며 영속성을 유지한다. 샤넬은 그 지역의 전통적인 재배 방식을 고수하기 위해 꾸준한 노력을 기울여왔다. 이는 N°5가 1백 년이 되도록 최고의 품질을 유지할 수 있는 이유다.

탁월한 원료
N°5에서 핵심 요소가 되는 것은 꽃이다. 전 세계에는 무수

히 많은 귀한 꽃이 있고, 각각 성격이 다른 여성성을 내재하고 있으며 다른 원료와 어우러져 영원불멸의 향기를 만들어 낸다. N°5가 지닌 매혹적인 향기는 이러한 고유의 향을 통해 창조된다. 따라서 N°5를 만드는 데 있어 가장 중요한 요소는 품질 좋은 원료를 사용하는 것이며 이 원료들은 다른 것으로 대체할 수 없다는 원칙하에 무엇보다 최고 품질의 원료를 유지하기 위해 노력한다. 매혹적이고 화려한 메이 로즈는 N°5 향조의 핵심 재료다. 20세기에 메이 로즈 또는 로사 센티폴리아로 알려진 이 꽃들이 자라는 유일한 장소는 그라스다. 1백 장의 꽃잎이 달린 작고 둥근 이 꽃은 매우 강한 향기를 지니고 있다. 프랑스 남부 지방의 따뜻한 기후에서 자라는 이 고결한 꽃은 1년에 단 한 번 5월 중에 3주 정도만 꽃을 피운다. 태양 빛으로 손상되기 전인 아침에 꽃잎을 따서 즉시 농축물 형태로 만들고 그 후 앵술루트를 만든다. 이렇게 하면 꽃향기를 가장 잘 채취할 수 있는데, 샤넬 뷰티는 최상



의 재료를 얻기 위해 자체적으로 장미를 키우고 농축액을 제조하는 이 방식을 고수하고 있다. 그 어떤 것라도 유사하지 않은 독특한 메이 로즈 향과 동시에 그라스 지방의 재스민, 그리고 알데하이드가 N°5 조향의 핵심 원료다. 특히 그라스 지방의 재스민 또한 N°5 향수를 위한 추출물 배합에 필수적인 재료다. 따라서 1987년 재스민을 차질 없이 공급받도록 하기 위해 이 지역 생산자들과 파트너십을 맺고 일하고 있으며, 메이 로즈의 독점 생산을 확대해 그라스의 전통과 노하우를 확실히 보존함으로써 이 지역의 대표 꽃들이 미래에도 영구적으로 공급될 수 있도록 노력하고 있다. 그라스 지방의 두 가지 상징적인 꽃인 메이 로즈와 재스민은 이처럼 샤넬에 의해 보호를 받으며 그 영속성을 유지한다. 샤넬 N°5의 럭셔리함과 고유한 향을 지키기 위해서는 엄청난 노력과 대가가 요구되지만 그것이 바로 샤넬 N°5를 상징하는 탁월한 향기를 영구적으로 만들어낼 수 있는 유일한 길이다.

엄격하게 관리되는 제조 공정
N°5의 가치를 지속적으로 유지하기 위해 샤넬은 럭셔리하면서도 품질이 탁월한 향수를 만들기 위한 제조 공정의 완벽함까지 놓치지 않고 관리한다. 샤넬의 조향사들은 자신의 실험실에서 N°5 창작에 필요한 모든 재료를 선택하고 검사하며, 이런 그들의 노력은 원료의 품질을 최상으로 유지할 수 있도록 한다. 특히 자연에서 자생하는 장미나 재스민은 자라는 동안 기후 조건의 변화로 향기에 좋지 않은 영향을 줄 수 있기 때문에 세심한 관리가 필요하다. 따라서 향기 테스트 시 조향사의 후각을 이용해 최종 검증을 한다. 신선한 재료로 만든 프레시한 향수를 공급하기 위해 샤넬 뷰티는 파리에서 멀지 않은 곳에 생산지를 소유하고 있으며, 모든 공정은 조향사의 철저한 협조와 감독하에 이루어진다. 특히 병에 향수를 담고 마개와 라벨을 붙이고 박스를 조립하고 셀로판 비닐로 최종 마감하는 순간까지 까다로운 공정을 거치며, 향수액을 최상의 품질로 유지하기 위해



