

**MONT
BLANC**



**Montblanc Bohème
Perpetual Calendar**

Uniting feminine elegance with one of the most sophisticated complications of fine watchmaking, the new Montblanc Bohème Perpetual Calendar is destined to become a fine lifetime companion. Its exquisite guilloché dial, nestled in a diamond bezel, embraces Montblanc's automatic caliber 29.15 requiring no adjustments until the year 2100 if kept sufficiently wound. **Montblanc.** Crafted for new heights.

Visit Montblanc.com

Style

조선일보

SEPTEMBER 2014 vol.113



Sulwhasoo

**MONT
BLANC**



**Montblanc Bohème
Perpetual Calendar**

Uniting feminine elegance with one of the most sophisticated complications of fine watchmaking, the new Montblanc Bohème Perpetual Calendar is destined to become a fine lifetime companion. Its exquisite guilloché dial, nestled in a diamond bezel, embraces Montblanc's automatic caliber 29.15 requiring no adjustments until the year 2100 if kept sufficiently wound. **Montblanc.** Crafted for new heights.

Visit Montblanc.com

Style

조선일보

SEPTEMBER 2014 vol.113



Sulwhasoo



Metamorphosis, an Hermès story



Straight pea coat in wool
with «phantom» leather detail
One-pleat trousers
in cotton serge
Boots in Tuscan calfskin
Dip dye tie in silk twill
에르메스 코리아
02 544 7722
Hermes.com



© Hermès

OMEGA



Ω
OMEGA
Speedmaster

THE DARK SIDE OF THE MOON

The Apollo 8 astronauts were the first people to see the dark side of the moon with their own eyes. The black ceramic [ZrO₂] Co-Axial Speedmaster salutes the pioneering spirit that took them to a place no human had ever been and it pays homage to the Speedmaster Professional chronographs worn by every Apollo astronaut. OMEGA is a proud partner in mankind's greatest dreams.

청담 부티크 02 511 5797 • 신세계 강남점 02 3479 6025 • 롯데 잠실점 02 2143 7266 • 현대 무역센터점 02 3467 8632
현대 목동점 02 2163 1283 • AK플라자 분당점 031 708 5520 • 현대 대구점 053 245 2249 • 현대 부산점 051 667 0417



표지에 등장한 제품은 설화수에서 새롭게 선보이는 자아존재센스의 광고 비주얼이다. 깊이있는 아름다움을 전하는 럭셔리 브랜드 설화수는 주름이 깊고 넓게 뻗어가는 주름 줄기 현상에 주목, 이를 케어해주는 안티에이징 에센스인 자아존재센스를 출시했다. 설화수가 50년간 이어온 인삼 연구와 뛰어난 캡슐화 기술력으로 탄생한 진세노스피아가 인삼 성분과 피부에 전달해 틈이 있고 매끄러운 피부를 완성한다. 문의 080-023-5454



Style 조선일보

Issue.113 September 2014

- 16 **프리미엄 자동차, 체험 마케팅에 올인하다** 각종 어린 고객 체험단이 아달로 오늘날 마케팅의 초점이다. 그렇다면 고객 스스로 주인공처럼 느낄 수 있는 애그가리를 끊임없이 창출해내기 위한 자동차업체의 행보는 어떻게 펼쳐지고 있을까?
- 18 **2014 FW BEST LOOK** 보다 현실적인 아름다움을 반영한 룩이 2014 F/W를 휩쓸었다.
- 20 **HIS WATCH** 제대로 된 시계 하나를 갖기 위해 많은 고민을 하는 그에게, 그녀가 추천하는 1천만원 미만의 클래식 워치 컬렉션.
- 22 **PRECIOUS PIECES** 데일리 룩을 위한 미드-하이 주얼리 컬렉션.
- 24 **GET THE UNIQUE** 강인하고 유니크한 남성 주얼리.
- 26 **REFRESHING SCENTS** 눈부시게 빛나는 남녀 향수 컬렉션.
- 28 **STAY PERFECT** 오랜 시간 피부를 보송보송하고 매끈하게 유지해 줄 메이크업 픽서 아이템.
- 30 **ULTIMATE CREAM** 첨단 기술로 무장한 궁극의 크림.
- 32 **THE GREAT TIME** 예술적인 창조성과 기술력의 진화를 한눈에 펼쳐 보이는 <아트에 타임 아트> 전시회가 올해 상하이에 상륙했다.
- 34 **ACTIVE CREATION** 지난 6월, 파렌체 남성복 박람회 파티 워드로 컬렉션 무대를 옮긴 Z 제너의 새로운 시작에 동행했다.
- 36 **THE HISTORY OF MOONWATCH** 1969년 인류는 최초로 달에 착륙했고, 그 순간을 함께한 오메가의 스피드마스터는 지금까지도 그 영광을 이야기하고 있다.
- 38 **THE ROYAL TOUCH** 프리미엄 디저트 카메 코코브루니에서 영국 왕실의 리미티드 에디션 디저트 로얄 터치를 선보인다.
- 39 **AUTUMN GLORY** 패션 빅 하우스의 2014 F/W 여성 기록.
- 48 **AUTUMN'S WARDROBE** 분다살클락스에서 2014 F/W 시즌을 맞아 두 번째 PL(Private Label) 컬렉션을 선보인다.
- 49 **TIMELESS FRENCH CHIC** 프랑스 슈즈 브랜드 로베르 글레제리가 신세계백화점 본점에 아시아 최초로 공식 매장을 오픈했다.
- 50 **SMART LIFTING POWER** 항노화에 대해 사설이 제시한 독창적 관점, 리프트를 소개한다.
- 51 **GREAT ANTI-AGING** 깊은 노화 향이 가득한, 아모레퍼마픽의 새로운 안티에이징 크림.
- 52 **SYNERGY EFFECT** 맑고 투명한 광채에 리페어 기능을 더한 에스티 로더 제품의 드라마틱한 효과를 소개한다.
- 53 **RESTORE YOUR SKIN** 강한 자외선으로 눈에 띄는 기미와 잡티, 칙칙한 낫빛을 위한 SK-II의 제안.
- 54 **PERFECT EYE CARE** 클리안스가 엑스트라-퍼미 아이크림을 야심차게 선보인다.
- 55 **Y-LINE SIGNATURE** 임생로랑의 새로운 스카커, Y-셰이프 컨센트레이트와 크림으로 젊음을 느낄 수 있다.
- 56 **MIXED FEVER** 스와로브스키의 2014 F/W 컬렉션 테마는 '믹스드 플레이팅(mixed plating)'.
- 57 **EDITOR'S PICK** 신선한 아이디어와 가능성이 눈에 띄는 이달의 뷰티 아이템.



대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com
 패션 - 뷰티 에디터 | 배미진 mijin@chosun.com 권유진 yjkwon@chosun.com
 이메진 yejin_lee@chosun.com 아트 디렉터 | 이은숙 okida@chosun.com 교열 | 이정현
 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com
 조동일 ci@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 · 재판 | 사법 그래픽스
 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패리는 비즈니스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529

매월 첫째 주 수요일에 발행하며 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동, 동부이촌동, 평창동, 성북동, 경기도 성남 분당구, 부산 해운대구, 수원, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.

※ 2·3·4·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일에 각주로 두 번 발행됩니다.
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다.



stylechosun.com

<스타일 조선일보> 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트, 실질적인 정보의 럭셔리 브랜드 갤러리, 골격 있는 라이프스타일을 제안하고 지원하는 다양한 콘텐츠를 준비하고 여러분을 기다리고 있습니다. 또 과월호를 언제 어디서나 온라인으로 구독할 수 있는 'E-magazine'이 여러분과 <스타일 조선일보>를 더욱 가깝게 만들어드립니다. 럭셔리 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 <스타일 조선일보> 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

FENDI

FENDI.COM

Jewel
BORN TO BE RIBBONS

어심을 자극하는 리본 모티브를 자유롭게 재해석한, 사랑스러운 리본 모티브 주얼리.



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) 리본 모양 X자 모티브의 다이아몬드 프라미에 리앙 브라이슬릿 1천9백만원대, 리앙 오픈 하트 펜던트 MM 사이즈 7백만원대 모두 소매, 손가락을 꼬아서 행운을 비는 제스처에서 영감을 받은 핑크 골드 락기 안드레네 넬리스 9백만원대 **카르미에**, 미치 꽃처럼 리본을 표현한 미니 우리라 링 1백만원대 타사키, 귀여운 리본 모티브의 보우 칼렉션 네크리스 9백만원대, 아이링 9백만원대 모두 타사키, 리본 모티브를 재해석한 사쿠라 골드 우리라 네크리스 2백40만원대 타사키, 다이아몬드를 세팅한 락기 안드레네 링 1천만원대 **카르미에**, 옐로 골드에 다이아몬드를 세팅한 리앙 링 9백만원대 **소메**, 에디터 **배이진**

Fashion
NEW SPACE IN AUTUMN

지난 두 달, 시방에서 들리는 매장 오픈 소식 덕분에 기자들은 한국의 남쪽과 북쪽을 쉴 새 없이 오갔다. 프랑스 럭셔리 슈즈 하우스 **로저 비비에**의 국내 첫 부티크는 압구정동 갤러리아 명품관에 들어섰다. 여자들은 오픈만을 기다렸다는 듯이 이코닉한 사각 바클이 달린 쇼크 힐은 물론이고, 미스 비브 백, 주얼리, 선물라스에 이르기까지 이코닉한 디자인을 연다. 이후, 베를린과 상하이에 이어 전 세계 세 번째 플래그십 스토어를 압구정동에 오픈한 **아디다스 오리지널스**는 한국 문화 현대로 해석한 작품을 벽면과 공간 곳곳에 장식했다. 가장 많은 슈즈와 애플워치는 기본이고, 이곳에서만 볼 수 있는 칼라베이션 제품과 한정판 에디션은 선보이며, 서울의 스트리트 걸처 공간 역할을 담당하는 의미 있는 매장이다. 북적이는 강남역 등지에는 이나영의 광고 캠페인으로 화제를 모은 프랑스 컨템퍼러리 액세서리 브랜드 **랑카스터**가 문을 열었다. 부드러운 곡선 형태와 악어가죽을 패턴화한 디자인이 주를 이루며, 실용적인 디자인과 가격 경쟁력 면에서 단연 앞선다. 트렌디한 스포츠와 사람들 넘쳐나는 신사동 가로수길에는 10월 9일까지 **티쏘** 팝업 스토어가 열린다. 마케팅 담당자는 인터리어를 비롯해 상품 구성, 베스트셀러를 비롯한 인센티브 이벤트를 위한 특별 에디션(타사키) 등 티쏘만의 전문성을 경험할 수 있는 최고의 매장이라고 밝혔다. 마지막으로 아시아 첫 매장으로 한국을 선택한 **로베르 갈라제리**는 1백여 년의 전통과 장인 정신을 자랑하는 프랑스 슈즈 브랜드, 건축적인 형태에 담긴 패턴한 디테일, 편안한 착용감까지 우선시하는 여자라면 일단 신세계백화점 본점 2층에 있는 매장으로 달려가라. 에디터 **이예진**



아디다스 오리지널스

랑카스터

로저 비비에

티쏘



뷰티 마니아를 위한 글로벌 브랜드

소위 알 만한 사람만 쓰는 고성능 글로벌 뷰티 브랜드들이 드디어 국내에 안착했다. (왼쪽 아래부터 시계 방향으로) 부드럽고 뛰어난 세정력으로 브랜드의 시그처 아이템으로 자리 잡은 **이브롤 클렌저**. 이브롤은 세계적인 테라피스트인 이브롤 여사가 탄생시킨 영국 스킨케어 브랜드다. 밤 타인 제품으로 각질 제거 효과가 물론 진한 아이 메이크업도 자극 없이 깔끔하게 세정한다(50ml 8만9천원). 줄리아 로버츠, 제니퍼 애니스턴 등의 할리우드 스타들이 사용하는 브랜드인 **남안팜 바이퍼 베뉴 아이 픽스 by 스킨알엑스**는 가장 씨 추출물, 해조류 추출물 등을 함유한 롤링 타인 아이 세럼으로 눈가에 가볍게 롤링해주면 디크서를, 진주층을 완화한다(15ml 2만6천원). 신개념 코롱 진본 브랜드의 향수 **이블리에 코롱 오랑주 상강**는 싱그러운 오렌지 향이 특징으로, 2012년 피피 어워드에서 수상한 브랜드의 베스트셀러 향수다(100ml 15만9천원). 단 하나의 향 분자만 포함되어 페로몬 효과를 극대화하는 영국 나치 향수도 있다. **이센트릭 클리닉스 이센트릭 이 & 몰리클 이**는 높은 함량의 아로마 분자만 담아 페로몬 효과를 극대화하는 매혹적인 향을 발산한다(각 30ml 12만원). 입소문으로 유명세를 타고 있는 **모우 셀티두 진해질 미스트 by 스킨알엑스**는 불안정한 피부 상태를 정상적인 pH로 완화해 피부를 편안하게 진정시킨다(56ml 2만9천원). 필라 화장품에 혁신을 불러일으킨 프랑스 브랜드 **필로르가** 역시 국내에서 만날 수 있다. 대표 제품은 **필로르가 타인 필러 by 스킨알엑스**. 피부 결점을 필러 주사를 맞은 듯 매끈하게 선하는 것이 특징이다(50ml 13만9천원). 에디터 **권유진**

INSIGHT

편집부가 엄선한, 국내 및 해외에서 각광받는 이달의 최신 트렌드 & 주목할 만한 소식들.

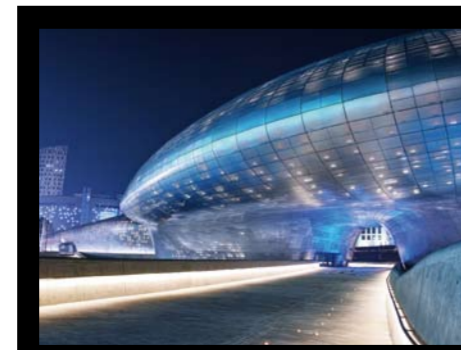
Focus
FANTASTIC WORLD OF SPIRITS

수확의 계절 가을, 풍요로움이 묻어나는 고농도의 '브라운 스피릿'이 하나둘 선보이고 있다. 말끔하게 새 옷을 차려입어 눈으로 감상하기에도 호뭇하다. 그중 왕실 위스키 로얄 살루트가 탄생 60주년을 맞아 선보인 '다이아몬드 트리뷰트(The Diamond Tribute)'는 짙은 미드나잇 블루 색상의 보틀과 다이아몬드에서 영감을 받았다는 굵은 마개가 돋보이는 제품. 스코틀랜드 스트라스아일라의 창고에서 최소 21년 이상 숙성된 블렌드와 완성한 프리미엄 위스키다. 이를 기념하기 위해 로얄 살루트 마스터 블렌더인 콜린 스콧이 한국을 방문해 브랜드 VIP들과 함께 위스키 시음회 전설의 연금술, 알케미를 진행하기도 했다. 일교율 농도를 획기적으로 높일 수 있는 기술을 인류 최초로 습득한 주인공이 이들의 연금술사들이었다는 역사적 배경을 생각하면 명품 위스키 테이스팅에 걸맞은 이름이 아닐 수 없다. 조너워커 하우스에서 접할 수 있는 아트 칼라베이션 작품도 눈길을 끈다. 설치미술가인 김병진 작가와의 협업으로 탄생한 '숨은그림찾기 한정판 패키지는 조너워커(Johnnie Walker)를 구성하는 글자를 조합해 철을 소재로 하나의 형상으로 만들어내 위스키 병을 감싼 모습이 풍격을 느끼게 한다. 조너워커 하우스에서만 접할 수 있는 '감정진 에디션은 칼라베이션으로 페 조각 기법이 있다. 대한민국 최초의 프리미엄 위스키 브랜드인 임페리얼은 올해 탄생 20주년을 기념해 산업 디자인이 감성세대의 취업으로 창작자와 백자를 모티브로 심은 리미티드 에디션을 내놓았다. 창작자 백자에서 영감을 받은 디자인에 임페리얼 보틀 특유의 다이아몬드 앵글 커빙을 적용한 제품으로, 우아한 흰색과 은은한 청자색을 입힌 27기 버전으로 출시했다. 에디터 **고성연**



조너워커

로얄 살루트



Exhibition
〈문화 사설 - 정소의 정신〉展

시인이자 건축가인 함성호는 정소는 시인이 개입된 공간이라고 했다. 장소에는 시간과 함께 우리가 쌓아온 추억이 묻어 있다는 얘기다. 패션의 예술을 다채롭게 펼쳤던 마드무아젤 가브리엘 사뮈엘에게 영감을 불어넣은 장소들은 어떤일까? 사설의 창조적 세계를 보여주는 전시인 〈문화 사설전〉이 8월 30일부터 10월 5일까지 정소의 정신(The Sense of Places)이라는 주제로 서울 DDP(동대문디자인플라자)에서 열리고 있어 주목된다. 상하이, 모스크바, 파리 등 세계적인 도시에서 〈문화 사설전〉의 큐레이터를 맡아 전시를 성공적으로 치러내며 명성을 떨친 장-루이 프로망이 기획했다. 세계적인 건축가 지하 하디드가 설계한 DDP에 자리 잡은 이 전시는 10개에 이르는 공간으로 이뤄져 있는데, 각각 사설의 창조적 여정에서 특별한 의미를 지닌 장소를 나타낸다고 한다. 그 장소의 목록에는 오버진(Aubazine), 도빌(Deauville), 파리(Paris), 베니스(Venice) 같은 도시가 포함된다. 각각의 장소가 사설의 패션 지평을 어떤 식으로 넓히고 창의성의 깊이를 더했는지 살펴볼 수 있는 기획의 정인인 전시에서는 사설의 패션, 주얼리, 시계, 향수 같은 창작품을 비롯해 사진, 책, 오브제, 원고 등 5백 점 이상의 다양한 자료도 소개된다. 홈페이지 www.culture-channel.com 에디터 **고성연**



PRADA

James McAvoy
England, May 2014

+82 2 3443 2323 prada.com



컬러 조합이 신뜻한 구조적인 디자인의 비크리스 가격 미정 셀린느.

스포츠리한 감성이 느껴지는 타이거 시스루를 가격 미정 드라이클린 올리 by 룬 워드 어뷰.

폭신한 패딩 소재가 유니크한 클러지. 21x32.5cm, 73만원 발렌시아가.

스포츠리한 디자인의 블랙 프레임 선글라스 가격 미정 토즈.

원단 장식이 어메이징 73만원 샤넬.

여성 스포츠용 핑거스 나카즈를 결합한 독특한 디자인의 880원 1백만원의 샤넬.

트윈드 소재와 메탈릭한 가죽을 미스 매치한 감각적인 스니커즈 가격 미정 샤넬.

컬러 스타드 장식의 포인트인 스가죽 슬림은 1백37만원 크리스찬 루부탱.

경쾌한 복서 재킷을 연상케 하는 새틴 블라우스 가격 미정 쥘디.

스타일리스에 유망한 어시스트에 이세영 에디터 필유진

스포츠리한 밴드에 비즈 장식과 스타드로 포인트를 준 알짜 17만원 캐롤린 베기 by 무이.

핑퐁하고 캐주얼한 나파 바이커 비레 토트백. 21.5x23.5cm, 3백만원대 미우미우.

미니멀한 패션 감각이 녹아든 요가 매트 38만원 알렉산더 왕.

가방백의 패션을 7색 컬러. 35x33cm, 2백27만원 샤넬이브리스.

- 셀린느 02-3440-1547
- 발렌시아가 02-542-1937
- 토즈 02-3438-6008
- 쥘디 02-2056-9022
- 다울 02-513-3232
- 지방시 02-517-7560
- 샤넬 02-543-8700
- 무이 02-3446-8074
- 미우미우 02-3218-5341
- 알렉산더 왕 02-3446-7729
- 크리스찬 루부탱 02-6905-3795
- 피에르 아르디 02-310-5052
- 룬 워드 어뷰 02-3443-4507



TASAKI

60th Pearl & Diamond Jubilee



스포츠와 장갑의 소재로 포인트를 준 그레이 맨투맨 티셔츠 40만원대 요시우루 by 무이.

