

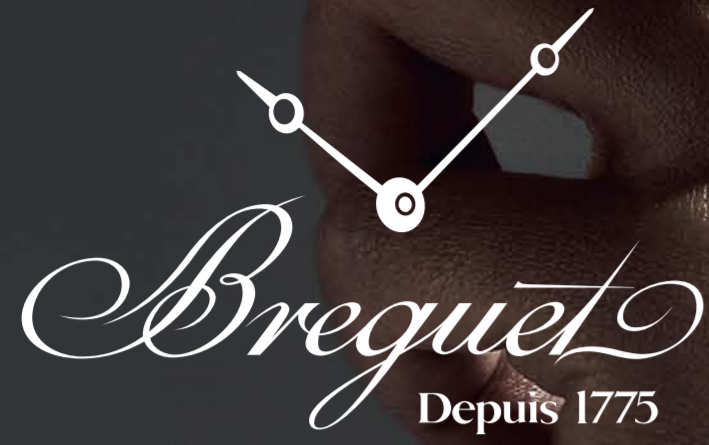
Style 1 조선일보

JULY 2013 vol.95

True love has a colour and a name



Cartier



Breguet
Depuis 1775



Reine de Naples Collection
IN EVERY WOMAN IS A QUEEN

OMEGA



CO-AXIAL EXHIBITION

THE PERFECT MECHANICAL MOVEMENT

2013년 7월 5일(금)~7월 9일(화) 11:00AM~7:00PM
비온드 뮤지엄 서울시 강남구 청담동 49-21
전시문의 오메가코리아 02,3149,8274
전시기간 동안 코-액시얼 무브먼트에 대한 설명이 시간별로 진행됩니다.