샤넬에서 전통적으로 전해 내려오는 '보드뤼사쥬 분합법'을 적용한다. 오로지 N°5 향수에만 사용하는 방법으로 병 입구 주위에 얇은 막을 대고 두 줄의 블랙 코튼 실로 묶은 다음 밀랍 스템프로 샤넬의 더블 C 로고를 찍어 탁월한 향기가 빠져 나갈 수 없도록 완벽하게 봉인하는 작업이다. 이 작업에 필요한 섬세함에 숙달되기까지는 수 개월이 걸린다. 이러한 원칙과 공법은 그 어디에서도 사용하지 않는 방법이며, 그 때문에 샤넬 향수만의 유일무이한 향기를 지키고 럭셔리함을 유지할 수 있는 것이다. 샤넬 뷰티는 '위대한 조향사가 시대를 초월하는 향수를 만든다는 원칙으로 유일무이한 제작 방식을 고수하며 영원히 최상의 품질을 유지하는 향수를 만들기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 에티어 생장민



1 샤넬의 정인 정신으로 제작한 N°5 보틀로 향을 오래 간직하기 위해 사용하는 샤넬만의 전통적 방법인 '보드뤼사쥬 분합법'이 돋보인다. 2 샤넬 N°5의 핵심 원료인 메이 로즈를 생산하는 프랑스 중부 지방의 샤넬 장미 농장. 3 그라스 지방에서 공급받은 재스민은 샤넬 N°5 생산에 필수 원료로 샤넬은 이 지방의 전통과 노하우를 보존하기 위해 노력하고 있다. 4 현재까지 샤넬 N°5의 명맥을 이어오고 있는 조향사 올리비에 뿔쥬. 5 N°5의 향을 위한 필수 원료인 그라스 지방의 재스민. 6 샤넬 N°5의 향의 핵심 원료인 잎이 둥근 장미에 둘러싸인 샤넬 N°5 보틀.



(위부터 시계 방향으로) 캡을 비틀어 열고 크림을
아낌없이 바르면 금세 촉촉한 피부로 거듭난다.
휴대하기 편한 N5 바디 로션 20ml X 5ea
8만4천원, 휴양지에서 사용하기 좋은 시원한
텍스처의 N5 스파클링 바디 젤 200ml 11만2천원,
바디에 윤기를 더해주며 에너지를 불어넣는
N5 바디 오일 250ml 10만9천원 모두 사넬.



The new N°5

샤넬 N5 탄생
1백 주년을 기념하는
블랙 & 화이트의 한정 뷰티 컬렉션.
photographed by **park jae yong**



머리부터 발끝까지 관리할 수 있는 비밀스러운 제품을 담은 N5 미스터리 박스 9만7천원 사넬.



(위부터 시계 방향으로) 향기 과 깨끗함, 두 가지 매력 모두 담은 N5 스킨 90g 6만2천원, 풍성한 거품을 내는 여유로운 향의 N5 샤워 젤 500ml 9만2천원, 귀여운 락 케이스를 열어 날개로 포장된 제품을 따뜻한 물을 채운 욕조에 녹인 후 몸을 담그면 피로가 사라지는 N5 배스 팜 17g X 10ea 9만9천원 모두 사설.