가하랑전 패턴의 레드 컬러 플러시. 21x30cm, 33만원 파멜로 아르디.

베트니 제품을 향상시킨 블랙 핑거링 가리미장 지팡시 by 라카르도 티시.

시간과 기록을 정확히 측정하는 오메가 워치 1백만원대 오메가.

파워팩의 선글라스에서 영감을 받은 유니크한 디자인의 선글라스 53만원 몽클레어.

네이비 & 카키 컬러 배색이 세련된 스니커즈 1백만원 루이비통.

for him Selection

매 시즌 스포츠의 열기는 계속된다. 세련된 감성과 활동성을 모두 겸비한 럭셔리 브랜드의 스포티즘 룩. *photographed by kim do hyun*



백프로 디테일의 브라운 컬러 라바슬 가죽 스니커즈 80만원 토즈.

하트 모티프의 캔버스 지갑 가격 미정 고이도.



비트 심슨 캐릭터가 워트 있는 스니퍼백 7만원대 카유니티54 by 분더샵.

블루 컬러와 방수능 물론 명예도 내구성이 뛰어난 라바 스트랩이 매력적인 엘 프리메로 스트라토스 플라이백 워치 1천만원대 제니스.

활동성을 높인 블루 배색 팬츠 가격 미정 드리스 반 노트 by 분더샵.



꽃 모티프의 스트라이프 패턴으로 아린 무드를 연출한 아이론 케이스 28만원 톨 브라운.

오렌지 컬러의 포인트를 준 맨투맨 티셔츠 가격 미정 지팡시 by 분더샵.



그래픽 패턴이 돋보이는 백백. 41x27cm, 1백20만원대 프리다.

무이 02-3446-8074
지팡시 by 라카르도 티시 02-517-7560
오메가 02-511-5797
루이비통 02-3432-1854
분더샵 02-3444-3300
몽클레어 02-514-0900
토즈 02-3438-6008
고이도 02-3448-4778
프리다 02-3218-5331
톨 브라운 02-6905-3505
제니스 02-512-6088
피에르 아르디 02-310-5052



자전거 핸들트가 포인트인 키링 20만원대 프리다.



간판 티셔츠 유한영 에디터 무이

HUGO BOSS Phone +82 2 515 4088 www.hugoboss.com



BOSS

HUGO BOSS

BOSS Menswear
 서울 청담 플래그십 갤러리: 영풍관 EAST 4F 현대백화점 본점 4F 현대백화점 코엑스점 7F
 현대백화점 목동점 B1F 롯데백화점 본점 5F 롯데백화점 잠실점 5F
 경기 AK프라자 분당점 4F 현대백화점 킨텍스점 2F
 대전 갤러리 타임월드점 2F
 대구 현대백화점 대구점 2F 대백프라자 2F
 부산 신세계백화점 센텀시티 5F 롯데백화점 부산점 MB1F



프리미엄 자동차, 체험 마케팅에 올인하다

1950년대부터 건설 장비와 차량을 제조하는 JCB라는 회사를 운영했던 조지프 시릴 뱌포드는 기계를 직접 발명해내는 재주도 남달랐지만 다른 기술자들에게서 좀처럼 찾아보기 힘든 성향을 지니고 있었다고 한다. 고객이 상품을 인수할 때 대표의 손길이 닿는 걸 선호한다는 점을 알게 된 그는 새 중장비가 배달될 때마다 'JCB1'이라는 독특한 번호판이 달린 롤스로이스를 타고 현장에 나타났다. 심지어 회사 장비를 보고는 "홍차를 좋아하는 일만 빼고는 만능"이라고 특 던진 친구의 한마디에서 아이디어를 얻어 모든 JCB 차량에 전기 주전자와 전원 콘센트를 탑재했을 뿐 아니라 고객에게 손수 차를 대접하기 위해 자신의 롤스로이스에 티포트(tea pot)까지 별도로 쟁겨 다녔다고.

〈폭스바겐은 왜 고장 난 자동차를 광고했을까?〉라는 책에 실린 이 소소한 20세기 중반의 일화는 고객의 마음을 사로잡기 위한 노력의 정성스러운 단면을 보여준다. 고객은 이 노력을 단순한 서비스로 여겼을까, 아니면 유쾌하고 정감 어린 체험으로 받아들였을까? 아마도 '체험 경제(experience economy)'라는 용어를 널리 퍼뜨린 2명의 학자인 조지프 파인 2세와 제임스 길모어는 후자에 손을 들어줄 성 싶다. 그들이 내린 정의의 응용하자면 서비스는 '무형의 혜택(intangible benefit)'의 속성을 제공하지만 체험은 기억될 만한 느낌(memorable sensation)을 펼쳐내기 때문이다. 그리고 그 차이를 빛내내는 핵심은 원론적이긴 하지만 '진정성'에 있지 않을까 싶다. 60대의 노사장이 자신의 차를 끌고 나타나 배송되는 새 장비를 따라다니며 직접 에스코트하고, 홍차나 커피를 따라 손수 대접하는 행동은 깊은 감동까지는 아닐지라도 고객에게 느낄 있는 작은 스토리를 선사했을 테니까.

고객과의 관계, 폭과 깊이에 모두 신경 쓰는 '경험 점유율'을 잡아라

오늘날 '프리미엄 브랜드'라는 '프리미엄'을 지닌 자동차업체라면 이 점을 직원들의 뇌리에 뚜렷이 각인시켜야 할 듯하다. 물론 '머리가 아닌 가슴을 사로잡아라', '감성으로 접근하라'는 등의 메시지는 이미 마케팅이나 영업 담당 직원들의 지상 과제가 된 지 오래다. 게다가 예나 지금이나 시간을 할애하며 애매한 감성을 소비하는 경험보다는 딱 떨어지는 혜택을 얻기를 원하는 실리주의 유형의 고객도 많을 것이다. 그렇지만 '고객'이라고보다는 '손님'으로 대한다고 느끼는 경험은 억지로 만들어내는 게 아니라 우연히 스키치는 짧은 순간이라도 정성이 통하면서 저절로 엮이게 마련이며, 진정한 결실은 스토리도 그렇게 자연스럽게 탄생되는 것임을 명심할 필요는 있을 듯하다. 굳이 고객의 시간을 빌려 경험을 선사하려는 돈 쓰는 마케팅의 의도를 확연히 발휘하려면 브랜드 정체성에 맞추되 개개인의 수요와 취향을 꿰뚫는, 고도로 세련되고 완성도 높은 맞춤형 체험을 선사해야 할 테고 말이다. 이러한 체험의 질적 중요성을 반영한 듯 최근 허버드 비즈니스 리뷰(HBR)에 실린 '궁극의 마케팅 마스터'란 글에서는 전 세계적으로 실적이 우수한 기업은 고객과 맺는 관계의 폭과 깊이에 모두 신경 쓰는 것으

로 나타났다면서, 개개인의 취향을 반영한 맞춤형 제안의 깊이와 함께 고객과의 접점 자체를 늘리는 데도 집중한다고 설명했다. 그러면서 시공간을 뛰어넘는 교감이 이루어지는 디지털 시대가 무르익으면서 조만간 마케팅에서 가장 중요한 지표는 '지갑 점유율'이나 '매체 점유율'이 아니라 '경험 점유율'로 바뀔 것이라는 전망을 내놓기도 했다. 그렇다면 중장비업체 회사 대표가 롤스로이스를 타고 에스코트하면서 홍차를 대접하던 시절에서 반세기나 지난 오늘날 내로라하는 프리미엄 브랜드 자동차업체들은 고객의 심장과 머리를 관통하는 경험에서 우위를 점유하기 위해 어떤 식의 활동을 얼마나 세련되게 펼치고 있을까?

자동차 영역에 머물지 않는 다채로운 맞춤형 라이프스타일 체험

최근에는 자동차 역시 라이프스타일을 부각하는 마케팅 전략이 눈에 띈다. VIP 고객만 초대하는 각종 공연이나 스포츠 행사도 그러한 노력의 일환이다. 이처럼 자동차 영역에서 벗어나 프로그램이 갈수록 '맞춤형'으로 진화하고 있다. 여기에서 관건은 자연스러워야 한다는 점이다. 그러려면 자동차와 관련된 경험만 부각하기보다는 일상의 간극을 채워주는 다채로운 문화적 영감을 충족시키는 전술은 꽤나 유효한 수단일 아닐 수 없다.

얼마 전 플래그십 모델인 아우디 A8을 선보인 아우디의 마케팅 프로그램은 이러한 잠재 수 요를 잘 충족시킨 사례다. 쪽빛 바다가 일품인 남해를 배경으로 들이선 현대적인 럭셔리 리조트 사우스 케이프 오너스 클럽에서 열린 A8 론칭 기념 고객 행사에서는 '아트 오브 프로그레스'라는 프로그램에 가장 긴 시간이 할애했다. 선호도에 따라 싱클 몰트위스키 체험, 국내 미술품 경매사 1호가 주도하는 예술 채테크 강의, 전문 조향사와 함께하는 맞춤형 향수 제조, 20세기 초반의 대형 아날로그 오디오를 이용한 음악 감상 등 네 가지 주제 중에서 고를 수 있는 맞춤형 프로그램으로, 적어도 이 시간에는 '자동차'는 전혀 강조하지 않았다. 물론 시승과 자동차 소개 행사도 따로 개최하긴 했지만, 여기에서도 A8의 장점을 구구절절 강조하는 지루한 프레젠테이션이 길게 이어지지 않고 세계 최초로 적용했다는 매트릭스 LED 헤드라이트를 소개하는 데 주로 초점을 맞추었다. 아간 주행 시 다른 차가 나타나면 25개로 나누어진 광량도 LED 램프가 반대편 운전자의 시야를 방해하지 않게 '지능적'으로 알아서 작동하는 시스템인데, 지하 공간에서 '짙고 굵은' 시연이 이뤄졌다. BMW도 플래그십 모델인 BMW 7 시리즈 고객만을 위한 문화 공간인 BMW 7 시리즈 모빌리티 라운지를 매번 콘셉트를 바꿔가며 운영하고 있는데, 이 기간에는 와인 테이스팅, 스타일링 클래스, 요트 크루징 등 고객의 취향과 라이프스타일 가치를 접목한 다양한 프로그램을 진행한다.

따로 구매할 수 없는, 몹시도 특별한 경험의 장

초럭서리 차를 만드는 기업들은 자사의 브랜드만이 선사할 수 있는 드라이빙 경험을 극단으

로 강조하되, 프리미엄의 정점을 보여주는 장소에서 라이프스타일의 요소를 듬뿍 엮은 국제적인 행사를 열기도 한다. 체험의 정수를 창출하는 게 모미인 '인생 행사'들이다. 올해 탄생 1백 주년을 맞이해 기념 로고를 새긴 '그란투리스모 MC 스트라달레 센테니얼 에디션'을 한정판으로 내놓은 고성능 럭셔리 카 마세라티는 9월 18일부터 3일 동안 브랜드의 탄생지인 이탈리아 모데나에서 '센테니얼 게더링' 행사를 개최한다. 국내 VIP들도 초대되는 이 행사에는 환상적인 서킷 주행 기회를 제공하는 건 물론이고, 지난 1백 년간 선보인 2백50여 종의 다양한 마세라티 모델을 모조리 집결시켜 레이싱 팬의 눈요기를 톡톡히 시켜줄 계획이다. 이 드림 카가 창조해낼 또 다른 1백 년의 미래를 미리 엿볼 수 있는 <콩쿠르 텔레강스> 전시회도 마련되어 있다.

마세라티와 더불어 피아트 그룹의 대표적인 하이엔드 스포츠카 브랜드인 페라리는 레이싱 대회 말고도 차 오너만 참가할 수 있는 갤러리야 예술, 미식 등 문화적 경험을 쌓을 수 있는 페라리 카발케이드(The Ferrari Cavalcade)를 3년째 개최하고 있는데, 올해는 시칠리아 섬에서 열렸다. 전 세계 27개국에서 90여 대의 페라리가 몰려든 광경 자체가 볼거리라는 이 갤러리는 유럽에서 가장 큰 환상을 볼 수 있는 에트나 산을 비롯해 페르구사 호수 주위를 따라 설치된 서킷을 순회하는 3일간의 일정으로 꾸러졌다. 페라리 관계자는 "갤러리 자체도 흥미진진하지만, 자수성가한 사업가가 많은 페라리 오너들이 자연스럽게 어울리면서 브랜드에 대한 공감을 바탕으로 네트워크를 구축하는 것도 뜻밖의 부가 효과"라고 설명했다.

스포츠 마케팅도 언제나 그렇듯 뜨겁다. 메르세데스 트로피 코리아' 같은 아마추어 골프대회는 자사 고객을 대상으로 발급하는 '메르세데스카드' 소비자를 대상으로 한국 국제적인 축제의 장으로 기획했다. 우리나라에서도 예선을 거쳐 국내 본선에서 우승을 거둔 3명의 고객에게 메르세데스-벤츠 본사가 위치한 독일 슈투트가르트에서 열리는 월드 파이널에 참가할 자격을 부여한다. BMW 골프컵 인터내셔널은 세계에서 가장 규모가 큰 아마추어 골프 토너먼트 대회로, 50개국의 고객 약 12만 명이 참여한다. 지난해 국내 예선전에는 1천4백 명의 BMW 고객이 참가해 72명의 결승전 진출자를 배출했는데, 올해에는 세월호 참발 사고를 애도하는 뜻에서 국내 대회를 취소하는 한편 피해자들을 위한 성금 10억원을 기부했다.

차세대를 선점하라, 젊은 층에 다가가는 접점의 확대

당연한 얘기지만 프리미엄 자동차업체는 점점 커지고 있는 젊은 층의 마음 사로잡기에 적극적으로 나서고 있다. 많은 브랜드들이 젊은이들의 감성을 자극하는 매개체로 '디자인과 보다 참신한 영역의 아트'를 택하는 행보도 그러한 맥락에서 해석할 수 있다. 렉서스는 '고객의 기대를 넘는 놀라움과 감동을 계속 제공한다'라는 브랜드의 비전을 위해 지난해부터 '어메이징 인 모션(Amazing in Motion)'이라는 슬로건 아래 라이프스타일과 연계한 체험 마

케팅 활동을 벌이고 있는데, 최근 글로벌 광고 캠페인 '스트로브(Strobe)'에서는 그런 푸릇 푸릇한 감성이 확연히 느껴진다. 말레이시아 쿠알라룸푸르의 스카이라인에서 곡예사와 스타트맨이 LED의 빛과 어우러지며 빛어내는 영상도 그렇고, 패션, 영상, 음악, 아트 등을 아우른 브랜드 체험 공간인 'Intersect by Lexus'도 젊은 피에 초점을 맞췄다. 또 개인, 그룹, 국적을 가리지 않는, 청년 디자이너들의 등용문 '렉서스 디자인 어워드'도 젊은 층이 브랜드에 눈아들도도록 하는 시도다. 이 대회는 올해로 3회째(11월 3일 모집 마감)를 맞이하는 데(LexusDesignAward.com), 1회에는 한국인 디자이너 김문철 씨가 수상해 화제가 되기도 했다. 아우디도 지난해 창작 디자인을 공모하는 '아우디 디자인 챌린지(Audi Design Challenge)'를 개최했다. 음악, 드라이빙 스토리를 담은 코스 무비(course movie), 액세서리, 가구 등 총 4개 분야로 진행된 이 공모전은 학생, 현역 디자이너 등 엄격한 제한 없이 다양한 크리에이터를 대상으로 했다. '소통을 통한 젊은 피 양상'을 위해 최종 결선 진출자들에게는 각 분야 전문가의 멘토링도 제공했다. 최종 결선 진출자 중 1명에게는 아우디 본사 인턴십 기회도 주어졌다. 대규모 '벤(차 오너)'과 공감하는 '미니 유니티'라는 행사를 진행해온 MINI가 지난해에 최초로 합작 뮤지션을 통한 '뮤직 페스티벌'을 개최한 것도 프리미엄 소형차 브랜드답게 젊은 소비자들과 호흡하는 방식의 발전 양상으로 해석할 수 있다. 또 BMW가 독일과 미국에 이어 세 번째로 트랙과 브랜드를 모두 경험할 수 있는 복합 공간인 '드라이빙 센터'를 축구장 33개 크기(24만㎡)라는 엄청난 규모로 인천 영종도에 설립한 것도 넓은 관점에서 프리미엄 라이프스타일을 접목한 드라이빙 경험을 젊은 세대를 비롯한 다양한 연령층에 확산하려는 의도로 볼 수 있다.

21세기의 자동차 브랜드들은 이미 기술이나 디자인에서 끊임없는 혁신을 통해 상당 평준화된 수준을 자랑한다. 그래서 '프리미엄 파워'는 정말로 큰 자산이다. 명차의 신화를 가능케 한 마케팅 전략을 다룬 <프리미엄 파워>라는 책을 집필한 2명의 자동차 분석가가 지적했듯이 기능의 최적화만으로는 프리미엄 제품을 내놓을 수 없다. 혁신적인 제품을 선보일 수는 있지만, 일단 소비자가 그 제품을 '프리미엄급'으로 받아들이기를 바라며 '차분'을 기다릴 뿐이라는 주장이다. 자동차업체의 프리미엄 마케팅이 현란할 정도로 전개될 수밖에 없는 이유이기도 하다. 그 프리미엄 파워를 유지해나가는 데도 마케팅 전략을 출중하게 활용한 고객과의 소통은 필수적이다. 그 소통의 방식에 있어 그냥 지켜보는 게 아니라 몸소 체험하면서 브랜드와 나만의 스토리를 만들어갈 수 있는 '경험 점유율'이 차지하는 비중이 커질수록, 그리고 디지털 시대의 경계 없는 소통이 점차 활성화될수록 자동차 브랜드들이 고객에게 내미는 '프리미엄'은 변하지 않는 인간의 기본적인 욕구에는 충실하되 결코 '벤'해서는 안 될 것이다. 마케팅이란 이 고객과 교감하는 방식이 달라졌기에 진부한 측면이 많았던 마케팅도 약간은 더 흥미롭게 진화하는 듯하다. **SI** 에디터 **고성민**



Art Sketch_ Burberry Prorsum

Big Tailored Coat_ Prada

1940's Lady_ Lanvin

Fabric Mix_ Fendi

Elegant Cape_ Salvatore Ferragamo

Knit Chic_ Calvin Klein

Hybrid Sportism_ Chanel

Mannish Suit_ Paul Smith

Modern Knit Cape_ Saint Laurent

Check Play_ Tod's

Back to 1940's_ Gucci

The Gentle Woman_ Hermès

Fur Stole_ Celine

1940's Silhouette_ Louis Vuitton

Graphic Pattern_ Bottega Veneta

Classicism Inspiration_ Givenchy

2014 F/W Best Look

우아하고 서정적인 패션 드라마

이번 시즌 디자이너에게 영감의 원천이 된 1940년대와 1960년대. 먼저 차방사는 한동안 스트리트 패션을 휩쓸던 강력한 아이 템에서 벗어나 1940년대 상류사회와 실루엣을 결합한 귀족적인 여성을 등장시켰다. 실감이나 비치는 실크 드레스에 팔찌와 외일드한 패턴, 풍성한 모피, 블랙 & 화이트 컬러 콤비로 이루어진 수트 착용이 그 예. 늘 여성의 우아함에 대해 연구해온 랭방 역시 7월 장사의 드레스와 카다란 모자로 무성영화 속 여배우를 연상시키는 패션 신을 그대로 재현했다. 1960년대의 대표 주자는 구찌와 생로랑, 루이 비통, 모즈 룩의 실루엣을 그대로 담은 구찌는 주일 장식으로 한때적인 해석을 대했고, 생로랑은 미니드레스로 시작해 미니드레스로 끝날 만큼 1960년대를 적극적으로 끌어올렸다. 스타일이나 비즈가 빛아반 눈부신 소재와 그래픽적인 프린트로 생로랑만의 젊은 감성과 파퓰러인 아름다움을 표현한 것은 말할 것도 없고, 파리 컬렉션 중 가장 큰 이슈 중 하나였던 니콜라 제스카베르의 첫 루이 비통 쇼에서는 룩의 균형을 맞추는 벨트나 볼드나 디테일, 플라워 프린트가 1960년대 실루엣에 녹아들었다. 소장 밖이든 안에서든, 일상적인 패션이 가장 각광받는 요즘, 놀이 트렌드를 반영한 듯 꾸밈없이 지인스러운 스타일을 완성하는 니트가 가장 우아한 방식으로 옮겨올을 찾아왔다. 이번 시즌 니트의 공통점은 투피스처럼 상의와 하의를 모두 같은 소재로 매치했다는 점. 생로랑과 미크 제이름스는 슬림이 깊이 들어간 상의에 플레어 팬츠로 유사한 니트웨어 룩을 선보였다. 칼빈 클라인의 노매드 니트 웨어와 스텔라 매카트니의 별카한 니트 원피스, 마이클 코어스의 니트 풀오버도 동시대 여자들이 흔쾌히 수긍할 만한 스타일. 겨울 컬렉션이 즐거운 이유 중 하나인 다채롭게 재해석된 모피의 향연도 이어졌다. 차르르 흐르는 윤가와 촉감이 매력적인 고트 헤어프라다, 구찌와 예술적인 패턴, 거대한 볼륨감으로 화려하게 연출한 폭스 페이르니, 짙게 검은 사야함과 곱슬거리는 앙탈사카이, 프라다의 사랑받을 전장. 특히 이번 시즌엔 손에 쥐고, 목에 두르고, 몸통에 끼우는 모피 스타일을 활용하는 것이 모범 답안이다.