The film at www.omegawatches.com/co-axial



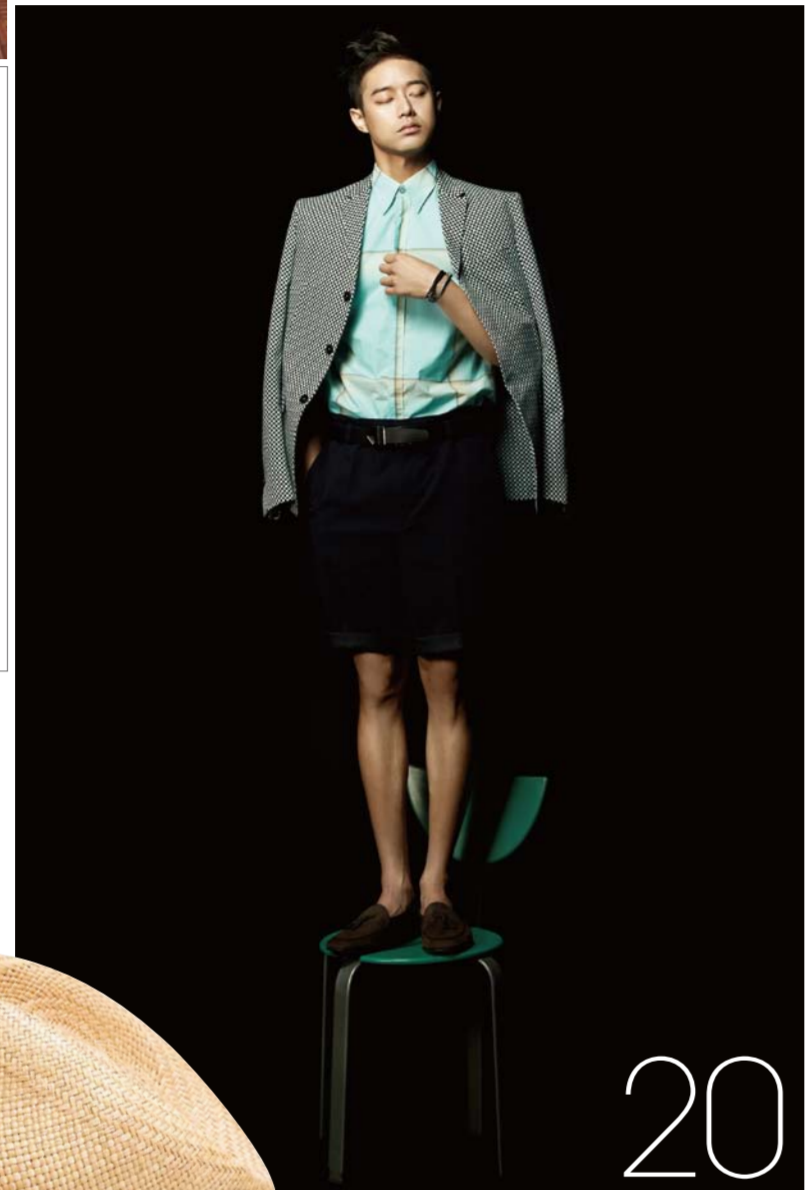

OMEGA
CO-AXIAL CHRONOMETER



36 34



표지에 등장한 이미지는 카르티에가 새롭게 선보인 브라이덜 컬렉션인 데스티네 컬렉션 링이다. 카르티에만의 독창적인 디자인과 현대적이고 최첨단 느낌이 특징이다. 특별한 순간을 기념하기에 완벽한 제롬으로 브랜드의 고급스러운 이미지를 잘 드러낸다. 문의 1566-7277



20



10

- 12 **책의 미래: 디지털과 종이는 어떻게 공존할까** 종이책과 전자책의 공존이 과연 어떤 구도를 형성하며 인류의 지식에 긍정적인 작용을 할지는 다원적 지식 네트워크의 주체인 우리 자신의 차별한 고민과 행동력에 달려 있지 않을까.
- 14 **THE HARDWEAR** 심플함 속에서 담백한 매력을 드러내는 남성 주얼리 컬렉션.
- 16 **ENJOY, SHIRTS!** 지금은 스마트한 스트라이프부터 화려한 플라워, 경쾌한 체크무늬 등 다채로운 컬러와 프린트 셔츠를 즐길 때다.
- 18 **BIG TIME AT BASELWORLD 2013** 수많은 브랜드가 새로운 위치를 들고 바젤월드라는 격전지로 향한다. 해를 거듭할수록 더 정교하고 치열해지는 워치 시장에서 꼭 확인해야 할 브랜드와 새롭게 선보인 워치 컬렉션을 소개한다.
- 20 **MODERN BOY** 8월, 영화 <밤의 여왕>으로 만나게 되는 찬영은 연하남의 대명사였던 '착한' 남자 대신, 자유자재로 표정을 바꿀 수 있는 진짜 남자, 멋진 배우의 얼굴로 돌아왔다.
- 28 **UNDER PROTECTION** 강한 자외선으로부터 피부를 안전하게 지켜주면서 털과 피자에 쉽게 무너지지 않는 워터프루프 화장품.
- 29 **예술, 헌신과 후원으로 꽃피다** 수많은 예술가들이 사랑하는, 섬세하게 완성된 몽블랑의 만년필이 단지 하나의 펜을 넘어서 예술품이 된 이유.
- 30 **SCENTS OF SUMMER** 특 쓰는 시트러스 향과 싱그러운 풀 내음, 상큼 달콤한 프루티 계열의 향기는 짜는 듯한 무더위 속 숨통을 트여줄 오아시스 같은 존재다.
- 31 **THE SECRETS OF YOUTH** 슈퍼 푸드 석류의 놀라운 항산화 성분을 가득 담은 강렬한 레드 컬렉션, 에스티 로더 뉴트리셔스 리피던트 바이탈리티 시리즈를 소개한다.
- 32 **TECHNICAL BEAUTY** 독특하고 개성 있는 애플리케이션을 장착한 혁신적인 디자인의 코스메틱이 대거 출시되고 있다. 이는 보다 더 빠르고 즉각적인 반응을 원하는 소비자들의 니즈에 맞춰 제형의 흡수율을 높이고 효능이 배가되도록 고안된 혁신 기술이다.
- 33 **FACE CONTOURING** 어느 각도에서나 자신 있는 작고 또렷한 얼굴을 원하는가? 그렇다면 15년 컨투어링 연구의 결실이자, 매년 베스트 리프팅 에센스 자리를 놓치지 않는 '클라리스 V 리프팅 에센스'를 기초 케어 단계에 추가해보자.
- 34 **THE JOURNEY TO PITERA** SK-II 페이스 트리트먼트 에센스가 특별한 이유이자 브랜드의 뿌리를 지탱하는 피테라™의 기원을 찾기 위해 일본 고베로 떠났다. **아웃도어 웨어, 럭셔리로 진화하다** 등 산복 브랜드, '아저씨 브랜드'로 인식되던 아웃도어 시장이 끊임없이 변하고 있다. **ITALIAN BRILLIANCE** 모스카노 브랜드 탄생 30주년을 기념하기 위한 아카이브 쇼를 비롯해 2014 여성 프리 컬렉션과 2014 남성 S/S 컬렉션까지, 상하이의 밤을 아름답게 수놓은 그날의 열기를 공개한다.
- 36 **사랑하는 사람과 파리의 뒷골목을 거닐다** 누구나 알고 있는 파리의 관광 명소가 아니라 진정한 파리지엔 로맨스의 정수를 느껴볼 수 있는 두 곳을 소개한다.