립스틱과 같은 아이코닉한 패키지에 담은 스프레이. 패키지를 한 손으로 트루스트한 후 가볍게 눌러주면 열리는 N5 로(L'EAU) 미니 트루스트 앤 스프레이 7ml 5만9천원, 미니 트루스트 앤 스프레이 리필 7ml X 3ea 9만9천원 사설. 에디터 장미윤

문의 080-332-2700, chanel.com



CHANEL FACTORY 5

샤넬이 하우스의 상징적인 향수 N°5의 탄생 1백 주년을 맞아 특별 팝업 스토어를 준비했다. 블랙과 화이트로 이뤄진 하우스 특유의 모노그램 코드로 무장한 샤넬 팩토리 5(CHANEL FACTORY 5) 팝업 스토어에서는 N°5를 비롯해, N°5 탄생 1백 주년을 기념해 리미티드 에디션으로 출시하는 Factory 5 컬렉션을 경험할 수 있다. 유쾌한 상상에서 기반해 초현대적인 디자인을 이루는 생산 시설과 기계식 컨베이어 벨트 등을 활용해 자유롭고 젊고 활기찬 에너지로 가득할 이번 팝업 공간은 서울시 성동구 연무장15길 11에 위치한 S FACTORY (에스 팩토리)에서 이뤄진다. 팝업 운영 기간은 2021년 6월 30일(수)부터 7월 18일(일)일까지이며, 매일 정오에서 오후 8시 30분까지 오픈한다. 문의 080-332-2700, chanel.com

High Jewelry, Collection N°5

1 N5의 다섯 가지 메타포를 모두 담은 궁극의 주얼리 55.55 네크리스. 2 흐르는 향수를 라운드 컷과 패어 컷의 옐로, 화이트 다이아몬드로 형상화한 시그니처 보틀 브로치. 3 에터널 N5 보츠. 4 숫자 5를 상징하는 이터널 N5 보츠. 5 파츠-가는 진함을 형상화한 골든 버스트 네크리스. 6 N5의 중심 향인 메이 로즈를 달처럼 탐스럽게 핑크 사파이어와 스투아르 필로 표현했다. 7 샤넬 주얼리 크리에이션 스튜디오의 디렉터 패트리스 레게로(Patrice Leguereau)의 모습. 8 가브리엘 샤넬의 모습을 담은 1921년 N5 광고 이미지.

빛으로 느끼는 매혹적이고 강렬한 향. 샤넬 N°5에 바치는 최초의 하이 주얼리 컬렉션, 컬렉션 N°5이다.



N5 탄생 1백 주년을 기념하기 위해 샤넬 주얼리 크리에이션 스튜디오의 디렉터 패트리스 레게로(Patrice Leguereau)가 하이 주얼리 컬렉션 N5(Collection N5)를 선보인다. 이는 샤넬의 첫 번째 하이 주얼리 컬렉션 비주 드 다이망(Bijoux de Diamants)의 정신을 탐구하는 일이기도 하다. 대담함과 탁월함을 추구했던 가브리엘 샤넬의 선구적인 기조를 지닌 향수와 주얼리라는 두 영역을 하나로 합친 컬렉션 N5는 샤넬의 창의성을 통해 궁극의 아름다움을 재발견한다. 패트리스 레게로는 컬렉션 N5는 보틀 디자인부터 폭발적인 인기에 이르기까지 N5 향수의 영혼을 탐험하는 여정도라고 말한다. 그는 N5의 신비로운 향을 금속과 보석 세공을 통해 자연스럽게 직설적이지 않은 방식으로 풀어내고자 했고 N5의 다섯 가지 특징을 메타포로 표현했다. 팔각형 스토퍼, 강직한 사각형 보틀, N5의 정체성인 숫자 5, 향의 중심인 재스민, 레일로스, 일랑일랑 등의 꽃, 80여 가지 성분을 부케처럼 엮어 만든 결과물인 신비로운 진향. 그리고 여기에 1932년 비주 드 다이망 연상시키는 꽃 구름, 라본의 유연함, 쾌활한 분위기의 슬 장식과 깃털의 가벼움이 더해져 무려 1백23개의 전례 없는 규모의 웅장하고 친밀한 주얼리가 탄생했다.