1960년대 복고적인 실루엣부터 패턴의 앙극화, 커다란 테일러드 코트와 케이프의 약진, 최상급 소재와 피의 다채로운 향연, 하이브리드 스포티즘까지 보다 현실적인 아름다움을 반영한 룩이 2014 F/W를 휩쓸었다.

남성적인 테일러링과 패턴의 앙극화

극도로 여성스러운 룩의 이전에는 매니한 실루엣과 남성복에서 차용한 모티브가 중요한 위치를 차지하고 있다. 오버사이즈 실루엣은 계속 이어지며, 지난 시즌과 차이점이라면 코르 형태보다는 어깨 라인이 직각으로 떨어지는 남성적인 테일러링이 두각을 나타낸다는 점이다. 독일 장군의 군복을 연상시키는 프라다, 소매를 넉넉하게 채운 커다란 리플을 더한 에르메스, 브랜드의 전매특유인 싱글 버튼 수트를 선보인 폴 스미스를 참고하자. 테일러드 코트와 함께 케이프의 약진도 두드러진다. 페라기모 쇼의 시즈을 일린 체크 패턴의 케이프나 가장 미니멀하게 해석된 발렌티노의 미니 케이프, 생로랑 군단의 어깨 위에 얹어 있던 니트와 벨트 케이프를 떠올려볼 것. 프린트로 남아있던 예술적인 울터컬 프린트나 유머러스한 카라터의 앙극화가 공존한다. 바버리는 블룸즈버리와 찰스턴에서 영감을 얻은 핸드 패턴인 레더와 팬츠, 스카프로 영국의 예술과 문화를 찬양했으며, 토즈는 두 번째 컬렉션에서 미용포 패턴을 반복적으로 선보인 가죽 옷과 미드라스 체크를 입은 모피 룩으로 크리 에이티브 디렉터 파카베르만의 여성성을 다졌다. 움직일 때마다 착시 효과를 주는 기하학적인 패턴을 내세운 보테가 베네타, 패턴 플레이의 대가 드리스 반 노튼의 울터컬 프린트로 뺄줄을 수 없다. 반면 익살스러운 캐릭터로 쇼에 활기를 불어넣은 브랜드도 있다. 밀라노 패션 위크 기간 동안 불타게 팔렸던 모스카노의 맥도날드 아이폰 케이스와 체인 백, 니트 원피스는 SNS를 통해 삼시간에 인기 아이템으로 등극했으며, 페이는 이번 시즌에도 스누피를 등장시켜 카탈리스트의 환호를 받았다. 여전히 트렌드의 중심에 선 스포티즘은 보다 현실적인 방식으로 해석되었다. 상반된 소재의 충돌(덴트), 쿼터링 아우터와 트레이닝복에 주요 역할을 한 스니커즈(사넬), 아웃도어 룩에 기반을 둔 유릴리드 잠퍼(일렉산더 왕), 패딩 점퍼와 비즈 드레스의 쿨한 매치(미우미우)는 활동적인 여성이 추구할 만한 세련된 스포티즘의 절정을 보여주며 런웨이의 헤로인으로 눈길을 사로잡았다. 에디터 **이연진**

his Watch

제대로 된 시계 하나를 갖추기 위해 많은 고민을 하는 그에게, 그녀가 추천하는 1천만원 미만의 클래식한 워치 컬렉션.
photographed by park gun zoo



(오른쪽 위에서 시계 방향) 제니스 엘 프리에로 36000 VpH 크로노그래프의 정세성을 담은 인상 깊은 디자인의 워치, 미드나잇 블루 컬러와 차콜, 그레이 컬러를 매치한 3개의 스몰 카운터는 남성들이 선호하는 컬러 조합이다. 자동차의 회전 속도를 측정하는 타키미터, 100m 방수 기능까지 담았다. 자체 제작한 엘 프리에로 무브먼트를 장착해 소정 가치가 높다. 1천만원대, 문의 02-2118-6225

크로노스위스 시리우스 레트로그레이드 데이 유니크한 브랜드이자, 소장 가치 높은 독특한 디자인을 선보이는 크로노스위스의 시크-다운 시리우스 컬렉션, 6시 방향에 요일을 표시하는 부채꼴 모양의 레트로그레이드 기능을 다뤘다. 여기에 그레이 컬러 다이얼까지 독특한 브랜드 아이덴티티를 고스란히 담고 있다. 대중적인 브랜드를 넘어 나만의 위치를 갖고 싶은 남성들에게 추천한다. 팔레타 높은 오토매틱 무브먼트 C3286을 장착해 더욱 매력적이다. 8백만원대, 문의 02-3467-8179

블랑팡 울트라 슬림 화려적인 가격에 블랑팡이라는 유서 깊은 브랜드를 착용할 수 있는 모델이다. 28mm의 실용적인 사이즈에 화이트 다이얼과 얇은 두께의 스텔 케이스, 블랙 알파카기타 스트랩은 군더더기 없이 깔끔하다. 날짜 창과 방수 기능까지 갖춰 처음 시계를 구매하는 비즈니스맨에게 최적의 워치다. 9백만원대, 문의 02-3467-8426

오메가 씨피티어 이루어라 베의 깊은 디테일을 연상케 하는 오지 라인의 독특한 패턴과 클래식한 디자인으로 나이에 관계없이 오래도록 착용할 수 있는 디자인. 라인리스 스텔 스퀘어 케이스와 브레이슬릿이 실용적이다. 42mm 다이얼에 오메가가 자랑하는 코-시립 칼라버 8602 무브먼트를 장착했다. 9백만원대, 문의 02-511-5797

카르띠에 탱크 MC 워치 다양한 디자인의 워치를 갖추고 있어 선택의 폭이 넓은 카르띠에지만 보다 남성이 낯과 소장 가치 높은 클래식한 디자인을 원한다면 탱크 MC 워치를 추천한다. 자체 제작 무브먼트인 1904MC를 장착하고 기존 탱크의 아이코닉한 요소를 담고 있다는 것도 매력적이다. 3시 방향의 날짜 창과 6시 방향의 스몰 세컨드까지, 모든 구성이 완벽하다. 8백81만원, 문의 1566-7277

에르메스 케이프 코드 GMT 클래식한 디자인의 대명사인 에르메스 워치. 여행을 사랑하는 이들을 위해 탄생한 워치인 만큼 세컨드 타임 존과 함께 날짜를 나타내는 모듈이 추가된 GMT 기능의 기계식 셀프와 인턴 무브먼트를 장착했다. 낮과 밤을 알려주는 표시 창을 통해 오전과 오후까지 정확하게 알 수 있다. 컵을 워치로 착용하기에도 좋은 디자인이다. 9백만원대, 문의 02-3440-0728 에드워드 베이진

왼쪽 사진: 디스틀로이 | 편집: 에디터 박지현

www.brunellocucinelli.com



BRUNELLO CUCINELLI

All things come from the Earth

XENOPHANES

precious Pieces

대중적인 주얼리에서 느낄 수 없는 하이 주얼리의 아름다움에 편안한 착용감까지 더한, 데일리 룩을 위한 미드-하이 주얼리(mid-high jewelry) 컬렉션.
photographed by park gun zoo



(가운데 위부터 시계 방향으로) 벨의 머리에서 영감을 받은 새형 보행 롱 네크리스, 올해 바젤 페어에서 첫선을 보인 컬렉션으로 어떤 의상에도 잘 어울린다. 가격 미장 부세론, 실제 로마 시대 동전을 소재로 활용한 모네 컬렉션에 머디오브함을 더한 새로운 버전. 이블리아 브랜드 특유의 화려함을 느낄 수 있는 네크리스다. 5천원대, 벨가리의 유명한 컬렉션인 세르반티 투보가스 컬렉션을 보다 모던하게 디자인해 새롭게 선보이는 라인. 착용감이 더 뛰어난 벨만 에라 디자인이 더욱 대방하다. 핑크 골드 링 8천원대, 브레이슬릿 4천원대, 모두 벨가리, 벨의 피부 질감을 주얼리의 시선으로 재해석한 고전적인 디자인의 새형 보행 벨글 8천원대 부세론, 브랜드의 아이콘인 팬더에 걸고 우아한 감각을 더해 새롭게 선보인 팬더 드 가브리엘 네크리스, 장군장치를 이용해 길이를 조절할 수 있다. 가격 미장, 사랑과 피트나임을 의미하는 새 한 쌍의 모습을 반지에 담았다. 화이트 골드에 에메랄드로 눈을 장식하고 부리는 오크스로 마무리한 러브 버드 모티브 링, 6천원대 부세론. 모두 카르띠에, 눈꽃송이처럼 보이는 볼드하고 화려한 진주 링 4백90만원대 타사키, 부세론의 시그니처인 에펠 컬렉션 링 중 사자가 핑크 캐보숑 귀츠를 품고 있는 사랑스러운 디자인의 사자 링, 에메랄드로 사자의 눈을 표현했다. 5천원대 부세론, 최상급 이코아 진주를 흠뻑인 듯한 디자인에 반짝임을 위해 다이아몬드를 세팅했다. 여성스럽고 섬세한 아름다움이 돋보이는 네크리스 4백10만원대 타사키, 다이아몬드 1만 개 중 1개 발견될 정도로 희소성이 높은 옐로 다이아몬드를 하이 주얼리만이 아닌 일상에서도 느낄 수 있도록 디자인한 옐로 다이아몬드 프롱 팬던트 1캐럿 기준 3천원대 타파니, 에디터 배미진

카르띠에 1566-7277 타파니 02-547-9488 타사키 02-3461-5558 부세론 02-543-6523 벨가리 02-2056-0172

Elegance is an attitude

Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES®



Conquest Classic

신세계백화점 본점 영등포 경기 인천 센텀시티 의정부 충청 AK플라자 수원
갤러리아백화점 타임월드 센터시티
롯데면세점 본점 잠실 코엑스 부산 제주 인천공항
신라면세점 본점 제주 인천공항 워커힐면세점 신세계면세점 동화면세점

get the Unique

패션을 아는 세련된 남자라면 바로 이런 주얼리를 선택하지 않을까.
여자들도 탐낼 만큼 매력적인, 강인하고 유니크한 남성 주얼리.
photographed by park gun zoo

(투명 피라미드 모형 속 왼쪽 제품부터 시계 방향) 세라믹과 거의 동일한 매달린 다이아몬드 카본과 핑크 골드 소재를 매치해 모던하고 현대적인 디자인을 완성한 비. 제로원 컷트 핑크 골드 1백만원대, 불가리의 영원한 클래식 라인인 불가리 불가리 컬렉션 로즈 골드 핑크 8백만원대 모두 불가리, 브랜드 고유의 네 가지 모티브와 다이아몬드의 조화가 모던하면서도 세련된 퀴트로 링 1천8백90만원 부쉐론, 자동차의 필수 부품 중 하나인 캘리퍼에서 영감을 받은 제품으로, 카레이싱의 스피드함과 강인함을 표현한 팔로마 캘리퍼 실버 링 60만원대 티파니, 컨스텔레이션 위치의 베젤 모양을 본떠 디자인한 옐로 골드 컨스텔레이션 그립프 링 1백만원대, 브랜드를 상징하는 로고 장식과 로프를 연상케 하는 가죽 코일 밴드가 멋스러운 세일러 브레이슬릿 30만원대 모두 오메가, 록 무드가 느껴지는 대담한 디자인의 대가 허트 링 가격 미정 크롬하츠, 마치 한 마리의 독수리가 흑진주를 품고 비상하는 듯한 디자인이 특징인 18K 화이트 골드 롱 네크리스 4백80만원대 미하라 아스히로 by 타사키, 디자인이 심플하고 간결해 커풀로 매력해도 좋은 크로스 실버 펜던트 60만원대, 감각적인 디자인에 유연한 촉감으로 캐주얼하면서도 우아한 서머셋 실버 브레이슬릿 60만원대 모두 티파니, 2개의 피라미드 모티브에 부분적으로 다이아몬드를 세팅한 모던한 느낌의 포인트 실버 링 1백10만원대 미하라 아스히로 by 타사키, 불가리의 시그니처 반지를 강렬하고 모던한 블랙 세라믹 소재로 재해석한 불가리 불가리 링 1백만원대 불가리, 뜻을 형상화한 단순하면서도 대담한 디자인의 자스트 앵글루 화이트 골드 브레이슬릿 8백70만원대 까르띠에, 내입 타크를 연상케 하는 메탈 펜던트에 십자가 패턴을 새겨 유니크함을 더한 독택 네크리스 가격 미정 크롬하츠, 에디터 권유진

불가리 02-2056-0172 부쉐론 02-543-6523 오메가 02-511-5797 크롬하츠 02-3443-0055 타사키 02-3461-5558 티파니 02-547-9488 까르띠에 1556-7277



스타일링: 박건우, 촬영: 이진우



OFFICIAL TIMEKEEPER



SPECIAL EDITION
Tissot PRC 200 17th Asian Games
www.tissot.kr

TISSOT STYLISH POP-UP STORE OPEN : 가로수길 & 신세계 인천

Refreshing scents

선선한 바람이 불어오는 계절, 시트러스, 블랙 커런트, 베르가모트, 레몬의 맑고 싱그러운 향기가 정제된 몸과 마음을 일깨워준다. 눈부시게 빛나는 일상을 위한 남녀 향수 컬렉션.
photographed by park gun zoo



(가운데 위부터 시계 방향으로) **프레쉬 라이프 오 드 파퓸** 기술을 머금은 세련된 새벽과 같은 향수. 나무와 풀, 축축하게 젖은 대리 등 자연에 둘러싸인 공간과 어울리는 향취다. 베르가모트, 그레이프 프루트, 오렌지, 스파클링 모스의 청량감 넘치는 향이 남녀 모두에게 어울린다. 프레쉬는 향이 몸을 에워쌀 수 있도록 앙쪽 팔, 가슴, 뒷목에 뿌리라고 조언한다. 30ml 7만2천원. 문의 080-822-9500

아틀리에 코롱 세드라 에니방 코롱 압출취 향수 전문 브랜드. 아틀리에 코롱의 시트러스 향수. 레모네이드 한잔 들이건 듯한 상큼함을 느낄 수 있다. 시트러스 나무에 열리는 세드라를 중심으로 레몬과 베르가모트를 더해 특 쓰는 스파클링을 강조했다. 복잡하지 않은 깔끔한 향을 즐기는 이들에게 추천. 30ml 8만9천원. 문의 02-2015-2743

발랑 엑스텍 발랑 패션 하우스의 감성을 이끄는 파워풀한 여성에게는 이런 향이 낫다. 그린 민들레, 라지, 블랙 커런트, 매그놀리아의 활기찬 느낌과 시더우드와 마스크의 진함이 쉽게 지워지지 않는다. 40ml 6만2천원. 문의 080-800-8809

아일랜드 오 프레쉬 옴 강인한 인상을 주는 블랙 사자 보틀과는 다르게 맑고 순수한 향의 남성 향수. 베르가모트와 카르다몽의 강렬한 향이 시작을 알리지만, 진저의 따뜻함으로 중화되며 아나스와 민트의 상쾌한 향이 인상적이다. 무감지 않은 싱그러운 진함을 원하는 남자들에게 추천한다. 50ml 13만9천원. 문의 070-7713-0819

에르메스 주르 데르메스 앙슬루 EDP 꽃이라는 주제를 에르메스의 방식으로 해석한 오 드 파퓸. 재스민과 실구, 차자꽃 등 수백만 송이의 꽃을 담아 하나의 향으로 정의하기 힘들 정도로 신비로운 프루티 플로럴 향이 난다. 연한 모양에서 영감을 얻은 네모난 밑 부분, 위로 갈수록 완만하게 변하는 곡선, 유리 재질로 완성한 향수병은 인테리아 소품으로도 매력적이다. 30ml 10만7천원. 문의 080-990-8869

디올 아티드 오 드 파퓸 달콤하고 프레시한 프루티 플로럴 향에 은은한 우디 베이스가 뒷받침하는 신비로운 향수. 시트러스, 프루티, 재스민, 실구, 튀니지 넬리 등 새롭고 다양한 각자의 생명이 산뜻한 향기를 내뿜는다. 50ml 11만6천원. 문의 02-3438-9631

프라다 캔디 플로럴 EDT 상상 속의 꽃을 표현한 플로럴 텐더 향. 이탈리아에서 생산된다는 스파클링 시트론과 싱그러운 코스모스 향이 풍성한 미를 노트, 기존 캔디 고유의 달콤함을 그대로 가져온 마스크와 캐러멜 베이스 노트로 여리고 순수한 소녀를 연상케 한다. 30ml 7만5천원. 문의 02-3443-1805

페라기오 아쿠아 에센셜 블루 남자의 매혹과 모던함을 상징하는 블루 컬러에서 영감을 받은 남성 향수. 그린 카르다몽과 레몬이 아우러진 톱 노트로 시작해 시더우드, 아틀라스, 라벤더의 미들 노트로 이어진다. 파네흐와 파올리로 마무리되는 오리엔탈 계열의 향이다. 50ml 8만4천원. 문의 02-2143-7186

샤넬 워터 샴페 오 드 파퓸 매년 여름에 찾아오는 워터 샴페 에디션은 청량감 넘치는 싱그러운 향기로 사랑받는 프루티 시트러스 향수다. 프로즌 라임, 그레이프 프루트, 사이프러스, 데칼라 야코드 등 뜨거운 해도 시원한 생명이 활기찬 향을 완성한다. 100ml 6만9천원. 문의 02-6924-6572 에디션 **아메인**

yslbeauty.com 소비자 상담실 080-347-0089

Y-SHAPE

FOREVER YOUTH LIBERATOR

타이트닝 · 탄탄함 · 또렷함



YVES SAINT LAURENT

포에버 유스 리버레이터 Y-SHAPE
얼굴-목-쇄골선으로 이어지는 Y 존을 탄탄하고 매끄럽게 조여주는 타이트닝 탄력 강화 케어



Stay perfect

오후만 되면 어김없이 칙칙해지고 번들거리는 피부 때문에 수시로 거울을 들여다보아야 했던 당신을 위해 준비했다. 수분까지 빼앗아가는 기름종이 대신 메이크업을 꼭 잡아주고 오랜 시간 피부를 보습보충하고 매끈하게 유지해 줄 메이크업 픽서 아이템.
photographed by park gun zoo