Style 조선일보 Issue.95 July 2013

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 yikwon@chosun.com
 이메일 | yejin_lee@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 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 | ING PROCESS
 인쇄 | 타리타피에스 발행처 | 주스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패리는 비즈니스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529



stylechosun.com

매월 첫째 주 수요일에 발행하며 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동, 동부이촌동, 평창동, 성북동, 경기도 성남 분당구, 부산 해운대구, 수영구, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.
 ※ 첫째 주 수요일이 공휴일인 경우 그 전날인 첫째 주 화요일에 배달됩니다.
 ※ 2·3·4·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일에 격주로 두 번 발행됩니다.

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



나이든 주조사의 젊은 손에 숨겨진 피테라의 기적

수십 년 전, 한 양조장에서 누룩을 빚던 나이든 주조사 그의 얼굴은 쪼글쪼글했지만 손은 유독 젊고 부드러웠습니다 바로 주조사가 만지던 효모 속에 그 기적이 숨어 있었죠

피테라. 그 무엇과도 비교할 수 없는 SK-II 피테라 에센스에는 피테라 성분이 90% 이상 담겨 있습니다.

맑고 투명한 피부를 위해, 오직 단 하나, SK-II 피테라 에센스

SK-II FACIAL TREATMENT ESSENCE

Jewel PURE CERAMICS

모던 주얼리 세계에서 가장 강력한 존재감을 드러내는, 세라믹 주얼리 컬렉션.

(가운데 윗부터 시계 방향으로) 화이트 세라믹과 핑크 골드를 세팅한 불가리 비, 제로원 링 1백만원대, 블랙 세라믹 비, 제로원 나크리스 3 백만원대 모두 불가리, 브랜드의 D 로고와 돌보이는 디자인은 백만대 3백만원대, 링 1백만원대 모두 디자이너, 화이트와 블랙 세라믹으로 웨딩밴드를 표현한 아쿠아스틸 링 30만원대 오메가, 크고 작은 링크를 블랙 세라믹과 화이트 골드를 소재로 완성한 이몽텐디 세라믹 브로이슬릿 3천원대, 블랙 세라믹과 다이아몬드를 매치한 새로운 러브 컬렉션 링 7백만원대 모두 가브리엘, 핑크 골드 브로이슬릿 및 정교하게 블랙 세라믹을 매치한 비, 제로원 브로이슬릿 8백만원대 불가리, 에디터 베이비진

Design 이탈리아의 자존심, 콜롬보와 줄리오 카펠라니의 조우

이탈리아 디자인의 강점 중 하나는 패션이든 가구든 영역을 불문하고 오랜 전통의 우수한 DNA를 유지하면서도 부단히 창의적 혁신을 꾀하며 극도로 세련된 결과물을 선보인다는 데 있을 것이다. 악어와 같은 최상의 특수 가죽을 선택한 수공예 장인 정신이 깃든 탄탄한 내공으로 다루는 럭셔리 브랜드 콜롬보 비아 델라 스파기와 예리한 심미인으로 재스퍼 모리스를 비롯한 당대 최고의 디자이너들을 발굴해온 걸출한 이트 디렉터 줄리오 카펠라니의 만남이 지못 흥미롭다. 콜롬보는 지난 5월 30일 말끔히 재단장한 서울 도산공원 플래그십 스토어의 가든 파티에서 진취적인 칼라베리엔 프로젝트를 이끌 주인공인 줄리오 카펠라니를 소개했다. 카펠라니의 진두지휘로 일본의 네도를 위시해 스타 디자이너들이 콜롬보의 전통에 참신한 감각을 접목한 디자인을 매년 내년 상반기 컬렉션으로 선보일 예정이라고. 뛰어난 디자이너이지만 주로 가구 분야에서 활약해온 이들을 동원하는 시도는 새로운 모험이 아니라 늘 질문에 그는 이렇게 답했다. "현대적 지체는 새로운 분야이지만 콜롬보와 같이 완성도 높은 이탈리아 전통 강호와의 작업이라 끝났습니다. 색깔이 저마다 다른 디자이너들을 잘 이끌어 콜롬보의 장수를 간직하면서도 새로움이 돋보이는 디자인을 내놓는 게 제 역할이지요." 이 중에는 가구와 인테리어를 전문으로 해왔지만 최근 명품 패션 브랜드와의 협업을 경험한 슈퍼스타급 디자이너도 포함돼 있다. 여전히 브랜드의 상징인 악어를 모티브로 하지만 다채로운 방식으로 '젊은 감각을 불어넣었다는 그의 포부와 열정이 이끌어낸 결과물이 궁금해진다. 에디터 고성연



콜롬보의 서울 플래그십 스토어를 방문한 줄리오 카펠라니.