컬렉션 N°5의 다섯 가지 메타포

N5의 특별한 향을 더욱 특별하게 만든 것은 단순하고 엄격한 선으로 이루어진 직사각형 보틀이었다. 1920년대 당시 유행하던 화려한 향수병들과는 확연하게 달랐다. 모던 그 자체였다. 직사각형 병은 화이트와 옐로 다이아몬드, 옐로 사파이어로 표현되었다. 병에서 흘러나온 향수를 패어 컷 다이아몬드와 라운드 컷 다이아몬드로 형상화한 시그니처 보틀(Signature Bottle) 시리즈. 마치 수채화처럼 그려내어선 컬러로 병이 점점 향수로 변화하는 듯 유작인 선을 그리는 앵스트랙션(Abstraction) 시리즈가 그것이다. N5 보틀의 또 다른 특징은 병이 깨진 스토퍼다. 다이아몬드같이 팔각형으로 커팅한 직사각형의 스토퍼는 위에서 내려다본 파리 방돔 광경을 상기시킨다. 가브리엘 샤넬이 비주 드 다이망 컬렉션을 발표했을 당시 다분히 패셔너블하고 남성 중심적인 방돔 광장에 보석계에 패션 디자이너가 발을 들였다는 사실은 매우 도전적인 일이었다. 이를 상징하는 향수병 마개 컬렉션 N5를 통해 보석으로 재해석되었다. 수정을 절묘하게 깎아내고 다이아몬드, 옉닉스, 진주, 옐로 사파이어를 세팅한 팔각형 보석은 우아하고 정교하기 그지없다. 그중 토퍼즈를 다양한 크기로 라운드 모양과 패어 모양으로 커팅한 골든 버스트 링과 다이아몬드 리본으로 시공스러움을 더한 스토퍼 등은 N5의 상징을 독보적으로 드러낸다. 가브리엘 샤넬이 유독 사랑했던 숫자 5. N5의 신비로움에 공헌한 숫자 5는 컬렉션에 현대적인 분위기와 유행을 담당했다. 숫자 5가 중심에서 벗어난 곳에 자리 잡은 초커, '콜리어 그래픽 N5(Collier Graphic N5)'는 장난치가 좋아하는 샤넬의 유머러스한 면모를 드러낸다. 조형적으로 훌륭한 재료인 숫자 5를 다양한 방식으로 주얼리에 복인 '이터널 N5(Eternal N5)'는 샤넬 하이 주얼리의 디자인 능력을 유감없이 보여준다. N5 향의 중심인 재스민, 메이 로즈, 일랑일랑 같은 꽃은 형태색채의 주얼리로 만개했다. 과감하고 인체적인 플러워 장수에 비주 드 다이망 컬렉션에서 사용한 벨, 달, 태양 모티브가 어우러져 생동감이 넘치고 관능미가 흐른다. 메이 로즈는 마치 달처럼 탐스럽게 핑크 사파이어 잎을 피웠고 스투아르 필 네크리스와 다이아몬드를 세팅한 체인인 메이 로즈의 줄기가 되었다. 다이아몬드를 이슬처럼 흩뿌린 눈부신 네크리스에 피어난 일랑일랑, 무리진 다이아몬드의 벨 모양으로 피어난 재스민은 진짜 향보다 더 깊고 진한 시각적 향기를 남긴다. N5는 현대 향수의 시작이었다. 그 결정적 이유는 해에서 추출한 향이 아닌 80여 가지 성분을 부케처럼 혼합해 마치 옷을 구축하듯 구조적인 향을 만들었기 때문이다. 이렇게 겹겹이 쌓은 향은 오묘한 진함을 남긴다. N5의 진함은 다양한 크기와 형태, 다채로운 색의 원석이 모여 목선을 따라 피부에서 향기가 퍼져나갈듯 방사형으로 반짝이는 주얼리가 되었다. 다이아몬드, 루비, 가넷, 옐로 사파이어, 핑크와 레드 스피넬이 향이 되어 퍼져나가는 달더한 빛은 강렬한 진상을 남긴다.