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) **클린 메이크업 라이트 리빙 필 파우더** 건 강함과 생기를 부여하는 핑크, 빛을 선시하는 섀펜, 붉은 기를 완화하는 민트 등의 컬러 구성을 조합해 피부를 투명하고 화사하게 연출하는 파우더 페이스 파우더. 피부의 붉은 기와 번들거림을 잡아 보습보충하고 화사한 메이크업을 오랜 시간 유지시킨다. 25g 8만원. 문의 080-343-9500

베네딕트 스테이 플로리스 저서 프라이머라는 애칭이 붙은 만큼 메이크업을 강력하게 밀착시키는 스킨 타입 프라이머. 피문대이션을 버리기 전 피부에 얇게 펴 바르면 피문대이션이 들뜨지 않고 깨끗하게 밀착되며 미끈한 파우더 입자 해 부착력이 좋아 메이크업의 커버력을 높인다. 15.5g 4만8천원. 문의 080-001-2363

디올 하이드라 라이프 모이스처 앤 픽스 피그먼트-세팅 폴리머를 함유해 풍부한 수분과 즉각적인 섀펜함을 제공하고, 메이크업이 오래 지속되도록 도와주는 페이스 미스트. 메이크업 후에 뿌려도 번들거나 뭉치지 않는다. 100ml 4만원. 문의 02-3438-9537

클리닉스 픽스 메이크업 3D 폴리머 필름을 함유한 메이크업 전용 미스트로 피부에 얇은 막을 씌워 메이크업을 오랜 시간 지속시킨다. 살리카 마이크로 스피어 성분인 피부를 흡수해 시간이 지나도 번들거리지 않는 보습보충한 피부로 바꿔주는 것이 특징. 30ml 3만원. 문의 080-542-9052

조르지오 아르마니 마이크로-필 루스 파우더 바르기 어려운 피부의 굴곡까지 균일하고 자연스럽게 발리는 미세한 입자의 루스 파우더. 뛰어난 피지 컨트롤 효과와 더불어 벨벳처럼 부드럽고 화사하게 마무리해 번들거림 없이 빛나는 피부를 연출한다. 15g 6만2천원. 문의 080-022-3332

메이크업 포에버 미스트 앤 픽스 메이크업 전후에 사용하는 픽서 스프레이. 메이크업하기 전 베이스로 사용하면 피부 바림을 촉촉하게 다져주는 역할을 한다. 메이크업 후에 뿌리면 필름막을 형성해 땀, 열, 유분에도 쉽게 지워지지 않도록 메이크업을 고정시킨다. 풍부한 피톤치드를 함유해 건조함을 느낄 때마다 뿌리면 피부가 쫄쫄하고 매끈해지는 것을 느낄 수 있다. 125ml 3만2천원. 문의 02-3438-5426

나스 프로 프라이밍 멀티 프로텍트 프라이머 SPF 30/ PA+++ 자외선 차단 효과와 함께 탁월한 메이크업 베이스 역할을 하는 크림 프라이머. 촉촉한 포물린과 메이크업 전 또는 단독으로 사용하면 피부에 수분을 공급하고 열세를 심려준다. 또 인디안 프랑켄세스 성분이 민감성 피부의 벨런스를 맞춰 균일하고 깨끗한 피부를 연출한다. 30ml 5만원. 문의 02-6905-3747

샤넬 부드르 부르메 베를렉시옹 롱-웨어 샤넬 컨트롤 파우더 SPF 20/ PA++ 미세하고 살기한 파우더로 메이크업 마무리 단계에 터치하면 덮고 습한 환경 속에서도 하루 종일 보습보충하고 균일한 베이스 메이크업을 선사한다. 모로코 핏 파우더를 함유해 마치 분연의 피부처럼 느껴질 만큼 가볍게 밀착되는 것이 특징. 14g 6만2천원. 문의 080-332-2700 에티카 베이진, 권유진

KARL.COM #KARLPARFUMS



KARL LAGERFELD
PARFUMS



THE NEW SIGNATURE SCENT FOR WOMEN AND MEN

Ultimate cream

패션 하우스의 명품 가방과 의상이 고가인 데는 이유가 있듯, 뷰티 브랜드를 대표하는 기능성 크림 역시 마찬가지. 용량 50ml에 평균 50만원에 달하는 작은 크림은 확실한 효과로 충분한 값어치를 한다. 진화된 텍스처는 물론 귀한 성분, 피부에 생명력을 불어넣는 첨단 기술로 무장한 궁극의 크림. *photographed by park gun zoo*

(기운데부터 시계 방향으로) **결함 골드 오이드 인피니티 크림** 피부 수명을 연장하는 오이드 성분 세 가치를 결합해 보다 진화된 골드 오이드를 농축했다. 골드 오이드는 항인 효소가 뛰어난 폴리보노이드가 다량 함유된 성분. 세포의 개수와 활동량을 증가시켜 무너진 피부를 복구하는 효과가 뛰어나다. 이는 피부 생물학과 세포 생물 에너지를 체계의 과학적 연구를 기반으로 했기에 얻을 수 있는 결과다. 50ml 54만8천원, 문의 080-343-9500

시세이도 퓨처 솔루션 LX 토날 리제-쿠이팅 크림 피부 재생 속도가 월등히 빨라지는 밤을 공략한 나이트 리제-쿠이팅 크림. 손상된 피부를 위한 처방전인 리제-쿠이팅은 근본적인 원인을 파인해 노화의 고리를 끊는 데 집중한다. 허버드 의대를 비롯해 전 세계 연구 센터에서 발견한 노화 물질(세틴 b3)을 공격하는 스칸제비셀 성분은 표피와 진피에 이종으로 관여해 피부 장벽을 견고하게 만든다. 50ml 40만원, 문의 080-564-7700

에스티 로더 라-뉴트리브 라-크리에이션 페이스 크림 피부 톤을 고르게 정돈해 광채를 되찾는 데이 크림. 바이오 병하 추출물과 라-뉴트리브 리이 프 라-뉴링 분자, 영양진주가 만나 피부의 밀도와 보습력을 끌어올린다. 특히 바이오 병하 추출물은 배양과 정제 과정을 온건하게 가친 매우 진귀한 성분이다. 라-뉴트리브 나이트 세럼과 함께 사용하면 시너지 효과를 일으킨다. 크림 50ml+나이트 세럼 15ml 1백10만원대, 문의 02-3440-2772

랑콤 압슬뤼 엑스트레 크림 강인한 생장력으로 잘 알려진 짐이 줄기세포를 무려 2백만 개 분량이나 농축한 크림. 짐이 줄기 세포의 생장과 효능이 추출 과정에서 파괴되지 않도록 10주 동안 진행되는 코쿠닝 배양 기술을 적용했다. 짐이 줄기세포는 10년 이상은 광장히 존속하지만, 피피르는 즉시 체온과 만나 부드럽게 흡수되어 피부가 매끈하게 코팅된 듯한 느낌이 든다. 50ml 52만원대, 문의 080-022-3332

아모레퍼시픽 프라임 리저브 에피다나미 액티베이팅 크림 피부 노화 요인은 유전자 요인 20%, 유해 환경이 80% 비율을 차지한다는 결과를 토대로 피부 노화를 적극 해결하는 항산화 성분을 개발했다. 10년간 연구를 거듭한 끝에 개발한 압솔루진228K™라는 차나무 추출물을 함유해, 나쁜 생활 습관으로 변화된 피부에 생장력을 전달한다. 지금껏 생이온 피부 과학에 대한 노하우와 최신 기술력으로 완성했다는 점에서 자부심이 대단하며, 워낙 귀한 원료라 한정된 수량만 생산한다. 50ml 75만원대, 문의 080-020-5757

샤넬 수블리마지 라 크렘 이 크림의 핵심 성분은 바닐라 플레-몰리아의 열매와 꽃에 담긴 폴리케텐올과 헤테로시드다. 까칠한 피부결과 주름, 노란 기가 도는 피부 톤에 집중적으로 대응해 숨겨져 있던 본연의 광채를 되찾는 데 무척 효과적이다. 처음 선보인 제품보다 질감이 더욱 광을 들인 파인 텍스처로 발림성이나 흡수력, 바닐라 오이드 향까지 만족감을 선사한다. 50ml 46만원, 문의 080-332-2700 에디터 배미진, 이예진



SWAROVSKI.COM



Miranda Kerr



the great Time

까르띠에의 예술적인 창조성과 발전된 기술력의 진화를 한눈에 펼쳐 보이는 <까르띠에 타임 아트> 전시회가 올해 상하이에 상륙했다. 중국 최초의 공공 현대 미술관인 당대예술박물관에서 진행된 이번 전시는 까르띠에 워치메이킹의 역사적인 초기 모델부터 선구적인 콘셉트 워치에 이르기까지 약 2백 점에 달하는 풍부한 셀렉션을 선보였다. 지난 7월, 전시를 알리는 오프닝 이벤트에서 떠난 까르띠에의 과거, 현재, 그리고 미래로의 시간 여행.



창조와 혁신, 예술적인 수공예가 빚어낸 타임피스

2011년 스위스 취리히의 벨레리베 뮤지엄에서 처음 시작한 이후 싱가포르 마리나 베이 샌즈의 아트 사이언스 뮤지엄을 거쳐 올해 상하이에 상륙한 <까르띠에 타임 아트> 전시, 브랜드의 유구한 역사와 헤리티지를 보여주는 기념비적인 행사는 중국과 프랑스 국교 수립 50주년을 기념해 상하이로 이동했다. 이벤트를 알리는 초대장에는 까르띠에 워치메이킹의 역사에서 빼놓고는 설명이 불가능한 1920년대 미스터리 클락만이 이 전시의 위용을 드러내고 있었다. 오프닝 세리모니가 열린 지난 7월 18일 저녁, 당대예술박물관(Power Station of Art)은 붉은 조명으로 뒤덮였고, 전 세계에서 온 유명 인사와 프레스 등 1천 명 가까운 인원이 참석해 행사에 대한 규모를 짐작케 했다. 전시장에는 까르띠에가 선별한 1백80점이 넘는 역사적인 타임피스와 과학의 혁신을 상징하는 콘셉트 워치까지 세 가지 색상을 배치해 시계의 과거와 현재, 미래를 한눈에 볼 수 있도록 조망했다. 전시장에 들어서면 1880년에 제작한 옐로 골드 워치-브로치를 시작으로 1910년대 초창기 모델인 '산토스-뒤몽', 파페추얼 캘린더와 문페이즈 기능을 갖춘 1927년대 포켓 워치, 1928년에 제작한 '미닛 리퍼터' 똑딱 손목시계 등등 19세기 초반 손목시계를 설명하는 역사적인 제품들이 진열되어 있었다. 손목시계를 지나면 옥, 자개, 철보 등의 소재로 장식해 동양의 문화를 표현한, 그 자체로 예술적인 오브제가 되는 탁상시계가 자리 잡았다. 켈즈와 무브먼트의 이름매가 없어 시계의 투명한 몸체에 떠 있는 듯 보이는 '미스터리 클락'은 까르띠에 역사에서 중요한 위치를 차지하는 만큼 무려 10여 개가 넘는 컬렉션 피스를 전시해 의미를 더했다. 두 번째 섹션에서는 스위스 라쇼드퐁의 까르띠에 매뉴팩처로 순간 이동을 한 듯 정인의 기술을 생생하게 선보여 참석자들의 발걸음을 붙잡았다. 까르띠에 메종의 예술적인 수공예와 전문성을 이어가는 '다르(dart)' 정신은 꽃잎을 하나하나 오려 붙여 다이얼에 장식한 '발롱 블루 드 패럿 워치'와 그리자유 기법으로 완성한 '로롱드 드 까르띠에 워치' 등으로 꽃을 피웠다.



미래에 대한 비전을 제시하다, ID One & ID Two

어두컴컴한 전시장을 지나니 눈부실 만큼 대조적인 광경이 눈앞에 펼쳐졌다. 이번 전시회 전체를 디렉팅한 토쿠진 요시오키의 심미안이 집약된 설치물, '더 게이트(The Gate)'였다. 2009년 <까르띠에 작품의 추억들에 관한 이야기> 전시회에서 인연을 맺은 그는 취리히와 싱가포르 타임 아트 전시회까지 함께한 만큼 까르띠에 작품의 힘과 가치를 누구보다 잘 알고 있는 아티스트라 할 수 있다. 사방이 환한 공간의 천장에 매달린 무수히 많은 실로 이루어진 '더 게이트'를 헤쳐나가면 바로 이번 전시의 또 다른 하이라이트, 콘셉트 워치 'ID One'과 'ID Two'가 기다리고 있었다. 과거와 현재를 지나 미래로 나아가는 까르띠에의 도약을 설명하는 듯했다. 커다란 유리 부스 안에는 시계를 둘러싼 또 하나의 원형 오브제가 마치 다른 공간에서 온 것처럼 신비롭게 자리 잡고 있었다. 원형 오브제의 앞뒤로 전시된 'ID One'과 'ID Two'는 'Innovation과 Development'를 의미한다. 2010년 처음 선보인 'ID One'은 무브먼트와 에너지 효율성을 개선하기 위해 설계한 콘셉트 워치로, 동일한 크기의 무브먼트와 비교했을 때 에너지 소비를 절반으로 줄인 혁신적인 위치로 꼽힌다. 이어 32일의 파워 리저브를 갖춘 역사상 첫 진공 시계인 'ID Two' 역시 최첨단 소재와 새로운 제작 기술을 결합한 독창적인 아이디어를 보여주었다. 판매를 위해 만든 것이 아니라 미래에 대한 비전을 표현하고 초정밀 시계의 방향을 제시하는 상징적인 존재로 그 가치를 더한다. 10월 12일까지 진행되는 이번 전시는 풍부한 상상력과 혁신적인 기술, 예술성이 근간이 되는 까르띠에 메종의 역사와 현재, 미래로 떠나는 뜻깊은 기회가 될 것이다.

문의 1566-7277 에디터 이예진 상하이 현재 취재



1 1897년에 처음 중국 최초의 공공 현대미술관에서 열린 <까르띠에 타임 아트> 전시회. 2 산티아고 원형 오브제에 전시된 ID 콘셉트 워치는 미래를 향한 까르띠에의 비전을 보여준다. 3 까르띠에 워치메이킹의 장인 기술을 생생하게 선보였다. 4 혁신적인 설계와 최첨단 기술로 완성한 콘셉트 워치 'ID One'. 5 미스터리 클락을 담은 초대장. 6 1927년에 출시한 포켓 워치. 7 까르띠에의 유구한 보물 가운데 1백80개가 넘는 미스터리 클락이 전시되었다.





active Creation

에르메네질도 제나의 디퓨전 브랜드, Z 제나가 2015 S/S 컬렉션을 시작으로 브랜드를 재정립했다. 완벽한 테일러링과 감각적인 실루엣은 그대로 유지하되, 제나 스포츠의 스포티한 에너지를 주입해 브랜드의 모던한 비전을 완성한 것이다. 지난 6월, 피렌체 남성복 박람회 피터 위모로 컬렉션 무대를 옮긴 Z 제나의 새로운 시작에 동행했다.

The New Z Zegna

오랜 역사와 원단에 대한 자부심, 완벽한 테일러링으로 이탈리아 남성복 브랜드를 대표하는 에르메네질도 제나. 훌륭한 유산과 역사적인 배경에 머무르지 않고 모던한 변화와 발전을 도모하는 에르메네질도 제나는 지난해 트렌드의 최전방에 있던 스타파노 피라타를 크리에이티브 디렉터로 영입하며 클래식 하우스에 새로운 바람을 불어넣었다. 에르메네질도 제나에 이어 디퓨전 브랜드인 Z 제나(Z Zegna) 역시 이런 변화의 흐름에 동참했다. 실험적이고 모던한 감성을 추구하는 Z 제나의 색깔에 테크니컬 레저웨어 라인인 제나 스포츠의 액티브한 무드를 결합해 브랜드 아이덴티티를 새롭게 정립한 것이다. 컬렉션 역시 밀라노가 아닌, 지난 6월 열린 피렌체의 남성복 박람회인 피터 위모(Pitti Immagine Uomo)에서 Z 제나의 새로운 서막을 알렸다. 소가 진행된 스타지오네 레오폴다(Stazione Leopolda)는 1840년대에 지은 토스카나 지역의 첫 번째 기차역으로, 낡은 외벽과 고풍스러운 구조물에서 시간의 흐름이 그대로 느껴지는 듯했다. 캣워크 뒤로는 커다란 계단 형식의 철재 프레임이 설치되어 있었고, 보다 가까이에서 옷을 들여다볼 수 있도록 펜타곤 형상의 디스플레이 부스가 마련되었다(모든 의상은 쇼가 끝난 이후에 조명이 켜지면서 공개되었음은 물론). Z 제나를 이끌어온 크리에이티브 디렉터 폴 서리지(Paul Surridge)와 새롭게 영입한 머레이 스칼론(Murray Scallan)의 공동 작업으로 완성한 2015 S/S 컬렉션은 제나 하우스가 지닌 전통적인 생산 방식과 장인 정신, 테일러링을 여전히 중시하며 보다 기능적으로 진화된 모던 테크니컬 웨어를 선보이는 데 성공했다는 반응이 이어졌다.

정제된 테일러링과 스포츠웨어의 완벽한 만남

피렌체에 도착한 2015 S/S Z 제나 컬렉션은 그야말로 온타임은 물론 오프타임까지 활동적인 라이프스타일을 이어가는 트렌디한 남성들을 위한 옷. 비즈니스맨을 위한 실용성과 우아함이 조화를 이룬 슈트와 셔츠는 물론이거니와 낮과 밤의 기온차에 대응하는 이브락 점퍼와 니트가 줄을 이었다. 테일러링과 스포츠웨어의 만남이라는 미션에 따라 하이 퍼포먼스 울과 테크니컬 코트처럼 가벼운 소재에 레이저 커팅과 열접착 공법을 적용한 스포츠웨어는 과감한 패턴과 간결한 실루엣으로 마무리했다. 초경량 울 패브릭인 테크메리노(Techmerino)의 적용 범위를 테일러드 슈트와 블레이저, 니트, 인체 공학적인 티셔츠까지 넓혔다는 점도 주목할 만하다. 컬러 팔레트를 살펴보면 시멘트 그레이와 카본 그레이라고 일컫는 밝고 진한 두 가지 회색 톤을 중심으로 그린, 밝은 옐로, 블루, 블랙 등이 조화를 이루었다. 특히 제나 하우스에서 중점적으로 사용해온, 가로와 세로가 교차하는 그래픽적인 라인과 스캐어 프린트는 룩에 극적인 역동성을 불어넣기에 충분했다. 옷만큼이나 눈길을 끈 스니커즈 컬렉션은 새로운 Z 제나가 압축되어 있다고 할 만큼 핵심적인 역할을 한다. 클래식한 러닝 슈즈의 얼굴을 하고 있지만 고급스러운 나파 레더와 스웨이드, 프린티드 가오리가죽에는 테크메리노 안감을 사용해 편안한 착용감까지 선사한다. 쇼가 끝나고 캣워크 뒤로 드러난 장막을 걷어내자 철제 팔조 위로 수많은 남성들이 모습을 드러내며 열기가 더욱 고조되었다. 그들은 도심의 건물과 건물 사이를 뛰어다니는 파쿠라는 전문가가 집단. Z 제나의 새로운 테크메리노 옷을 입고 위아래를 미구 뛰어다니며 역동적인 퍼포먼스를 쏟아냈는데, 빠른 비트와 움직임은 Z 제나와 제나 스포츠의 완벽한 결합을 표현하기에 더할 나위 없이 완벽했다. 남자의 옷장에 새로운 활력과 혁신을 불어넣어줄 Z 제나의 발전된 변화는 고개를 끄덕일 만큼 감각적이며, 충분히 실용적이다. 문의 02-2240-6521 에디터 이예진 | 피렌체 현지 취재



1 Z 제나의 2015 S/S 컬렉션이 펼쳐진 피렌체의 스타지오네 레오폴다. 쇼가 끝난 후 펜타곤 형상의 부스에 전시된 의상을 자세히 볼 수 있었다. 펜타곤은 이번 시즌 다섯 가지 키워드인 비격식(deformalization), 스포티(sportification), 하이브리드(hybridization), 도시화(urbanization), 혁신(innovation)을 관통한다. 2 45 그래픽적으로 해석한 반복적인 패턴은 정제된 테일러링 슈트와 재킷, 니트웨어에 역동성을 더했으며, 밝은 옐로와 그린을 넣은 신뜻한 컬러 플레이를 보여주었다. 3 캣워크 위에서 퍼포먼스를 준비 중인 진토 파쿠 집단. 철제 프레임은 오르바네는 파워풀한 동작은 새로운 Z 제나의 역동적인 에너지를 보는 듯했다.