Fashion SUMMER FLATS

발걸음이 가벼워지는 바캉스 시즌이다. 맥시 드레스와 수영복에 플랫 샌들을 매치해 감각 있는 서머 룩을 완성해볼 것. 발끝에 포인트 장식이나 패턴을 더한 샌들이라면 더욱 멋스럽다. 선 드레스에 멋지게 매치할 수 있는 플랫 샌들을 소개한다.

(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) 청량한 컬러의 타카시와 움직일 때마다 칠링하는 메탈 태슬 장식이 매력적인 소가죽 샌들 1백97천원 자미유, 여성스러운 진주 T 스트랩과 앙증맞은 리본 장식이 돋보이는 블랙 샌들 1백12천원 르네 카오빌라 by 라콜레시옹, 광택 스티드 장식과 사랑스러운 핑크 컬러가 조화를 이룬 워트 있는 스타일링 완성한 플랫 샌들 96천원 발렌타노, 매력적인 양구족 코인 장식이 예스러운 맛을 드러내는 카키 브라운 컬러의 플랫 샌들 1백20만원대 루이비통, 화이트 크리스탈과 골드 체인 장식을 세련해 화려함을 강조한 블랙 주얼 샌들 2백82천원 디에고 볼라니 by 블랙, 이름다운 나비를 연상케 하는 디자인과 크리스탈 스톤 장식이 화려하고 여성스러운 블루 샌들 1백38천원 파치오티, 에디터 권유진

INSIGHT

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



Focus 여성의 내밀한 판타지를 영감 충전한 출시위로 승화하다

이 정도면 기하 판타지스타의 영민하고 매력적인 변신마녀 '아트'를 표방하는 광고의 성공적인 각인이라고 할 수밖에 없었다. 독일의 프리미엄 주방 브랜드 휘슬러 코리아가 최근 톱스타 전지현을 기용해 아쉽게도 선보인 2013년 광고 캠페인 Fissler in Fantasy III, 전지현이 실세 없이 퍼붓는 폭우 속에서 당대 최고의 현대우용가 파나바 우유를 연상케 하는 출시위를 펼친 이 광고는 효과적인 스토리텔링의 장수를 보여주는 화제작이다. "소비자의 마음을 여는 3개의 열쇠는 '신비감, 감각, 친밀감'이며 이를 위한 시각, 청각, 동적 요소들을 아우라지게 하는 게 중요하다고 했던 한 광고업계 구루의 발언이 절로 생각난다. 칠촉 같은 무대 공간에 서로 주름이 강렬하게 잡힌 긴 검은색 차마를 입고 정열적으로 춤추는 수중 파피만스, 여기에 BGM으로 흐르는 '르 보야 제 솔리테르(Le Voyager Solitaire, 외로운 방랑자)'의 인상적인 음악성, 허전한 가장 빛난 건 역시 배우 전지현이 치열한 삶의 여정에서 드러낸 내밀한 열정의 고백과도 같은 투혼의 몸짓일 터다. 시늬시나스 콘타가 전혀 없이 '영감을 위한 파나바 우유의 동영상과 미아에 준의 음악편을 건너본은 채 3주간 준비했다는 이 작업에서 전지현은 내면의 에너지를 찾아가는 여성의 판타지라는 역할에 온전히 자신을 투영하는 '심리적 물일(flow)'을 맞본 듯했다. 찬물 세례를 받으며 활영하다 탈진까지 한 그는 스태프의 7립 박수를 받았다는 후문이다. '열거적인 그녀'에서 벗어나 팔색조 변신을 거듭하고 있는 배우로서 많은 광고를 섭렵하는 가운데서도 그동안 전혀 소비되지 않은 이미지를 고집해왔다는 점이 돋보인다. 또 2007년부터 강영호 작가와 손잡고 '여성의 삶과 영감'이라는 주제로 이트 필름 수준의 광고물을 시리즈로 제작해온 휘슬러 코리아의 색다른 행보와 주부 전지현을 선택한 인목도 주목할 만하다. 광고 동영상은 홈페이지에서 확인할 수 있다. www.fissler.co.kr 에디터 고성연