무엇보다 컬렉션의 절정은 향수의 모든 코드를 함축한 55.55 네크리스다. 55.55캐럿의 커스텀 컷 다이아몬드를 통해 N5의 정체성이 온전히 드러난다. 향수병 마개의 옆모습, 보틀의 실루엣, 숫자 5 형태의 집금장기, 하나씩 커팅한 다양한 크기의 패어 컷 다이아몬드가 폭포처럼 흘러내리며 폭발하는 진함을 표현한 디자인은 N5를 완벽하게 오미주한다. 55.55 네크리스를 통해 샤넬의 완벽주의, 그리고 놀라운 창의성과 기술 수준을 엿볼 수 있다. 관능적이면서 비유적인 55.55 네크리스는 단순한 스타일링이 아닌 샤넬 N5의 정신과 최고의 주얼리 제작 기술의 결합이다. 순수하게 창조 행위로 완성한 예술 작품과도 같은 55.55 네크리스는 샤넬 소장품 컬렉션으로 방돔 광장 1번지에 보존된다. 이는 샤넬 하이 주얼리 역사의 영원한 일부이자 방돔 광장과 N5 향수를 이어주는 물리적 상징이 될 것이다. 에디터 남지현(객원 에디터)



일랑일랑의 관능적인 향이 코를 스치다 재스민, 장미, 백단향 등의 우아하고 그윽한 향이 피어오르고 햇볕에 말린 빨래에서 풍기는 깨끗함이 전 해진다. "패션 디자이너로서 내가 원하는 건 장미나 백합 향이 아닌 인공적인 향이다." 가브리엘 샤넬의 말처럼 여러 향이 어우러져 풍부하고 고급스러운 N5는 특정 꽃이 아닌 여자의 향이다. 샤넬을 입은 여자에게서 나는 향. 그래서 N5에는 옷을 만들 때 발휘하는 창조 정신이 배어 있다. 모던한 향만큼이나 혁신적인 것은 향수를 담은 보틀 디자인이다. 관습에 얽매고 싶지 않았던 가브리엘 샤넬의 대담함과 자유로움이 담겨 있다. 옷에서 시작해 여자와 관련한 모든 것에 혁신을 불어넣었을 뿐 아니라 여자들의 생각마저 모던하게 변화시킨 가브리엘 샤넬이지 않은가. 그는 결코 당시의 장식적이고 화려한 유행을 따르지 않았다. 단순하고 순수하며 엄격한 선으로 이루어진 조형적인 직사각 보틀에 다이아몬드처럼 커팅한 팔각형의 스토퍼(마개)를 더하고 아르데코 양식을 반영한 타이포그래피로 N5라 명명했다. 서정적 과장을 오가는 흐른 향수 이름을 짓는 대신 담백하게 숫자 5를 사용해 명명했다. 그 이름은 단순했지만 신비로웠다. 패션 디자이너가 만든 첫 번째 향수는 간결하고 힘이 넘쳤으며 세련미가 흘렀다. 그로부터 1백 년이 지난 지금까지도 N5는 우아하고 모던한 여자의 향을 대표한다. N5 탄생 1백 주년을 기념하기 위해 샤넬 주얼리 크리에이션 스튜디오는 하이 주얼리 컬렉션인 '컬렉션 N5(Collection N5)'를 통해 예술적인 주얼리 1백23개를 선보였다. 이는 단순히 향수를 향한 헌정을 넘어 샤넬의 첫 번째 하이 주얼리 컬렉션 비주 드 다이망(Bijoux de Diamants)의 정신을 잇는 것이기도 하다. 가브리엘 샤넬이 플래티넘과 다이아몬드를 사용해 1932년 발표한 '비주 드 다이망' 컬렉션은 당시 프랑스 하이 주얼리의 디스플레이 공식을 깨고 실제 여성의 모습과 흡사한 말뚝 마네킹에 주얼리를 연출한 것은 파격이었다. 보석을 옷과 어우러지도록 스타일링한 방식은 하이 주얼리를 대하는 태도를 변화시켰다. 가브리엘 샤넬은 "내 주얼리는 여성과 여성의 드레스를 항상 고려한다"라고 말했다. 샤넬 화인 주얼리 크리에이션 스튜디오는 보석에 압도되는 것이 아니라 의상에 맞