DISCOVER THE NEW AUTUMN COLLECTION



MY STORY, MY DESIGN

Sparkling Leaves Openwork charm – as unique as you are. Express your story and create your design at pandora.net

PANDORA
UNFORGETTABLE MOMENTS

현대백화점 입구정분점 무역센터점 목동점 신촌점 천호점 대구점 롯데백화점 분점 잠실점 스타시티점 노원점 수원점 평촌점 대구점 울산점 광주점 부산점 센텀시티점 신세계백화점 강남점 영등포점 광주점 센텀시티점 갤러리아 타임월드점 AK PLAZA 수원점 분당점 대구백화점 프라자점 신라면세점 서울점 롯데면세점 소공점 코엑스점 월드점 인천공항점 신세계면세점 부산점 JDC면세점 한국 공식 수입원인 (주)스타릭스에서 국내 독점 판매권을 가지고 위의 매장을 책임, 관리, 운영하며, 위 매장에서 구입하신 제품에 한하여 제품 보증을 해 드립니다.

the history of Moonwatch

모든 시계 기술은 인류의 발전과 함께한다. 올림픽과 극지 탐사, 달 착륙까지 인간이 기록을 갱신하는 순간에는 늘 이를 측정하고 기록하며 조력자가 되어줄 뛰어난 기술의 위치가 필요한 것이다. 1969년 7월 21일, 인류는 최초로 달에 착륙했고, 그 순간을 함께한 오메가의 스피드마스터는 지금까지도 그 영광을 이어가고 있다. 크로노그래프로 쓴 오메가의 역사.

photographed by park gun zoo



크로노그래프의 상징, 오메가 스피드마스터

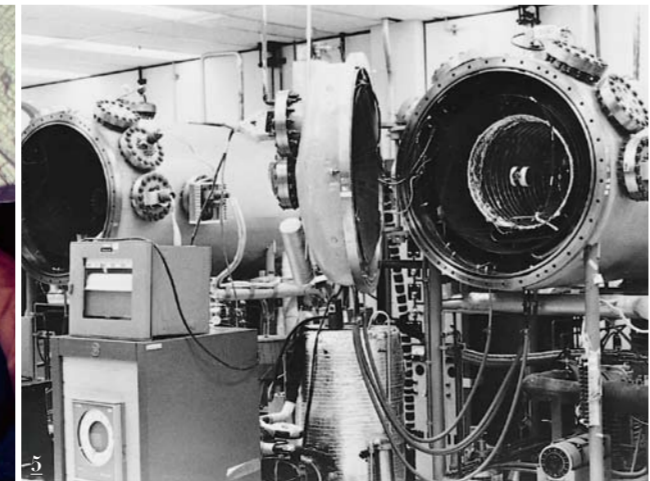
오메가의 스피드마스터는 시계 역사상 가장 유명한 크로노그래프 위치다. 그렇다면 크로노그래프(chronograph)란 무엇인가? 일 반적으로 짧은 시간을 정밀하게 측정해 기록하는 기구를 의미하는 데, 맥박을 재거나 운동경기의 랩타임 등을 측정하는 기기나 바로 크로노그래프다. 연구실이나 의료 분야, 기계공학 분야에서 사용하는 이 크로노그래프 기능을 시계에 담은 것이 바로 크로노그래프 워치인 것. 다이얼에 시간과 분을 표시하는 바늘 이외에 마치 계기판 처럼 시간과 분, 초를 따로 측정하는 3개의 동심원이 담겨 있는 시계가 바로 크로노그래프 기능을 갖춘 시계다. 시계 옆의 누름 장치를 이용해 기록을 측정할 수 있고 스톱워치 기능이나 속도, 거리를 측정하는 기능도 있다. 이 때문에 크로노그래프 위치는 레이싱, 올림픽과 같이 기록을 측정해야 하는 스포츠 선수나 비행을 위해 정확한 시간 측정이 필요한 파일럿들이 주로 사용하는 시계로 자리매김했다. 오메가의 스피드마스터 역시 1917년 영국의 비행 대대에 공급한 이래로, 제2차 세계대전 중에도 영국 왕립 공군과 육군 부대를 비롯, 여러 국가의 군용 시계를 공급해왔다. 오메가는 1957년 작전 수행을 위한 정밀하고 정확한 시계를 개발해 '스피드마스터 (Speedmaster)'라는 이름을 붙였다. 이후 오메가 스피드마스터는 여기에 새로운 스토리를 더하게 되는데, 우주인들이 사용하는 문워치(Moonwatch)의 탄생이 바로 그것이다.



모든 유인 우주 비행의 미션을 위해 비행할 자격을 얻다

어느 날 갑자기 한 시계 브랜드가 우주 비행을 위한 시계로 선정되었다는 통보를 받는다면, 이는 마케팅적으로 활용할 가치가 매우 큰 이슈일 것이다. 운이 좋다고 말하는 사람도 있겠지만 우리는 알고 있다. 준비되지 않은 자에게 기회는 오지 않는다는 것을. 오메가가 꾸준히, 그리고 지지 않고 기술 개발에 매진한 것에 대한 보상은 이렇게 찾아왔다. 1965년 나사가 우주 비행을 위한 유일한 시계로 오메가의 스피드마스터를 선정한 것이다. 혹자는 고도의 마케팅 전략이라 의심하겠지만, 오메가는 나사가 유인 우주 미션에 오메가 시계를 선택했다는 사실이 확정되고 나서야 이를 알게 되었다. 결론부터 이야기하자면 수많은 크로노그래프 시계 중 달에 착륙해 정상적으로 작동할 것이라 여겨지는, 극한의 테스트를 통과한 위치가 오직 오메가의 스피드마스터뿐이었다. 나사의 우주인들이 달에 간다는 것은 <스타워즈>와 같은 영화 속 이야기와는 다르다. 그들엔 목숨을 건 현실이다. 단순히 광고 효과를 위해 시계 브랜드를 선정한다는 것은 불가능한 이야기인 것이다.

존 F. 케네디 대통령이 10년 안에 달에 사람을 보내 지구로 무사 귀환하도록 하겠다는, 무모하게 느껴지던 프로젝트를 공표한 지 1년 후인 1962년, 나사(NASA) 직원 2명이 자신의 신분을 감춘 채 휴스턴에 위치한 시계 매장을 방문했다. 그들은 우주 비행사가 우주에서 착용할 수 있는 최고의 시계를 찾아 나섰고, 각기 다른 제조사가 만



든 10개의 크로노그래프를 구입했다. 나사는 우주 비행사들이 우주 선을 벗어나 우주 공간에서 움직이는 미션을 위한 필수 장비 중 우주의 극한 상황을 견딜 수 있는 손목시계가 필요했던 것이다. 우주 공간에 떠 있는 우주 비행사가 손목을 돌릴 때마다 시계는 강렬한 태양 광선과 100°C 이상의 높은 온도에 그대로 노출될 수밖에 없다. 게다가 달 표면의 온도가 영하 160°C에서 120°C 사이를 넘나들기 때문에 그 어려움은 더 극심했다. 달에 가기 위한 시험대(물론 그 어떤 시계 회사도 나사에서 비밀리에 테스트가 시행된 것을 알지 못했다)에 오른 모든 시계는 급격한 온도와 압력 변화에서 엄청난 가속까지 철저한 테스트를 거쳤다. 1965년 3월 1일, 테스트 결과가 발표되었는데 1차 테스트 이후 오메가를 포함한 오직 3개의 브랜드만이 살아남았다. 하지만 이후 추가적으로 시행된 테스트에서 한 브랜드의 제품은 상대 습도 테스트에서 두 번의 작동 오류가 있었고, 이후 열저항 테스트에서 초침과 시침이 구부러지며 탈락했다. 또 다른 브랜드의 제품은 온도 테스트 중 크리스탈이 휘어 케이스에서 분리되어, 최종적으로 스피드마스터만이 하루 5초 이상의 오차 없이 혹독한 테스트를 거치며 살아남은 것이다. 스피드마스터의 성과를 인정받은 나사는 1965년 3월 1일, 스피드마스터에 '모든 유인 우주 비행의 미션을 위해 비행할 자격(light-qualified for all manned space missions)'을 부여했다. 그리고 3주 후, 제미니 3호(Gemini 3)에 탑승한 우주인 버질 그리소와 존 영이 스피드마스터를 착용하고 우주로 떠났다. 이후 1969년 7월 21일 2시 56분 20초 GMT에 처음 달에 발을 디딘 사람은 바로 미국인 우주인 닐 암스트롱. 달 착륙선에 내장된 전자 타이머의 고장으로 암스트롱은 자신의 스피드마스터를 두고 내렸기 때문에 암스트롱보다 13분 늦게 나와 달 표면을 밟은 에드윈 버즈 올드린의 최초 달에서 스피드마스터를 착용한 우주인이 되었다. 바로 이 순간 문워치(Moonwatch)가 탄생한 것이다. 달에서 촬영해 전 세계로 전송된 놀라운 사진 속에 담긴 스피드마스터의 모습은 광고 효과 그 이상이었다. 시계 역사에서 이토록 드라마틱한 순간이 있을까. 1965년 3월 1일 오메가의 가치를 표현한 나사의 공식 발표는 오메가의 의미와 스피드마스터의 가치를 더욱 높여주었다. "우주 비행사들은 오메가 시계가 나머지 2개의 브랜드와 비교할 때 정확도, 신뢰도, 시인성, 조작의 수월성 등이 뛰어나기에 오메가 크로노그래프 시계를 만장일치로 최종 결정했다." 진정으로 시계가 현실을 벗어나 우주로 나가며 최고의 가치를 지닌, 최고로 매력적인 기계임을 입증한 순간이다.

오메가의 기술, 진정한 문워치를 완성하다

스피드마스터의 모험은 여기에서 끝나지 않는다. 스피드마스터가 마케팅을 위해 우주에 간 것이 아니라는 사실을 증명할 사건이기도 하다. 영화로도 잘 알려진 아폴로 13호 조난 사고는 스피드마스터의 가치를 입증했다. 1970년 4월 발사 3일 후 전기와 동력이 모두 끊어진 기계 내에서 1초의 오차도 있어서는 안 되는 지구 대기권 진입 시간을 정확히 측정해 우주인 3명의 생명을 구한 것이 바로 오메가 스피드마스터다. 이는 가상현실이 아닌 진짜 현실에서 시계라는 장치가 우주에서 생명을 구하는 현상이었다. 우주인들은 비행선에 내장된 전자시계의 전원이 꺼져 있었기에 오직 스피드마스터에 의지해 엔진을 가동해야만 했고, 그 결과는 성공적인 귀환으로 이어졌다. 비행사들은 스위스에서 만든 크로노그래프의 우수한 성능



에 경의를 표하며 1970년 10월 나사가 우주 작전에 가장 크게 공헌한 이에게 전달하는 스누피 어워즈(Snoopy Awards)를 오메가에 수여했다. 이 모델은 현재까지도 우주 비행사들의 선외 활동(EVA:Extra Vehicular Activities)에 사용할 수 있도록 인증된 유일한 시계다. 오메가는 달 착륙에 성공한 1965년 스피드마스터 다이얼에 '프로페셔널'이라는 문구를 추가했다. 이후로 우주 여행에서 시계 역할을 강조하는 광고 캠페인을 진행하며 스피드마스터가 프로페셔널을 위한, 오리지널 문워치로 시계 역사상 전무후무한 가장 드라마틱한 의미를 얻게 된 것이다.

정인 정신을 담은 시계의 정신을 기억하다

오메가가 문워치로 인정받고, 뛰어난 기술력을 자랑하게 된 이유는 굉장히 단순하다. 오직 제품력에 집중하는 것이다. 오메가의 스피드마스터 프로페셔널 오리지널 문워치에는 깨지거나 부서져도 날카로운 작은 조각으로 부서지지 않는 저항력 높은 헤젤라이트 크리스탈을 사용했다. 무중력 상태에서 깨져 조각이 나더라도 우주 비행을 하는 이들의 안전을 최우선으로 생각한 것이다. 또 오리지널 모델에 쓰인 칼리버 1861 무브먼트와 클래식한 디자인, 야광 인덱스와 야광 시계바늘 모두 지금까지 변함없이 그대로 사용하고 있다. 움직이는 물체의 속력을 정확하게 계산할 수 있는, 베젤에 정교하게 새긴 타키미터 스케일(tachymeter scale) 역시 1957년 오메가가 스피드마스터를 통해 최초로 선보인 기능이다. 오메가의 스피드마스터는 우주 비행을 하기 위해 제작한 시계가 아니다. 단지 최고의 크로노그래프를 만들고자 하는 오메가의 집념이 이 시계를 완성했고, 우주 공간에서까지 온전히 작동되었을 뿐이다. 우주에서 사용하기 위해 따로 개발하거나, 투자를 한 것이 아니라 우주가 아닌 지구에서도 수십 년 혹은 수백 년 동안 정확한 시간을 알 수 있도록 오메가가 단지 '정확하게' 만든 기능을 나사에서 인정해 우주인의 시계로 선택한 것이다. 오메가의 스피드마스터는 이후에도 다양한 버전으로 새롭게 출시되었고, 그 역사가 계속 이어졌다. 새로운 디자인의 스피드마스터 시리즈를 볼 때 우리는 오메가의 가치에 대해 다시금 되새기게 된다. 디자인이 바뀌고 새로운 기능이 추가된다 해도 시계에 대한 오메가의 진정성과 가치, 오직 완벽한 기술을 위해 그 무엇보다 양보하지 않는 시계 장인의 정신은 인류의 역사에 영원히 기억될 것이기 때문이다. 에디터 배미진



1962년 나사가 우주 비행에 사용할 최고의 시계를 선별하는 종합적인 프로그램을 실시했을 때의 테스트 기준. 오직 오메가의 스피드마스터만이 이 테스트를 통과했다.

1. 영하 18°C에서 93°C 사이의 급작스러운 기온 변화 2. 지구 중력(40G) 이상의 강한 쇼크 3. 방수 테스트 4. 부스와 마모 테스트 5. 가파른 감속, 16 그레비티(G)에 이르는 기속 테스트



the royal Touch

삼청동과 홍대, 한남동 등 트렌디한 거리에서 만나는 프리미엄 디저트 카페 코코브루니. 디저트와 초콜릿, 수제 커피를 맛볼 수 있는 이 멋진 카페에서 영국 왕실의 리미티드 에디션 디저트 '로얄 터치'를 선보인다. *photographed by park gun zoo*

영국 로열패밀리의 디저트 세트, 캐롤린 로브의 레시피

영국 왕실에서 즐겼던 유서 깊은 디저트를 멋진 카페이자 복합 문화 공간인 코코브루니에서 경험할 수 있는 기회가 왔다. 디저트 문화의 중추국인 영국 왕실에서 1989년부터 2000년까지 12년 동안 거주하면서 찰스 왕세자, 고 다이애나 왕세자비, 윌리엄과 해리 왕자 등의 음식을 담당한 수석 셰프 캐롤린 로브(Carolyn Robb)와 컬래버레이션해 로열패밀리의 레시피 '로얄 터치(The Royal Touch)'를 선보이는 것. 럭셔리함과 달콤함은 물론 유서 깊은 디저트를 손쉽게 맛볼 수 있다는 편의성까지 담아 한정 메뉴를 개발했다. 물론 말 그대로 왕실 가족이 즐기던 레시피에게 각 메뉴에 담긴 에피소드도 특별하다. 로열패밀리의 모든 테이블을 책임지던 캐롤린 로브가 10여 년간 축적해온 디저트 레시피의 하이라이트를 만나보자.

(오른쪽 초코 케이크부터 시계 방향으로) 초콜릿 비스킷 케이크, 윌리엄 왕자가 결혼식 파로연 당시 신랑 케이크로 선택한 특별한 케이크, 다크 초콜릿과 비스킷, 파스타치오, 무화과를 듬뿍 넣어 달콤함을 선사한다. **이튼 메스** 윌리엄과 해리 왕자가 이튼 칼리지 재학 시절 크리켓 경에서 먹었던 간식, 과일과 크림, 마랭의 조합이 드라마틱한 부드러움을 완성한다. 한 번도 경험해보지 못한 다채로운 디저트의 맛을 느낄 수 있다. **오렌지 마말레이드 파운드케이크** 영국 왕실의 공식적인 애프터눈 티에서 선보인 케이크로 입안 가득 풍부하게 감싸는 오렌지 향이 매력적이다. 신선한 생 오렌지만 사용해 만드는 것이 포인트. **스타키 프루츠 로프** 찰스 왕세자가 즐겨 먹던 애프터눈 티 케이크. 해외 순방을 갈 때 도 챙겨 갔을 정도로 사랑했던 파운드케이크다. **진두야 누텔라 캅케이크** 윌리엄과 해리 왕자가 좋아했던 초콜릿 캅케이크. 캅케이크 안에 더 진한 누텔라 초콜릿 페이스트가 담겨 있다. **파스타치오 초콜릿 마랭** 어린 시절 두 왕자가 형형색색의 마랭을 크기별로 만들어 놀았던 것에 착안해 만든, 파스타치오를 더한 마랭. 모든 메뉴는 전국 코코브루니 매장에서 9월 1일부터 만나볼 수 있다. 문의 02-512-6058 **에디터 배미진**



스타일링: 신재진, 케이크: 로얄 터치 (www.secardhome.co.kr)



Autumn Glory

선선한 바람이 피부를 스친다. 가을 낙엽이 녹아든 듯 매력적인 컬러와 부드럽고 포근한 소재, 바람에 흩날리는 여성스러운 실루엣까지, 패션 빅 하우스의 2014 F/W 여성 키 룩. *photographed by ahn joo young*

블랙 니트 톱, 블랙 가죽 원피스, 아이보리 롱 코트, 블랙 스트랩 가죽 샌들 모두 에르메스, 크리스탈 아이카프, 원형 스톤 포인트 링 모두 미네타니.

(왼쪽) 네이비 니트 롬, 언그레이
 롬 코트, 그레이 와이드 팬츠
 모두 셀린느, 골드 메탈 포인트의
 레오파드 앵글 슈즈 마르니,
 (오른쪽) 그레이 터틀넥 니트 롬,
 그레이 실크 스커트, 실버 스트랩
 슈즈, 크리스탈 앵글 모두
 랄프 로렌.



(왼쪽) 노르딕 패턴의 네이비 볼루중 재킷,
 브라운 가죽 스커트, 블랙 벨트, 에스닉한
 골드 드림 아이링 모두 루이 비통.
 (가운데) 화이트 터틀넥 니트 롬, 브라운
 가죽을 패치워크한 블랙 가죽 재킷, 플라워
 패턴 팬츠, 앵글부츠, 에스닉한 골드 드림
 아이링 모두 루이 비통. (오른쪽) A라인의
 서초형 원피스, 블랙 벨트, 에스닉한
 골드 드림 아이링 모두 루이 비통.

(왼쪽) 러플 디테일의 스카이 블루 가죽 원피스, 파이론 부츠 모두 구피.
(가운데) 누드 톤의 울 바이커 재킷, 러플 디테일의 가죽 셔츠, 울 스카니 팬츠, 브라운 앵클부츠 모두 구피.
(오른쪽) 가죽을 믹스 매치한 버건디 드레스, 파이론 부츠 모두 구피.