Exhibition 전통의 시계 브랜드 오메가, <코-엑시얼>展

기계식 시계의 핵심인 무브먼트에 대한 이해도를 높여줄 수 있는 기회의 장이 펼쳐진다. 기계식 시계 무브먼트의 산업화를 일궈낸 명품 시계 브랜드 오메가가 '코-엑시얼 무브먼트'를 주제로 7월 5일에서 9일까지 서울 강남구 청담동 비온드 뮤지엄에서 개최하는 전시회다. 복잡하고 어렵다고 알려졌지만 관심이 급증하고 있는 기계식 시계의 무브먼트에 대해 소신껏 알 수 있는 행사다. 특히 오메가의 '코-엑시얼 무브먼트'는 1970년대에 영국 출신의 시계 장인이자 발명가인 조지 데이비스가 스위스 탈진기의 최대 악점으로 꼽혔던 '기름 응고'라는 문제점을 보완해 새롭게 내놓은 혁신적인 탈진기의 무브먼트로 꼽힌다. 미질을 최소화하고 효율성을 증대시킨으로써 시간 측정 능력을 향상시킨 이 기술은 기계식 시계 무브먼트를 산업화한 중요한 업적으로 일컬어진다. 오메가는 영화처럼 편집된 동영상과 다양한 불가리움, 확용해 되도록 쉽게 무브먼트에 대한 설명을 풀어낼 예정이며, 코-엑시얼 무브먼트가 탑재된 2013년도 신제품도 선보일 예정이다. 또 오메가의 워치메이커가 현장에서 손수 기계식 시계를 착용하고 관람하는 고객의 시계 자성을 없애주는 서비스도 진행할 계획이다. 문의 02-3149-9573 에디터 고성연



Tel. 02-5115-5200



Dior

'SECRET GARDEN 2 - VERSAILLES'
THE FILM AT DIOR.COM



이국적인 프린트가 눈길을 끄는 솔리브리스 원피스 3백13만원 플세연가바나.

플라워 프린트의 바키니 가격 미정구찌.

스팽글과 화려한 주얼 장식이 돋보이는 클러치 1백22만원 마위 by 비이피.

추상적인 플라워 프린트가 여성스러움도 노그림 베르니 이자 토트백 3백39만원 루이 비룡.

비치웨어를 더욱 돋보이게 해줄 절묘한 장식의 브레이슬릿 1백만원대 에텔스 비윈 by 주느세라.

신뜻한 인트 컬러의 파이톤 여성 드라이빙 슈즈 1백16만원 토즈.

Selection

에메랄드빛 바다와 끝없이 펼쳐진 모래사장이 우릴 기다리고 있다. 서머 드레스와 샌들, 선박 위에서 즐길 샴페인까지. 지상낙원으로 인도해줄 남녀 바캉스 아이템. *photographed by kim do hyun*



화이트 골드 다이얼과 악어 가죽 스트랩이 럭셔리한 광부용 트윈 크로노 워치 가격 미정 루이 비룡.



성세한 디테일과 예스누한 프린트가 멋스러운 웨지힐 93만원 크리스찬 루부탱.



깃털 장식으로 포인트를 준 라피아 모자 가격 미정 분다삼현.



머린 룩을 연상케 하는 스트라이프 패턴 보틀의 서머 에디션 샴페인과 컵 각 3만원, 가격 미정 샴통.



나무로 만든 내추얼한 무드의 헤드폰 27만9천원 말리 by 10 포르소 코모.



플라워모티브의 가죽 키링 가격 미정 프라다.

AEPRINISTE 유행형 에디트 귀양진



위트 넘치는 일러스트를 다한 비세토스 백백 80만원대 크랙 앤 갈 by MCM.



건조한 가죽으로 제작한 그린 컬러 남성용 통 샌들 49만8천원 말프 로렌 블랙 라벨.

- 플세연가바나 02-3444-0077
- 구찌 1577-1921
- 주느세라 02-515-3151
- 비이피 02-543-1270
- 토즈 02-3438-6008
- 루이 비룡 02-3432-1854
- 10 포르소 코모 02-3018-1010
- 프라다 02-3218-5331
- 샴통 02-2188-5100
- 크리스찬 루부탱 02-6905-3795
- 분다삼현 02-3444-3300
- MCM 02-2194-6700
- 말프 로렌 블랙 라벨 02-545-8200
- 키론 02-6905-3787
- 폴 스키스 02-3447-0278



신뜻하고 신뜻한 옐로 컬러의 코튼 벨트 60만원 카본.