게 각자의 스타일로 보석을 소화하길 바라는 가브리엘 샤넬의 가치 이어간다. 하이 주얼리 크리에이션 스튜디오가 샤넬의 장인 정신을 압축해 전례 없이 웅장하고 대담한 하이 주얼리를 선보였다면, 샤넬 화인 주얼리 크리에이션 스튜디오는 일상을 위해 모던하게 정제된 '이터널 N5 (Eternal N5)'를 소개한다. 창조와 더불어 샤넬이 중요하게 여기는 실용주의가 지닌 가치를 담기 위함이다. '이터널 N5'는 가브리엘 샤넬의 행운의 숫자이자 N5의 정체성인 숫자 5와 향수 한 방울을 묘사한다. 영롱하게 빛나는 라운드 컷 다이아몬드를 품은 숫자 5에 물방울 모티브를 담아 눈으로 볼 수 없는 관능적인 향을 세련되게 풀어냈다. 숫자 5의 윤곽을 따라 라운드 컷 다이아몬드를 촘촘하게 세팅해 반짝임을 더했고, 화이트 골드와 다이아몬드만 사용해 깨끗하고 모던한 분위기를 자아낸다. 0.25캐럿의 라운드 컷 다이아몬드 1개를 중앙에 배치하고 숫자 5에 19개의 라운드 컷 다이아몬드를 세팅한 반지는 담백하고 정갈하다. 18K 화이트 골드에 31개의 라운드 컷 다이아몬드를 세팅한 이어링은 한쪽에는 다이아몬드를 세팅한 숫자 5를, 다른 한쪽에는 화이트 골드 숫자 5로 각기 다르게 구성해 유행을 강조한다. 더불어 얇은 숫자 5 펜던트를, 뒤쪽은 물방울 펜던트를 드롭 이어링 형태로 조합해 따로 또 같이 다양하게 연출할 수 있어 실용적이다. 0.38캐럿의 라운드 컷 다이아몬드를 품은 숫자 5 펜던트에 24개의 라운드 컷 다이아몬드를 세팅한 네크리스 역시 더하고 덜할 것 없이 완벽하게 모던하다. 숫자 5 펜던트 아래로 화려하게 다이아몬드 폭포를 이루는 보다 화려한 네크리스도 있다. 숫자 5가 품은 0.41캐럿의 라운드 컷 다이아몬드뿐 아니라 0.4캐럿 페어 컷 다이아몬드를 더해 찬란하게 떨어지는 향수 한 방울을 절묘하게 표현했다. 현대적인 숫자 펜던트와 절제된 디자인의 화인 주얼리 '이터널 N5'는 이름에 걸맞게 시간이 흘러도 유행에 휩쓸리지 않고 오랫동안 일상에서 우아한 빛을 낼 것이다. 그리고 분명 샤넬을 대표하는 또 하나의 클래식 아이콘이 될 것이다. 에디터 남지현(객원 에디터)

The Eternal Light

N°5의 관능미를 담은 샤넬 화인 주얼리의 '이터널 N5'는 가브리엘 샤넬의 창조성과 모더니즘이 어우러진 아름다움을 선사한다.