퍼디테일의 블랙 니트 미디 드레스, 진주 더블 링 모두 맨디.



(왼쪽) 블랙 터틀넥 톱, 블랙 & 화이트 비즈류브 드레스 모두 **아노나**, 그레이 스웨이드 롱부츠 **주세페 지노티**.
 (오른쪽) 블랙 롱 점프수트, 볼드한골드 네크리스 모두 **아노나**, 스외로브스키 장식의 골드 스티드 뱅글, 가죽 뱅글 모두 **미네타니**, 블랙 앵클 부티 **에르메스**.



핸드 프린팅 패턴의 트렌치코트, 로즈 컬러 슬립 드레스 모두 **버버리 프로섬**, 핑크 패턴의 블랙 블랭킷 스카프, 핸드 프린팅 앵클부츠 모두 **버버리**, 골드 스티드 장식 이어커브 **미네타니**.

(왼쪽) 기하학적인 패턴의 레드 실크 드레스, 블랙 & 브라운 스트라이프 V넥 니트 롬, 퍼플 타이 스카프, 실버 글래디에이터 웨지힐 슈즈 모두 프라다. (오른쪽) 기하학적인 패턴의 옐로 실크 드레스, 레드 터틀넥 니트 롬, 퍼플 타이 스카프, 골드 웨지힐 슈즈 모두 프라다.



(왼쪽) 버건디 가죽 셔츠, 비대칭 컷팅의 실크 스커트, 오픈 토 슈즈 모두 토즈. (오른쪽) 다이아몬드 패턴의 가죽 롬과 스커트, 화이트 니트 롬, 골드 스퀘어 앵글, 바이올렛 스트링, 오픈 토 슈즈 모두 토즈.

에르메스 02-544-7722
 셀린노 02-540-0486
 마르니 02-6905-3665
 알프 로렌 02-6004-0133
 루이 비통 02-3432-1854
 구찌 1577-1921
 펜디 02-2056-9023
 아노나 02-3438-6070
 주세페 자노티 02-543-1937
 미네타니 02-3443-4164
 버버리 프로섬·버버리 02-3485-6536
 프라다 02-3218-5331
 토즈 02-3438-6008

* 본 화보에 나온 제품의 상세한 가격정보는 (스타일 조션일보) 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.
www.stylechosun.com



헤어 이선영
 메이크업 오미영
 모델 박세라, 강소영, 유지안
 스타일리스트 채환석
 어시스턴트 김혜인
 에디터 권유진

autumn's Wardrobe

모던 클래식을 지향하는 셀렉트 슈, 분더샵(클래식)에서 2014 F/W 시즌을 맞아 자체 제작한 두 번째 PL(Private Label) 컬렉션을 선보인다. 잘 재단된 슈트와 재킷은 물론 겨울을 위한 코트, 세련된 마무리를 도와줄 넥타이와 스카프 등 제품의 폭을 넓혀 완벽한 도넛 코디네이션이 가능해졌다. *photographed by park gun zoo*

지난 3월 선보인 분더샵(클래식)의 자체 라벨 슈트와 재킷에 이어 2014 F/W 시즌을 위한 두 번째 PL(Private Label) 컬렉션이 완성됐다. 디자인부터 생산에 이르기까지 생산과정의 시작과 끝이 모두 이탈리아 현지에서 이루어지는 PL 컬렉션은 공방과의 직거래로 우수한 품질을 합리적인 가격으로 선보이겠다는 분더샵(클래식)만의 철학에서 비롯되었다. 이탈리아 클래식 슈트를 대변하는 고급 소재와 색감, 완벽한 테일러링, 높은 품질에 한국 남자의 체형을 반영한 패턴은 세련된 실루엣은 물론 편안한 착용감까지 선사해 만족도가 높다. 이번 시즌 재킷과 코트에는 보온성이 우수하면서도 가벼운 최상급 울 소재인 라-라(lana)를 사용했으며, 그레이, 네이비 컬러를 기본으로 톤 다운된 카키 컬러나 체크 패턴 등을 주로 사용했다. 특히 슈트와 재킷, 코트 외에 다채로운 소재와 패턴의 넥타이와 스카프를 함께 선보여 도넛 스타일링이 가능해졌다는 점에 주목할 것. 소재에 따라 인감을 선택적으로 적용한 넥타이만 보더라도 소품 하나에 많은 공을 들였음을 짐작할 수 있다. 기본에 충실한 디자인, 클래식한 컬러, 해를 넘겨도 바래지 않는 고급스러운 코트와 슈트, 포인트가 되는 소품은 남자의 가을 옷장에 들어 있어야 할 아이템이 분명하다. 신세계백화점 본점과 강남점의 분더샵(클래식) 매장에서 직접 착용해보고 자체 라벨의 진가를 확인하시라. 문의 신세계백화점 강남점 분더샵(클래식) 02-3479-1958 에디터 **이예진**

아름다운 옷차림에 생동감을 주는 체크 셔츠 **오리앙 by 분더샵(클래식)**, 버건디 컬러 코튼 팬츠 **PT01 by 분더샵(클래식)**, 그레이 컬러 울 소재 재킷과 질감이 도톰한 타이, 활용도 높은 머플러, 세련된 실루엣과 고급스러운 컬러, 착용감이 훌륭한 더블 버튼 울 코트 모두 **분더샵(클래식)**.

신세계백화점 강남점



몸에 착감기 그레이 슈트는 도회적인 비즈니스 룩을 완성한다. 한국인의 체형을 반영한 슬림 핏이 특징. 울 소재의 그레이 슈트와 타이 모두 **분더샵(클래식)**. 화이트 셔츠 **오리앙 by 분더샵(클래식)**.

깔끔한 네이비 컬러 재킷은 인상을 정돈하는 효과를 준다. 울 소재 네이비 재킷, 페이즐리 프린트 타이 모두 **분더샵(클래식)**. 톤 다운된 그레이 셔츠 **오리앙 by 분더샵(클래식)**. 버건디 울 팬츠 **PT01 by 분더샵(클래식)**.



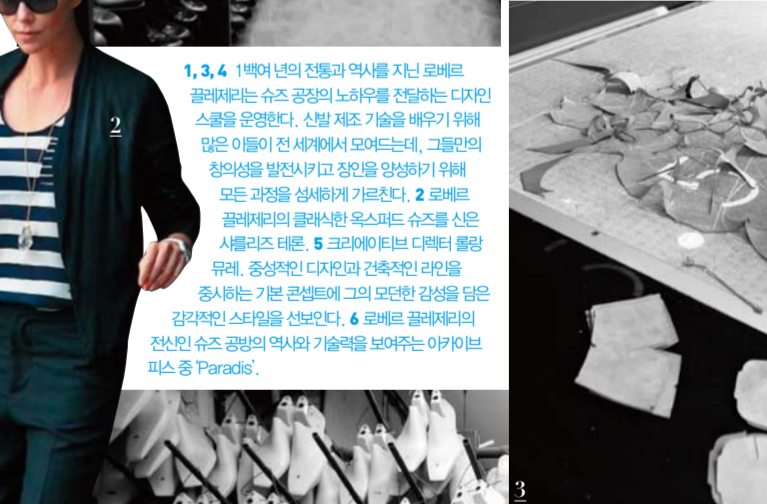
(가운데 윗부터 시계 방향으로) 블랙과 그레이 컬러를 대조시킨 굽이 특징인 가운데와 아래 높은 클리퍼 슈즈, 오른쪽의 베이시한 펌프스, 그 아래 높은 인장감 있는 굽과 과감한 카툼을 강조한 웨지힐 슈즈, 지퍼 장식의 포인트인 앵클부츠, 광택이 도는 레이스업 부티 모두 **로베르 끌레제리**.

Timeless french chic

남성 옥스퍼드화를 연상시키는 중성적인 디테일, 건축물처럼 견고한 굽, 미니멀한 형태로 사랑받는 프랑스 슈즈 브랜드 로베르 끌레제리. 국내에서는 일부 편집숍과 해외 사이트에서만 만날 수 있어 아쉬움을 남겼던 이 브랜드가 지난 8월 신세계백화점 본점에 아시아 최초로 공식 매장을 오픈했다. 세련된 디자인과 편안한 착용감으로 대변되는 로베르 끌레제리의 매력을 파헤쳐본다. *photographed by yum jung hoon*

로베르 끌레제리, 아시아 최초 단독 스토어 오픈
첫째, 여성스러운 디테일의 클리퍼 슈즈로 사랑받았다. 둘째, 남성 옥스퍼드 슈즈를 연상시키는 중성적인 디자인이 특징이다. 셋째, 몇 시간 걸어도 피로감을 받지 않는 형태와 건축적인 굽이 매력적이다. 넷째, 일렉트릭 청을 비롯해 케이트 블란쳇, 사블리즈 테론, 리한나 등 자신만의 패션 스타일이 확고한 이들의 스트리트 컷에 자주 등장하며 셀러브리티의 슈즈로 불리곤 한다. 정답은? 바로 프랑스 슈즈 브랜드 로베르 끌레제리(Robert Clergerie)에 대한 설명이다. 국내에서는 이름만 대면 누구나 알 만한 대중적인 브랜드라고는 할 수 없지만, 패션업계는 물론 유행에 민감한 멋쟁이 여성들 사이에서 일찍이 된 브랜드. 현재 미국, 스위스, 벨기에, 영국, 스페인, 프랑스 지역에 25개 매장이 있는데, 국내에서는 멀티숍을 비롯해 신세계백화점 슈즈 편집매장인 '슈 컬렉션'에서 선별한 일부 제품만 선보여 아쉬움을 남겼다. 견고한 미니 힐을 유지하던 로베르 끌레제리의 인기에 비호한 듯, 지난 8월 아시아 최초로 신세계백화점 본점에 단독 스토어를 오픈했다(이는 홍콩에 오픈하는 매장보다 앞주일 앞선 시점). 클리퍼의 인기가 계속되며 두각을 나타낸 로베르 끌레제리는 유행 따라 태어난 신생 브랜드처럼 보일지도 모른다. 하지만 내면을 자세히 들여다보면 1백19년의 오랜 역사는 물론 장인 정신이 뒷받침된 탄탄한 브랜드라는 것을 알게 된다.

건축물처럼 견고한 형태와 편안한 착용감이 장점
로베르 끌레제리의 탄생 배경을 살펴보자. 1895년 프랑스 남부 지역인 로안에서 탄생한 슈즈 공방을 로베르 끌레제리가 사들여 구두 제조 기술 노하우를 축적한 후, 1905년 자신의 이름을 따 만든 것이 공식적인 론칭의 시작이다. 파리에 첫 부티크를 오픈하며 1981년과 1990년에 미국 (뫼웨어 뉴스) 매거진이 선정한 올해의 디자이너로 꼽혀 이름을 알리기 시작했으며, 2005년에는 'Hall of Fame: 명예의 전당' 어워드에도 올라 존재감을 드러냈다. 로베르 끌레제리는 구두를 신는 사람은 물론 구두를 만드는 사람에게도 공을 들인다. 1백여 년의 역사를 지닌 구두 제작 기술을 바탕으로 새로운 구두 장인을 양성하기 위해 디자인 스쿨을 운영하는 것. 전 세계에서 그의 노하우를 배우기 위해 모여드는 사람들의 창의성을 발전시키기 위해 모든 과정을 세심하게 가르치는 장인 정신은 로베르 끌레제리가 프랑스를 대표하는 슈즈 브랜드의 반열에 오르는 계기가 되었다. 전통을 이어가던 슈즈 하우스의 변화는 2011년부터 시작되었다. 캘리포니아로 유명한 여성복 디자이너 롤랑 무레(Roland Mouret)를 크리에이티브 디렉터로 영입한 것. 2012 F/W 시즌 처음 선보인 롤랑 무레 슈즈는 당장 발을 넣고 싶을 만큼 매력적인 형태로 할리우드 스타는 물론 프레스에게 뜨거운 반응을 불러일으켰다. 울거울 칼렉션은 특유의 건축적인 인라인, 미니멀한 그래픽, 중성적인 디자인이라는 기본을 충실히 지킨 옥스퍼드 형태의 클리퍼 슈즈와 미니멀한 레이스업 슈즈, 볼드한 앵글 웨지힐 등 반드시 필요한 에센셜 아이템으로 구성되었다. 주목할 만한 점은 이번 시즌부터 남성 슈즈 라인도 처음으로 소개된다는 것이다. 건축적인 형태와 여성스러운 라인으로 신었을 때의 인장감과 편안함을 중시한다는 비전은 이어가며, 로베르 끌레제리만의 감성을 담은 남성 컬렉션도 벌써부터 많은 기대를 모으고 있다. 화려한 장식이나 색상에 의존하지 않고 견고한 형태와 완성도 높은 품질로 승부하는 로베르 끌레제리의 아시아 최초 단독 매장은 신세계백화점 본점 본관 2층에서 만날 수 있다. 문의 02-310-5286 에디터 **이예진**



1, 3, 4 1백여 년의 전통과 역사를 지닌 로베르 끌레제리는 슈즈 공정의 노하우를 전수하는 디자인 스쿨을 운영한다. 신발 제조 기술을 배우기 위해 많은 이들이 전 세계에서 모여드는데, 그들의 창의성을 발전시키고 장인을 양성하기 위해 모든 과정을 세심하게 가르친다. 2 로베르 끌레제리의 클래식한 옥스퍼드 슈즈를 신은 사블리즈 테론. 5 크리에이티브 디렉터 롤랑 무레. 중성적인 디자인과 건축적인 라인을 중시하는 기본 콘셉트에 그의 모던한 감성을 담은 감각적인 스타일을 선보인다. 6 로베르 끌레제리의 전신 슈즈 공방의 역사와 기술력을 보여주는 아카이브 피스 중 'Paradis'.



smart lifting Power

19세기 후반 프랑스 시인 보들레르는 젊고 아름다운 여성을 보면 그 아름다움을 찬미하기보다 '저 여인도 곧 늙을 텐데' 하며 슬퍼했다. 젊음을 지키려는 인류의 욕망이자 끊임없는 연구 과제인 항노화와 이에 대해 샤넬이 제시한 독창적 관점, 르 리프트를 소개한다.

photographed by park gun zoo



에들리스 성분과 후성 유전학의 획기적 접목

코코 샤넬은 1921년 패션 브랜드에서는 처음으로 향수를 출시했는데, 이것이 바로 'No.5'이다. 이 향수의 원료는 프랑스 그라스에서 자라는 제스민과 5월에 피는 장미다. 원료들은 이 향수만을 위해 예약된 것으로 다른 향수 제조업체에는 판매하지 않는 것으로 알려졌다. 이처럼 원료로 사용하는 특정 성분의 양과 질을 보존하려는 노력은 샤넬의 안티에이징 화장품에도 반영했는데, 대표적인 것이 2013년 선보인 르 리프트 크림이다. 화장품업계 최초로 열대 식물인 에들리스의 뿌리를 사용하고 샤넬의 특별한 계배 기술을 접목해 전통 방식으로 성장한 보통의 에들리스 뿌리보다 약 50배 더 많은 양의 활성 성분을 함유하고 있어 화제가 되었다. 이 성분이 피부 탄력과 유연성, 탄성을 회복하는 데 적극적인 도움을 주는 핵심 요소로, 여기에 '후성 유전학'이라는 새로운 관점을 더해 궁극의 리프팅 컬렉션을 완성했다. 후성 유전학이란 전적으로 타고난 특성은 어쩔 수 없지만, 아름다운 태어날 때 받은 것 이상의 요소에 의해 좌우된다는 이론이다. 주변 환경과 스트레스 수준, 식생활 등이 유전적 발현과 피부의 젊음을 책임지는 단백질의 합성에 영향을 미친다는 것. 따라서 항노화는 후천적 노력으로 완화할 수 있으며 이를 돕는 효과적인 방법을 찾기 위해 노화에 대한 연구로 유명한 벨리노 교수와 지속적으로 협업해왔다. 이를 통해 샤넬 연구소는 단백질의 합성을 조절하는 마이크로-RNAs의 주요 역할을 입증, 에들리스 성분과 후성 유전학의 결합체인 아주 매력적인 안티에이징 라인, '르 리프트 크림'을 선보이게 된 것이다.

더욱 강력한 리프팅, '르 리프트 세럼&크림 아이'

이번 시즌 샤넬은 한층 강력해진 리프팅 효과의 르 리프트 컬렉션을 추가했는데, 바로 '르 리프트 세럼'과 '르 리프트 크림 아이'이다. '르 리프트 세럼'은 기존 르 리프트 크림에 함유된 노화 방지 성분 3.5-DA는 기본, 샤넬 연구소가 특허를 획득한 독자적인 분자 레스베라트롤-12를 함유했다. 중앙아시아의 천연 식물인 호장(Polygonatum Cuspidatum)의 뿌리에서 추출한 레스베라트롤을 강화해 탄생한 레스베라트롤-12는 항산화 작용을 통해 세포 외 조직의 보호와 합성을 도와 피부가 건강하게 회복되도록 작용한다. 기존의 르 리프트 크림과 함께 사용하면 효과를 극대화해 탄력 있는 피부로 바꿔주고, 꾸준히 사용하면 얼굴선이 뚜렷해지는 효과도 기대할 수 있다. 발립성이 뛰어나 두 번 펴평한 양으로 얼굴과 목 전체에 충분히 사용할 수 있다. 또 하나의 신제품 '르 리프트 크림 아이'는 눈가의 푸석함을 단번에 잡아 주는 매력적인 아이크림이다. 눈가 피부는 피지선이 잘 발달되어 있지 않아 쉽게 건조해지며 인체 피부 중 가장 얇은 편이라 손상되기 쉽기에 '르 리프트 크림 아이'는 잔주름, 굵은 주름, 푸석함을 한 번에 관리하는 토털 케어 기능을 갖췄다. 에센신-식물성 스테롤 복합체가 부기와 다크서클을 눈에 띄게 완화해준다. 흡수가 빨라 아침에 사용해도 편안하다. 최근 가장 인상적인 스킨케어를 다양하게 선보인 샤넬 코스메틱의 신제품인 만큼 스킨케어 선택에 까다로운 여성들에게 확실한 만족감을 선사할 것이다. 르 리프트 세럼 30ml 20만8천원, 르 리프트 크림 아이 15g 13만원, 문의 080-332-2700 에디터 배미진

Great anti-aging

"문 두드리는 소리에 놀라 돌아보니 옥과보다 좋은 신선한 차 보내왔네. 맑은 향기는 한식 전에 따서 그릇가 고운 빛같은 숲 속의 이슬을 품었네. 들숨에 물 끓는 소리 슬비람 소리인 양 자기 잔에 도는 무늬 꽃망울을 토한다." 녹차에 대한 감상을 적은 고려 문인의 시 깊은 녹차 향이 전해온 아모레퍼시픽의 안티에이징 찬가. photographed by park gun zoo

마셔서 좋은 성분이 피부에도 좋다

마셔서 좋은 성분이 피부에도 좋다는 믿음으로 30여 년 넘게 이어온 아모레퍼시픽의 그린 티 헤리티지는 2014년 9월, 오직 1%를 위한 그린 티 성분과 47년에 걸쳐 쌓아온 기술력을 집묵한 새로운 안티에이징 크림으로 결실을 맺었다. 그 주인공은 바로 아모레퍼시픽 프리 임 리저브 에피다이나믹 액티베이팅 크림. 녹차 성분 하나로 국내뿐 아니라 아시아와 미국의 하이엔드 코스메틱 시장을 사로잡은 아모레퍼시픽이 오랜만에 선보이는 신제품이라는 점에서 더욱 주목할 만하다. 이 크림의 탄생은 마시기 위해 기르는 차나무 말고 피부를 위해 기르는 차나무는 없을까? '차나무의 성분을 온전히 피부에 사용할 수 없을까?'라는 녹차 연구원의 끝없는 물음에서부터 시작되었다. 그동안 마시기 위해 재배한 녹차를 사용해왔다면 오직 피부만을 위한 특별한 차나무를 만들기로 결심한 것. 이를 위한 첫 단계는 바로 차나무 수집. 세계 각지의 차나무 산지를 찾아 험난한 계곡과 거친 잡초를 헤치며 지금까지 보지 못한 새로운 품종의 차나무를 수집했다. 그렇게 수년 동안 국내외 차나무 산지에서 채집한 품종만 무려 4천여 종. 이 중 녹차의 주요 성분 중 하나인 카테킨을 포함해 총 19종의 성분을 추출하기에 이르렀고, 이를 3년 동안 22만8천 번의 평가를 거쳐 피부 노화에 대응하는 획기적인 성분인 앵솔루친228K™(Absoluchin228K™)를 발견했다. 더불어 이를 피부에 정확히 전달하는 전달 기술인 AP 10 바이오에멀전을 개발, 단 1%의 녹차 발에서만 얻을 수 있는 고귀한 앵솔루티™(AbsoluTea™)를 담은 프리 임 리저브 에피다이나믹 액티베이팅 크림을 탄생시켰다.