이국적인 식물 패턴이 인상적인 남성 반바지 29만원 폴 스키스



Fissler in Fantasy





책의 미래: 디지털과 종이는 어떻게 공존할까

남미의 대문호 호르헤 루이스 보르헤스는 시력을 거의 잃은 상태에서도 책 읽기를 멈추지 않으며 자신만의 글쓰기의 미학을 창출한 인물로 유명하다. 그리고 눈이 불편한 보르헤스에게 4년간 책을 읽어주었다는 알베르토 망구엘 역시 걸출한 작가가 됐다. 책 읽기를 숨 쉬는 행위에 비유하는 열혈 독서가 망구엘의 지지자들이 여전히 많지만, 이제는 e북이라는 새로운 패러다임을 무시할 수 없는 시대가 도래했다. 오랫동안 지식의 전령 역할을 해온 종이책은 e테크의 홍수 속에 쉽사리 덧없는 유물이 되진 않았지만 21세기에는 지식의 시각화에 새 체제가 자리 잡을 것임은 명백해 보인다. 종이책과 전자책의 공존이 과연 어떤 구도를 형성하며 인류의 지성에 긍정적으로 작용할지는 다원적 지식 네트워크의 주체인 우리 자신의 치열한 고민과 행동력에 달려 있지 않을까.

“책은 죽어 있는 것이 아니다. 책은 그것을 만든 인간들 못지않게 생명의 기운이 살아 움직이고 있다. 아니, 책은 자신을 낳은 살아 있는 지성의 가장 순수한 지력과 정수를 호리병 속에 온전히 보존하고 있다.” - 존 밀턴

오늘날에는 흔히들 흔히 그다지 소중한 대상으로 여겨지지 않지만, 지식의 그릇이자 산파 역할을 해온 책은 수백 년 전만 하더라도 아무에게나 허락되지 않는 사치품의 일종이었다. 고리시대인 1377년 금속활자로 <직지심체요절>을 인쇄했고, 1450년 독일의 구텐베르크가 문서를 대량 복제할 수 있는 금속활자 시대의 문을 열었다지만 인쇄 태동기의 책은 귀하고 비쌌다. 서양에서 인쇄 기술이 본격적으로 발달하기 전인 초창기 시절을 일컫는 '인큐니블스 시대'에는 책을 소유하는 것이 사회적 지위를 나타냈을 정도라니, 그 희소성을 알 만하다. 구텐베르크 본인은 조립식 활자를 기반으로 하는 인쇄를 개발에 투자하다 파산했지만, 후대의 독일인 사업가인 폰 코베르거는 15세기 후반 인쇄와 판매를 분리하고 대량 체제를 가능하게 하는 기업화에 성공하면서 자신의 고향 뉘른베르크를 출판의 중심지로 부상시켰다. 코베르거가 현대적 의미에서 진정한 출판업의 선구자로 불리는 이유다. 이렇게 책의 대중화가 물꼬를 트면서 17세기부터는 다양한 인쇄 활자가 소개됐고, 점차 오늘날과 같은 책의 형식이 자리를 잡았다. 18세기에 판형이 작은 책들이 등장해 휴대성을 높였으며 세상의 모든 지식을 담고자 한 프랑스 지식인 디드로의 집념 어린 열정으로 백과사전이 탄생했다. 하지만 근대적인 책의 탄생과 독서의 발전을 다룬 저서인 <책과 독서의 문화사>를 보면 15~18세기 인쇄소는 '실수의 집(House of Errors)'이라고 불릴 만큼 불안정했다고 한다. 활자의 전문화, 대공화는 19세기와 20세기에 걸친 눈부신 인쇄술의 발달에 힘입은 것이다. 도서관 설립 열풍과 가볍고 저렴한 '페이퍼백' 책은 책의 대량생산을 한층 가열시켰다. 사치품은 커녕 발에 치일 정도로 흔한 소비품이 된 것이다. 21세기에 접어들어 개인이 PC와 레이저 프린터로 책을 만들 수 있는 디지털 시대에 획시대적(劃時代)인 변화가 감지되고 있다. 종이에 인쇄된 책이 아니라 스마트 단말기와 전자 잉크를 사용한 e북의 존재감이 수면 위로 떠오른 것이다. 꽤나 심상찮게 말이다.

전자책의 부상은 금속활자 시대 이래 최대의 변화일까?