- 1 0.67캐럿 라운드 컷 다이아몬드 31개를 세팅한 이터널 N5 트랜스포머 이어링.
- 2 0.25캐럿 라운드 컷 다이아몬드와 0.2캐럿 라운드 컷 다이아몬드 19개를 세팅한 18K 화이트 골드 소재 이터널 링. 3 0.38캐럿 라운드 컷 다이아몬드를 세팅한 18K 화이트 골드 소재 이터널 N5 네크리스.
- 4 1.96캐럿의 다이아몬드 49개와 0.41캐럿 다이아몬드를 세팅하고 0.4캐럿 페어 컷 다이아몬드로 물방울을 표현한 18K 화이트 골드 이터널 N5 네크리스.

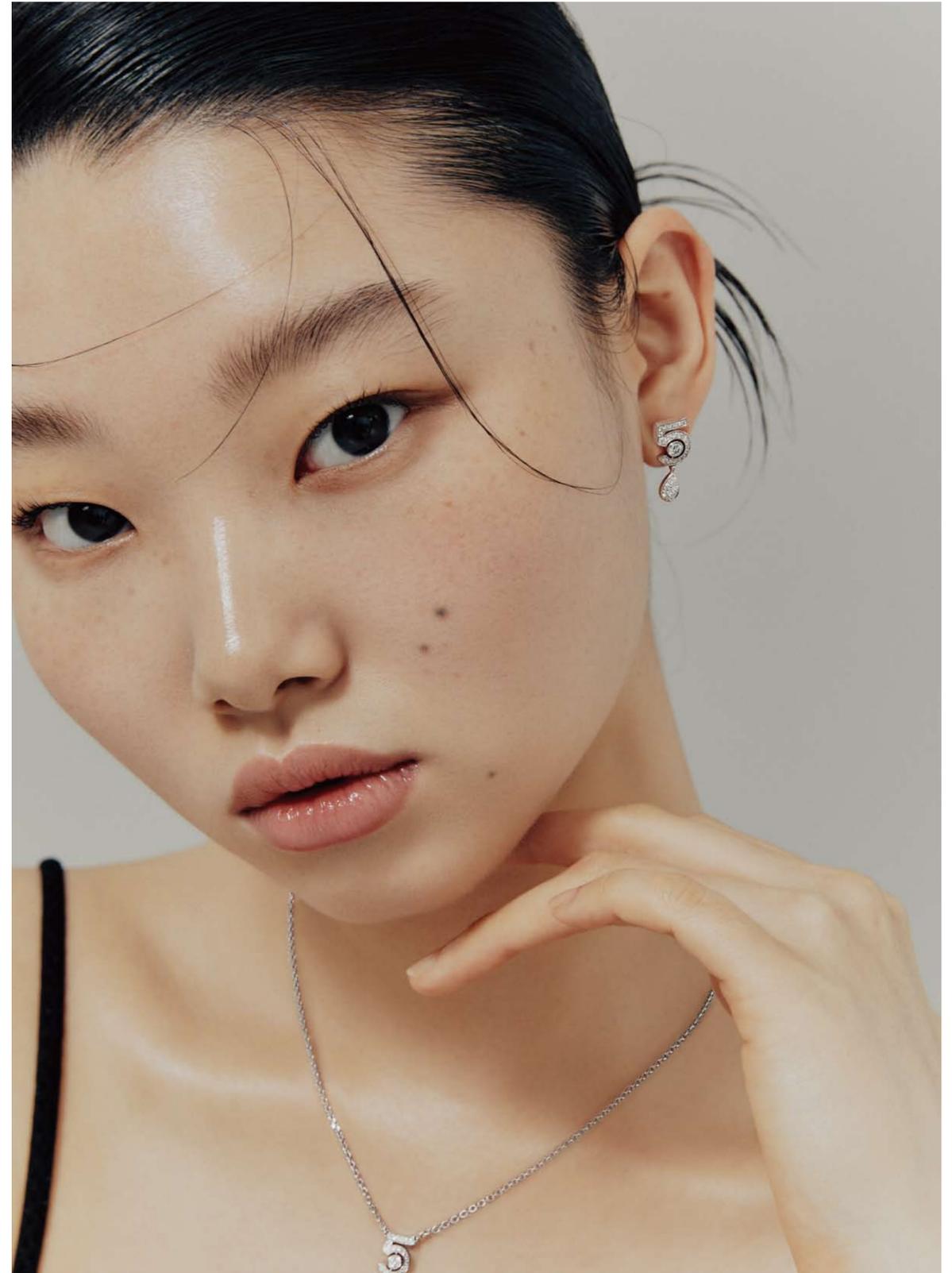


스머들 듯 번지는 다이아몬드 빛으로
 샤넬 향수 N5를 구현했다. 향수 내야밍을
 모티브로 한 숫자 모양 펜던트 중앙에 0.41캐럿
 라운드 컷 다이아몬드를 세팅하고, 메인 스톤을
 중심으로 43개의 라운드 컷 다이아몬드를 세팅해
 광채를 극대화했다. 마지막으로 중앙 하단을
 1개의 페어 컷 다이아몬드로 장식해 마법 같은
 향수 한 방울을 표현했다. 이타닐 N5 네크리스
 가격 미정 샤넬 화인 주얼리.



THE SHAPE OF LUCK

기분 좋은 향기가 마법 같은 순간을 은밀하게 약속하는 것처럼,
 유쾌하고 밝은 기운이 아름다운 삶의 기준이 되는 것처럼,
 여인의 소망을 발현해줄 행운의 숫자 N5. photographed by park hyun goo



상징적인 숫자 5를 모티브로 완성한 이타닐 N5 이어링. 총 0.67캐럿의 라운드 컷 다이아몬드를 총총히 세팅해 화려하게 빛난다. 변형 가능한 이어링으로 로브와 함께 길게 늘어뜨리거나, 이어 스타드로 간결하게 연출할 수 있다.