상위 1%를 위한, 더욱 완벽해진 안티에이징

우리가 주목해야 할 핵심 성분인 앵솔루친228K™는 1백만 평에 달하는 제주 아모레퍼시픽 다원 중에서도 1% 미만에 불과한 녹차나무에서 추출한, 이른바 상위 1%를 위한 고귀한 성분이다. 이 진귀하고 한정된 성분으로 프리미엄 안티에이징의 가치를 높은 아모레퍼시픽 프리 임 리저브 에피다이나믹 액티베이팅 크림은 나이가 들수록 따라 자연스럽게 진행되는 노화를 비롯해 라이프스타일에 따른 외부적 요인에 의한 노화까지 관리해 건강하고 탄력 있는 피부를 선사하는 것이 특징. 피부 노화의 원인으로 유전적인 요인이 20%, 외부 스트레스와 개별 환경 차이에 의한 노화가 80%의 비율을 차지한다는 사실에 착안, 외부 유해 요인으로 부터 피부 건강을 지켜주는 앵솔루티™를 함유한 안티에이징 크림을 개발한 것이다. 이 효과는 아모레퍼시픽 연구소에서 진행한 쌍둥이 자매의 실험 결과로 입증되었다. DNA가 동일한 쌍둥이 자매 중 한 명에게는 일반 화장품용, 다른 한 명에게는 프리 임 리저브 에피다이나믹 액티베이팅 크림을 바르게 한 결과, 아모레퍼시픽 크림을 바른 여성의 피부가 피부톤, 피뭉결, 주름 등에서 월등히 개선된 것을 확인할 수 있었다. 또 하나 눈여겨봐야 할 것은 유효 성분을 피부에 정확히 전달하는 AP 10 바이오에멀전 기술이다. 이는 고귀한 성분이 문제가 있는 피부에 정확히 도달해 효능을 발휘하는 동시에 강력한 피부 개선 효과를 제공한다. 텍스처 개발에도 심혈을 기울였는데, 쫄쫄한 크림 제형은 피부에 부드럽게 흡수되고, 피부에 풍부한 보습막을 씌운 듯 매끄럽게 마무리된다. 전용 스페큘러를 사용해 마사지하듯 바르면 시너지 효과를 얻을 수 있다. 50ml 75만원, 문의 080-020-5757 에디터 권유진



Synergy effect

피부 속 땅김까지 해결하는 마이크로 에센스와 여자의 필수품이라고 해도 과언이 아닐 넘버원 안티에이징 에센스 갈색병이 만나 새로운 시너지를 완성했다. 맑고 투명한 광채에 리페어 기능을 더한 에스티 로더의 드라마틱한 효과를 소개한다. *photographed by park gun zoo*



미세하게 침투해 투명한 피부 완성

에스티 로더에서 새롭게 출시한 화장품들을 접할 때, 그 이름만으로도 신뢰가 생긴다. 6세대를 거듭하며 진화하고 있는 갈색병에 대한 믿음과 화장품업체를 리드하는 브랜드의 자부심이 담긴 산제품은 사용해보고 싶은 호기심을 자극한다. 안티에이징이 가장 뜨겁게 달아 오르는 가을 시즌, 에스티 로더는 수분과 노화를 잡을 새로운 처방전을 제시하는데, 바로 마이크로 에센스와 갈색병을 함께 사용하는 것이다. 지난해 첫선을 보여 놀라운 인기를 얻은 에스티 로더의 첫 번째 워터리 에센스, 마이크로 에센스 스킨 액티베이팅 트리트먼트 로션은 피부에 수분과 투명한 광채를 더하는데 더없이 효과적이다. 자연이 만들어낸 최상의 생존자라 불리는 호크성 미생물에서 영양을 받아 탄생시킨 독자적인 마이크로 발효 영양소를 담았다. 대형 브랜드답게 꾸준한 연구를 통해 정확한 발효 성분의 혼합으로 마이크로 영양분과 펩타이드를 특별한 방식으로 조합했다. 물론 피부에 빠르게 흡수되고 피부 스스로 힘을 키울 수 있도록 고안한 성분이기 에 건강한 피부의 기초가 되는 보호막을 강화하고 피부 속부터 맑고 투명한 빛을 낼 수 있도록 완성한다. 피부 속 땅김까지 단번에 해결하는 촉촉함은 이 에센스의 가장 매력적인 점이다. 마이크로 입자가 빠르게 침투해 영양을 주고 피부를 활성화하는 마이크로 파워 3단계를 구현했다. 여기에 바로 이어져야 할 것은 단연 에스티 로더의 얼굴이자 최고의 제품인 갈색병, 6세대 어드밴스드 나이트 리페어다. 화장품에 리페어(repair)의 개념을 가장 처음 도입한 제품이기 에 항산화 효과와 정상적인 피부 리듬 개선까지 안티에이징의 모든 것을 담고 있다. 마이크로 에센스는 피부 속부터 촉촉하고 탄탄한 기초를, 갈색병은 매일 손상되는 피부를 리페어 하는 최고의 시너지 효과를 만날 수 있는 것.

마이크로 에센스+갈색병의 안티에이징 드라마

이 두 가지 제품은 현재 에스티 로더 화장품의 효과를 입증하는 간편 제품이 되었는데 2014년 1~6월에 이루어진 보떼 리서치 결과, 전체 에센스 카테고리 백화점 매출 1위가 바로 갈색병, 2위가 마이크로 에센스로 선정되었다. 지난 해 출시한 6세대 갈색병은 전 세계 65개 이상의 뷰티 어워드를 수상하며 유명세를 떨친 바 있지만, 마이크로 에센스의 약진은 놀라울 정도다. 아시아 여성을 위해 특별히 고안된 에센스인 만큼 바르는 순간 즉각적으로 촉촉하고 매끄러워진 피부를 확인할 수 있고, 피부결과 광을 모두 살리는 데 효과적이다. 두 제품을 각기 사용해도 효과가 뛰어나지만, 함께 사용하면 만족도를 더욱 높일 수 있다. 에스티 로더의 실험 결과 마이크로 에센스와 갈색병을 함께 사용하면 마이크로 에센스를 단독으로 사용했을 때보다 피부 수분율이 38% 이상 상승하고, 갈색병을 단독으로 사용했을 때보다 2시간 이후 수분감이 증가한다는 수치를 발표하기도 했다. 건조함으로 시작되는 잔주름, 깊은 주름까지 전반적인 안티에이징 케어에 고민을 가진, 지금까지 없었던 새로운 안티에이징 제품을 찾는 여성이라면 이 특별한 에스티 로더의 안티에이징 듀오를 경험해보길 권한다. 마이크로 에센스 150ml 13만5천원, 6세대 갈색병 리페어 50ml 15만5천원. 문의 02-3440-2772 에디터 **배미진**



(왼쪽부터 차례대로)
SK-II 페이스얼 트리트먼트 에센스 150ml 17만원대, SK-II 셀루미네이션 딥서지 EX 50g 15만원대, SK-II 화이트닝 소스 텀 리바이벌 마스크 6매 10만원대.

Restore your skin

늦게 떠난 여름휴가까지 마무리하고 이제 새로운 계절을 맞이할 시점. 여행지의 낯선 환경과 시차, 급격한 활동량으로 손상된 피부를 재정비해야 할 때다. 열기에 붉어진 피부, 메마른 피부결, 강한 자외선으로 눈에 띄는 기미와 잡티, 칙칙한 낮빛을 위한 SK-II의 제안. *photographed by park gun zoo*

들쭉날쭉한 피부 컨디션 바로잡기

높은 습도와 찌뿌드드한 날씨가 이어지며 피부 컨디션이 바닥을 쳤던 올여름. 도심에서뿐만 아니라 휴양지 역시 피부에는 달갑지 않은 환경이다. 나를 둘러싼 모든 외부 환경이 다른 해외에서는 햇빛과 물, 공기, 시차 때문에 피부는 물론이고 건강 역시 해지기 쉽다. 도심보다 몇 배나 강한 해변의 자외선은 활성산소량을 급격하게 늘려 피부 노화를 가속화하며, 땀을 많이 흘린 만큼 수분 보유량이 감소해 탄력이 떨어지고 모공도 눈에 띄게 커진다. 바닷물에 닿은 머릿결이 복귀하기 어려울 만큼 푸석하고 건조해지는 것도 흔히 일어나는 일. 단순히 건조하다거나 뽀루지가 났다면 크게 문제 될 일이 아니지만 예상치 못한 트러블이 커진다면 일상생활에 스트레스를 주곤 한다. 그러나 달콤한 비캉스가 약망이 되지 않으려면 애프터 선 케어에 공들일 것. 같은 휴가를 보내고 와도 피부 상태에 따라 다른 문제점이 나타나기에 각자에게 맞는 피부 케어가 중요하다 할 수 있다. 피부 분연의 힘을 길러 무너진 피부 컨디션을 바로잡는 대표적인 뷰티 브랜드, SK-II는 비캉스 후 지친 피부를 케어해줄 피부 솔루션을 제안한다. 열기 때문에 붉어지고 화끈거리는 피부, 푸석하게 메마른 피부, 강렬한 자외선에 칙칙해진 얼굴빛에 정확하게 대응하는 세 가지 처방전이라면 휴가 후 달라진 피부 때문에 속상할 일은 없을 것이다.

완벽한 애프터 케어를 책임지는 SK-II의 피부 솔루션

SK-II는 근본적으로 지친 몸과 건강 상태를 재정비해야 피부 트러블도 빨리 회복될 수 있다고 말한다. 늘 수분 섭취에 신경 쓰고 비타민, 미네랄이 풍부한 채소를 먹어 피부 온도를 낮춘 후 보습 제품을 사용하고 충분한 휴식을 취해야 하는 것은 기본. 그렇다면 휴가에서 돌아와 마주하기 쉬운 세 가지 문제와 이를 해결하는 스페셜 아이템을 염두에 두자. 붉어지고 메마른 피부에는 일단 수분 공급에 힘쓰고 피부 온도를 내리는 데 집중할 것. 선번에 화끈거리는 부위에는 얼린 수건으로 하는 냉찜질이나 오이, 녹차 등의 천연 팩이 도움이 된다. 토너

나 젤 타입 제품, 시트 마스크 등을 냉장고에 보관했다 사용하는 것도 과열된 피부 온도를 내리는 데 좋은 방법. 민간요법으로 급한 불은 끌 수 있지만 지속적인 관리가 필요하기에 기능성 뷰티 제품의 도움을 받아야 한다. SK-II 셀루미네이션 딥서지 EX는 최근 화제가 된 김희애의 물광 피부를 완성시켜 준 일등 공신. 일명 '특급 물광 크림'이라는 애칭으로 잘 알려진 광채 화이트닝 크림이다. 가볍고 빠르게 흡수되는 젤 타입으로, 푸딩처럼 탱글거리는 산뜻한 질감이 일품이다. 오랜 시간 촉촉함이 유지되며, 피부의 노란기까지 잡아준다. 잔여감이 없어 지성 피부나 산뜻한 마무리를 선호하는 이들에게도 추천한다. 피부 온도를 낮췄다면, 이제는 보습이 풍부한 유분과 수분의 균형을 빠르게 맞춰줄 차례. SK-II 페이스얼 트리트먼트 에센스는 브랜드를 대표하는 얼굴이자 꾸준히 사랑받는 스테디셀러로, 피부 속까지 수분을 공급해 건강한 피부로 다져주는 에센스다. 세포 구조가 피부 조직과 아주 유사한 자연 천연 효모 대사액, 피테라™가 90% 이상 함유되어 피부 친화력이 좋을 뿐 아니라 부족한 영양분을 보충해 피부 리듬을 정상으로 되돌린다. 작은 용기에 덜어 미스트처럼 사용하는 것도 하나의 방법으로, 건조함 없이 하루 종일 촉촉한 피부결을 유지할 수 있다. 공격받기 쉬운 애플 존 부위의 기미, 잡티가 도드라진다면 집중 화이트닝 케어에 돌입하자. 기미와 잡티는 꾸준한 화이트닝 케어가 정답이지만, 갑자기 생겨난 잡티에는 평소보다 강력한 트리트먼트가 필요하다. 여배우들이 야외 촬영 후 빠른 화이트닝 효과를 얻기 위해 즐겨 쓰기에 '여배우 마스크'라고 불리는 SK-II 화이트닝 소스 텀 리바이벌 마스크는 화이트닝 에센스 한 병 분량의 성분을 담은 고농축 화이트닝 마스크. 단 한 장만으로도 눈에 띄는 마백 효과를 기대할 수 있을 만큼 효과가 탁월하다. 시원하게 보관해 사용하면 쿨링 효과는 물론 기미가 걸 어지거나 올라오는 것을 방지해 안색을 맑고 깨끗하게 유지해준다. SK-II 페이스얼 트리트먼트 에센스 150ml 17만원대, SK-II 셀루미네이션 딥서지 EX 50g 15만원대, SK-II 화이트닝 소스 텀 리바이벌 마스크 6매 10만원대. 문의 080-023-3333 에디터 **이예진**

SPECIAL EVENT COUPON



<스타일 조선일보>와 에스티 로더가 함께하는 마이크로 에센스 체험 키트 증정 프로모션

본 쿠폰을 지참하고 에스티 로더 백화점 매장을 방문하시는 <스타일 조선일보> 독자 여러분께 에스티 로더 마이크로 에센스 스킨 액티베이팅 트리트먼트 로션(15ml, 1만3천원 상당)을 드립니다.

◆ 기간 2014년 9월 5일(금)~9월 10일(수) ◆ 문의 02-3440-2772
◆ 증정 장소 신세계백화점 본점·강남점·타인스퀘어점·선릉시티점·갤러리아 명품관 WEST, 현대백화점 무역센터점·천호점, 롯데백화점 본점·잠실점·부산본점의 에스티 로더 매장
※ 1일 50개 한정 수량으로 증정 증정하지 않습니다. ※ 조기 품절 시 다른 제품으로 대체될 수 있습니다.

Perfect eye care

여자의 얼굴에서 시간의 흔적을 눈치챌 수 있는 곳은 단연 눈이다. 웃을 때마다 보이는 눈가 주름을 신경 쓰자니 다크서클이 걸리고, 날이 갈수록 도드라지는 눈 밑 지방도 걱정이 된다. 클라란스는 눈가 노화에 관여하는 2개의 '동안 트라이앵글'을 빈틈없이 공략한 '엑스트라-피밍 아이크림'을 아침차게 선보인다. *photographed by park gun zoo*



오직 아시아 여성을 위해 개발한 토털 아이 솔루션, '엑스트라-피밍 아이크림'. 주름과 아이 백, 눈꺼풀 처짐, 다크서클까지 개선한다. 15ml 7만5천원대.

눈가 노화에 빈틈없이 작용하는 토털 아이크림

눈가 피부는 얇은 티슈와 같다는 말이 있다. 얼굴 피부는 1~1.5mm 정도인 데 비해 눈 주위는 0.5mm에 불과한 만큼 외부 유해 환경과 노화에 가장 취약한 부위다. 눈꺼풀은 하루에 1만 번 이상 깜빡이고, 눈을 움직이기 위해 22개의 근육을 사용한다. 하루에 수도 없이 많이 눈을 깜빡이고 웃거나 찡그리는 등 의식하지 못하는 사이 눈가 곳곳의 근육이 쉴 새 없이 움직이는 것이다. 피부를 지지하고 있는 섬유아세포나 콜라겐 섬유 등은 나이가 들수록 손상되어 탄력이 떨어지고, 눈꺼풀은 처지며 주름이 깊이 자리 잡는다. 노화의 모든 징후에 효과적으로 대응하는 방법을 연구해온 클라란스는 아시아 여성의 눈가 고민을 위한 총체적인 해결책을 제시한다. 눈가 피부의 노화는 단순히 한 가지가 아닌, 복합적인 원인으로 발생한다는 사실을 토대로 탄력과 보습, 미백 기능을 갖춘 올인원 아이크림, '엑스트라-피밍 아이크림'을 개발한 것. 주름과 탄력에 관여하는 클라란스의 '엑스트라-피밍 데이 크림'과 '엑스트라-피밍 나이트 크림'을 써본 이들이라면 제품에 대한 신뢰도는 길게 설명하지 않아도 될 정도다. 설립 초창기인 1950년대부터 모든 스킨케어와 보디 케어 제품에 강력한 식물 추출물과 독자적인 노하우, 첨단 테크놀로지를 담은 클라란스의 아이크림이라면 예민한 눈가에 자극을 줄이고 탄력과 주름 완화에 확실한 효과를 줄 것으로 기대된다.

동안 트라이앵글을 공략하라

클라란스의 연구소는 아시아 여성의 눈가 연구를 토대로 눈 주변에 위치한 2개의 '동안 트라이앵글'을 발견했다. 잠시 거울을 보고 눈 양쪽 끝과 아래에 삼각형을 그려보면 이해하기 쉬울 것이다. '눈 옆 동안 트라이앵글'은 눈을 깜빡일 때나 기쁠 때, 웃거나 찡그리는 양쪽 측면을 말한다. 움직임이 많아 표정 주름이나 잔주름, 깊은 주름이 생기기 쉽다. 나이가 들면 진피의 탄력이 떨어지면서 눈꼬리 쪽에 잔주름이 생기며, 무거운 눈꺼풀 위쪽은 지방 조직과 중력의 영향, 탄력 감소로 눈 끝 부분이 처진 듯이 보이게 하는 부위다. 눈 아래 동안 트라이앵글은 지방이 증가하고, 림프 순환이 둔화되기 시작하면서 노화가 가속화되는 부위. 나이가 들수록 눈가 피부는 얇아지고 밀도도 낮아지면서 다크서클과 눈 밑 아이 백(eye bags)이 도드라지고 선명해진다. 특히 다크서클의 경우 순환 장애가 가장 큰 원인으로 지목된다. 수면 부족, 불규칙한 생활, 스트레스, 혹은 생리 전 증후군으로 눈가 피부의 림프 순환이 잘되지 않으면 메이크업으로도 가리기 어렵기 때문에 여성들이 스트레스를 가장 많이 받는 부위이기도 하다. 따라서 눈가에 관련된 모든 문제를 해결하고 싶다면 2개의 '동안 트라이

앵글을 사수해야 한다는 결론이 나온다. 이에 클라란스는 '동안 트라이앵글' 부위에 빈틈 없이 작용하는 '엑스트라-피밍 아이크림'을 개발했다. 아시아 여성이 원하는 포플리는 물론 연구소의 첨단 테크놀로지, 강력한 식물 추출물로 이루어졌다. 끈적하지만 촉촉함이 느껴지는 질감은 무겁지 않으면서도 영양분이 충분히 도는 느낌이다. 먼저 눈가 전체를 위한 '오가니 그린 바나나와 레몬 타임(lemon thyme) 추출물'은 피부 속 탄력을 담당하는 연결고리를 탄탄하게 재건해 전반적인 안티에이징 효과를 가져다준다. 이어 '눈 옆 동안 트라이앵글'에는 '보즈 왁스와 '오트'가 작용한다. '보즈 왁스'는 눈꼬리 주위의 잔주름을 펴주고 매끄럽게 마무리하며, '오트 성분'은 오가니 오트의 씨앗에서 추출한 오트 폴리오스(oat polyoses)가 피부 표면을 감싸 강력한 리프팅 효과를 선사한다. '눈 아래 동안 트라이앵글'에는 수분과 색소 배출을 돕는 홀스 체스트넛과 자귀나무 추출물이 결합해 짙은 다크서클과 아이 백을 서서히 완화한다. 제품을 한 달동안 사용한 아시아 여성을 상대로 임상 실험한 결과, 일주일 후 94%가 피부결과 탄력이 향상되었다고 했으며, 한달 후에는 무려 97%가 눈가 주변의 피부가 더 탄탄해졌다고 답했다. 클라란스만의 자사인 파리 인스티튜트에 기반한 눈가 마사지를 곁들이면 보다 빠르고 확실한 효과를 볼 수 있으니 참고할 것. 먼저 양지를 눈 아래에 3초간 댄 다음 눈꼬리 방향으로 지그시 옮겨가며 흡수시킨 후, 눈꼬리에서 눈썹 중앙으로 옮겨 부드럽게 눌러준다. 그런 다음 손가락으로 눈썹 아래 뼈를 지압해주고 눈꼬리 방향으로 조금씩 옮겨 눌러주면 피부 속 순환을 촉진하는 것은 물론, 눈의 피로를 덜어 개운함마저 안겨준다. 15ml 7만5천원. 문의 080-542-9052 **에디터 이예진**

1-3 (왼쪽부터) 눈 옆 동안 트라이앵글에 적용하는 '보즈 왁스', 눈꼬리에 자리 잡은 주름을 개선하고 피부를 매끄럽게 만든다. 눈 아래 동안 트라이앵글에는 다크서클과 아이 백을 완화하는 '자귀나무 추출물'이 적용되며, 피부 속 탄력을 담당하는 연결 고리를 강화해 피부 탄력을 높이는 '레몬 타임 추출물'은 피부 전체의 진피 구조를 강화한다.