세계 최대 인터넷 서점 아마존의 CEO 제프 베조스는 “책은 죽지 않는다. 다만 디지털로 갈 뿐이다”라고 했다. 전자책 전용 단말기 킨들(Kindle)로 인기몰이를 해온 아마존의 CEO다운 발언이긴 하지만, 확실히 e북의 위세는 갈수록 강해지고 있는 게 사실이다. 전자책 시장 규모는 세계 전체 출판업계를 놓고 보면 아직은 5%대(2011년 기준)로 크지는 않지만, 성장 세만쯤은 두 자릿수로 상당히 가파르다. 전문가들은 세계 전자책 시장 규모가 오는 2016년께 20% 가까이 치솟을 것으로 내다보고 있다. 이 분야에서 가장 앞선 미국의 경우엔 이미 전자책 시장 규모가 출판 산업 총 매출액의 14%를 넘어선 것으로 집계되고 있다. 이러한 추세대로라면 미래의 어느 시점에는 굳이 e라는 철자가 필요 없이 책은 e북이고, 종이에 인쇄된 책은 환경친화 수공예품처럼 여겨지는 날이 오지 않겠느냐는 예측도 허무맹랑한 소리는 아

닐 성났다. 나무 낭비를 막자는 환경론까지 들먹이며 전자책을 지지하는 강경론자가 아니라도, 당장 주변을 둘러보면 책을 돌 물리적인 공간이 태부족한 경우가 허다하지 않은가. 상황이 이렇다 보니 미래의 황금 시장을 겨냥한 경쟁이 치열한 것은 당연지사. 우선 스마트폰을 차지한 단말기 시장을 보면 현재 각각 아이폰과 안드로이드를 내세운 애플과 아마존의 2강 체제인데, 여기에 전통의 오프라인 서점 giant인 반스앤노블이 궁여지책으로 들고 나왔다가 수세에 몰리자 최근 마이크로소프트(MS)의 인수 대상이 된 누크(Nook), 삼성전자의 '갤럭시탭' 등 각종 e북 리더기와 태블릿 PC가 속속 가세하면서 불꽃 튀기는 전쟁이 벌어지고 있다. 현재로서는 아마존닷컴(amazon.com)과 아이북스 스토어(iBooks Store)라는 탄탄한 콘텐츠 플랫폼까지 갖춘 아마존과 애플이 아무래도 유리한 고지를 점할 수밖에 없다. 하지만 예측불허의 디지털 세상에서 누가 진정한 승자가 될지는 아무도 모른다. 저마다 패권을 장악하기 위해, 혹은 사양되지 않기 위해 '토대 만들기'에 사활을 걸 뿐이다. '검색의 제왕' 구글은 전 세계를 대상으로 디지털 도서관 프로젝트를 추진 중이며 지난해 한국에도 책, 음악, 동영상 등을 아우르는 '플레이 북스(Play Books)' 서비스를 개시했다. 영국 피어슨 그룹과 독일 베텔만 그룹의 랜덤하우스는 합병을 단행해 거대한 '공룡 출판사'를 탄생시켰다. 전자책 시장의 주도권 쟁탈을 의식한 행보가 아닐 수 없다.

필프와 잉크의 매혹, 종이의 시간을 지키는 사람들

물론 이러한 대대적인 변화의 흐름이 '종이책의 사망'을 의미하는 것은 아니다. 종이책의 존속 여부를 둘러싼 논쟁은 줄곧 있어왔지만, 현 시점에서 종이 옹호론자가 아니라도 함부로 페이퍼의 소멸을 예단하기는 힘든 것이다. 물론 파피루스 두루마리와 양피지 코덱스는 역사에서 지취를 감했다. 하지만 종이에서 디지털로 가는 건 차원이 좀 다른 얘기다. 인간이 육체와 영혼을 소유한 것처럼 종이책에는 '물질성(materiality)'과 '텍스트성(textuality)'이 있기에 손에 잡히지 않는 디지털에 의해 쉽게 대체 가능한 존재가 아니라는 주장이다. 와인처럼 숙성해가는 귀중한 종이 내음, 비릿한 잉크 향, 책장을 넘길 때 손끝을 스치는 기분 좋은 감촉... 이러한 요소들은 최근 미학의 정수가 담긴 책 전시회로 화자가 된 독일 출판업자 슈타이들로 하여금 그토록 종이책을 열렬히 지지하게 하는 매혹의 순간이기도 하다. 현재 대림미술관에서 열리고 있는 <How to Make a Book with Steidl: 슈타이들>전의 주인공인 그는 경쟁한 아티스트들과 문인들이 함께 작업을 하려고 출저어 있다는 '아트 북의 달인'이다. 슈타이들이 지키고 있는 종이의 시간, '소유하고 싶은 책을 위한 디자인'... 얼마 전 슈타이들이 참석한 한 심포지엄의 발표자들이 내건 표제들을 보면 슬프게도 종이의 위상이 저무는 현실이 역설적으로 느껴진다. 슈타이들 역시 대체를 부정하지는 않는다. 다만 디지털이 득세해도 종이책 문화의 위대한 유산을 후대에도 남기고 싶다는 바람으로 묵묵히 작업할 뿐이다. 기록의 역사에 거둬 획을 그어온 독일 혁신가들의 후예답게 장인의 내공을 쏟아 책을 예술로 승화시키는 슈타이들, '북 프로듀서'라는 명칭으로 독특한 디자인이 담긴 책을 만드는 이나비(스튜디오 바프 대표) 같은 인물이야말로 어쩌면 종이책의 기능성과 생존 방식을 영보게 하는 인물들이 아닐까 싶다. “제 방식의 책 출판은 현실에는 존재하지 않는 이상향일