 숫자 5를 행운의 상징으로 여긴 기브라엘 샤넬과 샤넬 향수 N5에서 영감을 받아 정교한 세공으로 제작한 이타닐 N5 네크리스. 모두 가격 미정 샤넬 화인 주얼리.



우아하고 부드러운 곡선형 실루엣이 돋보이는 이타널 N5 링. 숫자 5를 밴드 중앙에 0.25캐럿 라운드 컷 다이아몬드를 세팅하고, 0.2캐럿 라운드 컷 다이아몬드 19개를 둘러 기브라렐 샤넬이 가장 좋아했던 숫자 5를 표현했다. 상징적인 숫자 5를 모티브로 완성한 이타널 N5 이어링. 로브를 감아내고 이어 스타트으로도 착용할 수 있다. 모두 가격 미정 **샤넬 확인 주얼리**.

STYLECHOSUN.COM | 대표 발송처: 서울특별시 강남구 테헤란로 419 현대백화점몰 1108기 7층 | 문의: 02-799-5339

상징적인 숫자 5를 모티브로 완성한 이타널 N5 이어링. 숫자 5를 행운의 상징으로 여긴 기브라렐 샤넬과 샤넬 향수 N5에서 영감을 받아 정교한 세공으로 제작한 이타널 N5 네크리스. 화이트 골드 플래티네 0.01캐럿 라운드 컷 다이아몬드와 총 0.38캐럿의 다이아몬드 24개를 이상적인 배열로 세팅해 미세한 움직임에도 눈부시고 미묘한 광채를 발한다. 체인의 길이를 조절할 수 있는 링으로 네크리스를 길거나 짧게 착용할 수 있다. 모두 가격 미정 **샤넬 확인 주얼리**.

문의 080-200-2700, chanel.com.

모델: **배윤영** (@YG K+) | 헤어: **정혜연** | 메이크업: **유혜수** | 어시스턴트: **배서현** | 에디터: **이주이**





CHANEL

HIGH JEWELRY

N°5 네크리스, 18K 화이트 골드*와 다이아몬드,
55.55캐럿 다이아몬드, 에메랄드 컷 DFL타입 IIA.