Y-line Signature

2014년 상반기, 입생로랑 뷰티의 광풍에 모두 놀랐다면 이제 더 과학적이고 치밀해진 입생로랑의 새로운 스킨케어, Y·쉐이프 컨센트레이트와 크림으로 얼굴, 목, 쇄골 끝까지 팽팽히 전해지는 젊음을 느껴볼 차례다. *photographed by park gun zoo*



잃어버린 탄력, Y라인을 찾아서

U라인에서 V라인까지 여자가 찾고 싶어 하는, 날렵한 얼굴 라인 중 입생로랑이 새롭게 제안하는 것은 바로 턱선부터 목, 쇄골 깊은 곳까지 이어지는 Y라인이다. 우리가 V넥 니트를 입었을 때 보이는, 가슴까지 이어지는 라인을 떠올리면 이해하기 쉽다. 전설의 패션 디자이너 입생 로랑이 여성의 아름다운 매력을 돋보이게 하는 요소로 주목한 Y라인은 그가 창조한 여성을 위한 첫 바지 장장, 르 스모킹 턱시도 슈트에서 영감을 받았다. 세계적인 화장품 그룹인 로레알 그룹에서도 과학적 연구 개발에 많은 비용과 노력을 아끼지 않는 입생로랑의 스킨 사이언스 팀은 시간에 따른 피부 변화 중 50%가 목과 데콜레 등 얼굴 아랫부분에 나타난다는 것을 발견했다. 피부를 지지하는 조직의 강도가 약해지면서 턱 아래의 데콜레를 중심으로 주름이 생기고 얼굴 전체의 볼륨이 재배치된다는 것. 동안이라는 영광을 얻기 위해서, 잃어진 피부를 개선하고 흐트러진 턱선을 되찾기 위해서 또렷하고 힘 있는 Y존을 살리는 입생로랑의 두 가지 Y 실루엣 케어 프로그램이 꼭 필요한 이유다.

피부의 건축가, 글리칸엑티프-Y™

이번 새롭게 출시한 Y·쉐이프 컨센트레이트와 크림은 유럽 시장에서 선두를 차지하고 있는 입생로랑의 대표 스킨케어 라인, 포에버 유스 리버레이터에서 새롭게 선보이는 Y존 타이팅 탄력 강화 케어 제품으로, 새로운 테크놀로지와 스킨케어 트렌드를 제시한다. 입생로랑 스킨케어를 논할 때 가장 자랑스럽게 이야기하는 글리칸은 1백 년간의 연구, 7개의 노벨상 수상에 빛나는 차세대 미래 화학 글리코바이올로지의 핵심 요소다. 피부 구조를 유지하는 글리칸을 활성화하는 글리칸 복합체인 글리칸엑티프-Y™를 함유해 피부 탄력 그물망을 견고하게 하고 밀도를 촘촘하게 하여 피부 네트워킹 시스템을 재건축한다. 글리칸엑티프의 효능은 입생로랑의 유스 리버레이터 라인의 탁월한 효과로 입증되어 트랜스제터들 사이에서는 인기가 높다. 노화 방지에서 전문가들이 집중하는 글리코바이올로지 분야에서 입생로랑은 독보적인 기술력을 인정받았기에 새로운 Y·쉐이프 컬렉션 역시 기대가 높다. 먼저 실루엣을 완성하는 Y·쉐이프 컨센트레이트는 촉촉하면서도 탄력이 느껴지는 새로운 텍스처가 피부에 부드럽게 스며든다. 얼굴과 목, 쇄골선으로 이어지는 Y존을 탄탄하게 조여주어 또렷한 라인을 선사하는 기능성 타이팅 탄력 강화 세럼이다. 마치 고탄력 스타킹이 탄탄한 다리 라인을 만들어주듯, 눈에 보이지 않는 고탄력 그물망을 형성해 늘여지고 힘없는 피부를 매끈하게 올려준다. 이어서 살기 쥘 타입의 탄력감이 느껴지는 크림을 사용하면 단기간에 타이팅 효과와 매끈한 실루엣을 경험할 수 있는 것. Y·쉐이프 크림은 얼굴 볼륨을 되찾아주는 데 가장 효과적이네, 탄탄하고 수분감 있는 텍스처로 발림성이 뛰어나고 적분까지 매끄럽고 탄력 있게 마무리한다. 최근 뷰티 시장의 리더로 확실히 자리매김한 입생로랑 메이크업 제품의 매력에 푹 빠졌던 사람이라면 입생로랑의 과학적인 스킨케어에 입문하는 것은 어떨까. 피부가 처지고 얼굴 라인이 흐트러져 고민하는 30대부터 확실한 안티에이징이 필요한 40대까지 모든 연령대에 추천할 만한 제품이다. Y·쉐이프 컨센트레이트 30ml, Y·쉐이프 크림 50ml 각 18만원대. 문의 080-565-5678 **에디터 배미진**

S P E C I A L C O U P O N



컨센트레이트(5ml)

크림(5ml)

<스타일 조선폐보>와 입생로랑이 함께하는 이름답고 매끈한 Y존을 위한 체험 키트 증정 프로모션

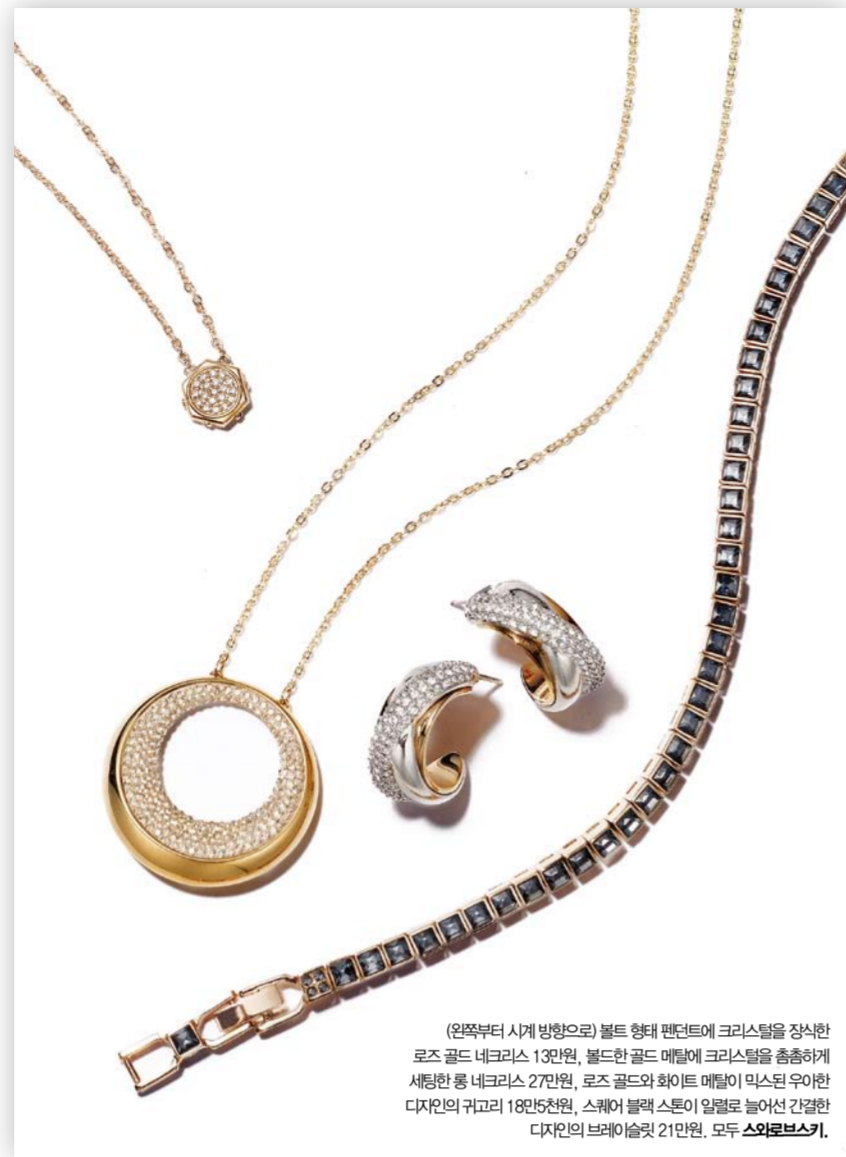
본 쿠폰을 지참하고 입생로랑 매장을 방문하시는 <스타일 조선폐보> 독자 여러분께 입생로랑이 힘 있고 또렷한 Y존을 위한 타이팅 탄력 강화 케어, 포에버 유스 리버레이터 Y·쉐이프 체험 키트(2종, 각 5ml, 1만8천원 상당)를 드립니다.

◆ 기간 9월 3일(수)~9월 14일(일) ◆ 증정품 신세계백화점 강남점(1·2층)·센텀시티점·경기점, 갤러리아명품관 WEST, 현대백화점 무역센터점·신촌점·대우점, 롯데백화점 잠실점·부산본점의 입생로랑 부티크 매장 ◆ 문의 080-347-0089

* 1일 1백 명 한정 수량으로 증정 증정하지 않습니다. * 초기 품질 시 다른 제품으로 대체될 수 있습니다.



Simple & chic
네크라인이 깊이 파인 옷에는
팬던트의 크기와 길이가 다른
네크리스를 레이아웃하고,
앞은 뱅글로 도회적인 스타일을
완성하라.



(왼쪽부터 시계 방향으로) 볼트 형태 팬던트에 크리스탈을 장식한
로즈 골드 네크리스 12만원, 볼드한 골드 메탈에 크리스탈을 총총하게
세팅한 롱 네크리스 27만원, 로즈 골드와 화이트 메탈이 믹스된 우아한
디자인의 귀고리 18만5천원, 스카이라인 블랙 스톤이 일렬로 늘어선 간결한
디자인의 브레이슬릿 21만원, 모두 **스와로브스키**.

에디터의
제품 사진 명장본

mixed Fever

스와로브스키의 2014 F/W 컬렉션 테마는 '믹스드 플레이팅(mixed plating)'. 골드, 로즈 골드, 실버 등 서로 다른 소재를 자유자재로 섞어 자신만의 스타일을 완성하는 방식이다. 옮겨올 컬렉션의 뮤즈로 등장한 모델 한혜진의 감각적인 레이아웃을 참고할 것.



Refined layering
여성스러운 모티브의 네크리스에
새롭게 부각된 이어카프를
매치해 상반된 이미지가 주는
매력을 만끽할 것.

(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) 앞은 뱅글을 여러 개 겹쳐주는 우아한 실루엣의 스키아일 뱅글 27만원, 열쇠 모티브 팬던트의 우아한 곡선이 여성스러운 네크리스 21만5천원, 부드러운 유선형 비아오 링과 여러 개 레이아웃한 듯한 효과를 내는 스키아일 링 16만5천원, 21만5천원, 뾰족한 삼각형 귀고리와 하트 자물쇠 이레 돌인 이어카프는 한 세트 13만원, 하트 모티브 자물쇠와 열쇠가 함께 달린 타사 네크리스 13만원, 길고의 형태의 그레이스 이어카프 14만5천원, 모두 **스와로브스키**, 문의 1661-9060



editor's Pick

계절의 변화를 실감하듯 (스타일 조선일보) 에디터들의 화장대에도 지각변동이 일어났다. 체코에서 온 천연 화장품과 소형 가슴 운동기구, 가성비 최고의 자외선 차단제 등등, 신선한 아이디어와 기능성이 눈에 띄는 이달의 뷰티 아이템. *photographed by yum jung hoon*

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 바비 브라운 스모키 누드 아이 팔레트 율가를 이어 메이크업 트렌드는 바로 관능적이고 여성스러운 스모키 누드 룩. 따뜻하고 소프트한 누드 컬러부터 반짝이는 브라운 컬러까지 다양한 텍스처로 구성된 아이 팔레트는 은은하면서도 세련된 스모키 누드 아이 메이크업을 연출하기 위한 필수품이다. 10,8g 9만9천원, 문의 02-3440-2781, *by 에디터 권유진*

헤라 하이쿠로닉 마스크 요즘같이 피부가 건조한 환경에는 매일 한 장씩 붙이는 마스크 팩의 위력을 실감한다. 헤라 하이쿠로닉 마스크를 매일 밤 붙이는데 '수분 자선'이라 불리는 고효능 히알루론산을 함유해 팩을 한 후 별다른 스키퍼를 하지 않아도 피부가 촉촉하고 쫄쫄해진 것을 느낄 수 있다. 극세사로 만든 마스크로 얼굴 라인을 따라 빈틈없이 착 달라붙는 사용감도 만족스럽다. 6개 3만9천원, 문의 080-023-5454, *by 에디터 권유진*

일리 프레쉬 모이스춰 선크림 고가의 선크림과 비교해도 손색이 없을 컬러와 발림성, 흡수성, 촉촉한 면에서 모두 만족을 주고 싶은 자외선 차단제, 복숭아 컬러 텍스처가 피부 톤까지 장려해준다. 합리적인 가격으로 주변의 뷰티 전문가들도 대부분 만족스럽다는 평, 일교의 보디 제품들도 컬러가 높아 함께 사용하면 길 관한다. 80g 1만4천원, 문의 080-023-5454, *by 에디터 배미진*

마르 제아레스 데이지 드림 보틀과 캡을 둘러싼 데이지 꽃만으로도 샀는데 마르 제아레스 향수의 신작, 패키지에서 연상되는 것처럼 로맨틱하고 청초한 향기가 이어진다. 순수한 소녀 감성을 지닌 여성에게 어울리는 향수. 30ml 6만1천원, 문의 02-3443-1805, *by 에디터 이혜진*

캘린 카스키 린스틱 바르는 순간 입술이 통통하게 차오르는 히알루론산을 함유한 마법의 린스틱, 발림성과 컬러 발색이 뛰어난 크로미 텍스처 덕분에 린스틱 마 나일들에게도 인공철은 제품이다. 25가지 컬러로 출시해 누드 톤부터 레드까지 선택의 폭이 넓은 것이 장점. 3.5g 4만5천원, 문의 080-343-9500, *by 에디터 배미진*

아이엔비그 페이스 리파이닝 세럼 두 병을 꼭씩 세 달 동안 사용했던 페이스 데이팅 세럼, 텍스처가 탄탄하고 흡수가 빠르다. 이전처럼도 흡수가 빠르며 귀 뒤쪽의 린프를 마사지했는데 한 병을 다 썼을 때 아침에 얼굴이 확실히 덜 붓는 것을 확인할 수 있었다. 50ml 14만7천원, 문의 070-7713-0819, *by 에디터 배미진*

강리미 앤 인블랙 네 남자에게 선물하고 싶은 관능적이고 세련된 향의 남성 향수. 강리미가 특 쓰는 스파이시한 톨 노트를 시작으로 관능적인 튜베로즈와 아이리스 앤솔루트를 조합한 플로럴 톨 노트, 따뜻하고 부드러운 벨조인과 과일 우드의 베이스 노트가 어우러져 한번 맡을 수 없는 세시하고 개성 있는 향을 발산한다. 60ml 10만8천원, 문의 080-990-8989, *by 에디터 권유진*

보타니쿠스 시아버터 바나나 앤 라벤더 헤어 앤 바디 마스크 프라하의 작은 마을 오스트라에서 전통적인 제작 방식으로 만든 식물성 제품. 진득한 크림 제형이라 미끄러지는 발림성은 아주 낮은 일단 몸에 닿으면 액체로 바뀌면서 놀랄 정도로 윤기가 흐른다. 100g 5만4천원, 문의 070-7116-2765, *by 에디터 이혜진*

나스 내일 컬러 시즌이다 다양한 컬러를 선보이는 나스의 내일 컬렉션. 매년 한정 판으로 출시되기 소중 가치가 높다. 그리스의 섬 지안토스에서 영감을 받은 베이지 컬러는 세련된 느낌을 완성해준다. 내일 전문 브랜드 제품보다 컬러감이 탁월하다. 지금 가장 트렌드한 네일 컬러를 원한다면 나스 매장을 방문해보기를. 15ml 2만6천원, 문의 02-6905-3747, *by 에디터 배미진*

야나스프리 화산송이 모공 토너 화산송이 라인은 자성 피부인 사람들 사이에서 일찍이 인스타로이 난 제품. 화산송이 미네랄 피부다기 두 층으로 분리되어 있어 송비 히 혼들어 사용하면 세안 단계에서 벗겨지지 못한 노폐물을 말끔하게 정돈한다. 250ml 1만8천원, 문의 080-380-0114, *by 에디터 이혜진*

케라스타즈 덴시피크 샴푸 두피도 피부인데 소홀했던 게 사실이다. 건조함과 각질, 뽀루루로 두피에 적신송이 커지고 사사 사들러 찾았다. 두피용 샴푸를 쓰니 모발이 생기가 돌고 가벼움이 줄었다. 같은 라인의 샴푸도 사용해보고 싶은 정도다. 250ml 3만7천원, 문의 080-099-5000, *by 에디터 이혜진*

프로스틴 프라이징 린그 솔루션 2개를 세트 구성했다니 이유가 있겠다 싶었다. 먼저 세안을 펴 마르고 주사기처럼 생긴 스포 제품을 진주알만큼만 떨어 입기, 팔자 부위에 꼭꼭 눌러 흡수시키면 주름이 없어지는 효과를 볼 수 있다. 냉각 보온하는 독특한 브랜드의 제품이기 때문에 신중하지만 그 누구도 따라올 수 없다. 세럼+스프 11만원, 문의 080-023-7007, *by 에디터 이혜진*

잔피오베로 병 페르메트 린그 스킨칼렉스 제마에게 생긴 이 기류의 정체는? 바로 가을 라인을 단련 있게 만들어주는 운동기구다. 팔을 쭉 펴고 손바닥 사이에 이 기류를 넣고 힘을 주어 펴평하듯 수차례 반복하는 것. 단 몇 회만으로도 평소엔 잘 쓰지 않는 가슴 옆쪽의 근육이 강하게 자극되는 것을 느낄 수 있다. 6만8천원, 문의 1566-1140, *by 에디터 권유진*