윌리엄스 랜턴

지도 모릅니다. 제약 없이 최고의 인쇄 재료를 동원해 빛어내는 예술 작업이니까요. 와인처럼 숙성하는 좋은 책을 사는 건 작은 사치일 수도 있지만 그래도 큰돈이 필요하진 않지요.” 슈타이들의 말이 시사하듯 '이 책은 종이로 소장하고 싶다는 부가가치를 품은 명저가 순수 예술 작품이나' 의미 있는 럭셔리처럼 여겨지는 날이 올지도 모르겠다.

전자책은 종이책의 적이 아니다?

슈타이들 같은 종이책 수호자가 e북의 반대론자가 아니듯, 현재의 구도를 종이와 디지털의 대결로 볼 필요가 없다는 시각이 생기고 있다. <책의 미래>를 집필한 하버드대 도서관장 로버트 단튼이 주장하듯 값진 종이 유산을 제대로 보존하고 디지털 프로젝트를 전개하는 구글과 같은 거대 기업이 정보를 독점하는 부작용을 견제하는 장치를 마련한다면, e북은 무공무전한 지식을 더 평등하게 전파하는 혁명적인 도구가 될 수도 있기 때문이다. 그는 과거 미국 대학교들이 마이크로 필름을 도입하면서 많은 문서를 과감히 없앴다가 필름이 훼손되어 자료를 잃게 된 '책의 대화살'을 상기시키며 종이책의 무조건적인 폐기를 반대했지만, 이와 동시에 자그마한 단말기에 수백, 수천 권을 담아 다닐 수 있는 전자책의 탁월한 편리성에도 기대를 내비쳤다. 심지어 곤경에 처한 출판업계의 수익을 되살리는 활로가 될 수도 있다는 것이다. 전자책이 그의 주장처럼 종이책을 지원하는 보완재로 자리매김할지, 종이책을 압도적으로 대체할지는 알 수 없지만, 앞으로 책의 미래가 어떤 식으로 펼쳐질지에 대한 해답은 결국 정보의 통로가 다채로워진 다원적 지식 경제의 주체인 우리가 쥐고 있다. 사실 우리가 진정으로 고민할 문제는 '책다운 책을 읽는 안구가 줄고 있다는 점'이다. 인터넷 세상이 온갖 미디어가 판을 치면서 쉽게 얻을 수 있는 잡다한 정보를 습득하면서 지적 활동을 하고 있다고 착각하는 이들이 많아진 것이다. 핵심은 종이나, 디지털이나 여부가 아니라 깊고 풍부한 지적 사유를 가능케 하는 '제대로 된 책을 읽는 것이다. 이러한 맥락에서 볼 때 전자책은 오히려 독서 문화의 승동을 트이게 하는 기폭제가 될 수도 있다. 실제로 한 시장조사업체가 발표한 자료에 따르면 전자책을 읽는 이들의 평균 독서량이 더 많은 것으로 드러났다. 미국 성인을 대상으로 한 이 조사에서는 전자책을 읽은 적이 있는 이들의 평균 독서량은 연간 24권으로 종이책만 접한 독자의 독서량(15권)에 비해 일등한 것으로 나타났다. 또 전자책 독자의 88%는 종이책도 읽었다고 답했다고. 종이에 대한 애착으로 디지털에 저항하다 굴복했던, e세상을 적극 수용해온 얼리 어답타이든 전자책에 관심을 보였다면 근본적으로 책 자체를 좋아하는 기호나 잠재력이 강하다고 볼 수 있었다.

걸음마 수준인 국내 전자책 시장이 '울썩한 행보'들

물론 현재 전자책의 인기는 로맨스·장르 소설에 편중된 경향이 있는 건 사실이다. 예컨대 서점에서 집어 들거나 카페에서 표지를 드러낸 채 읽기 꺼려진다든 <그레이의 50가지 그림자>와 같은 성인 소설류가 e북 베스트셀러 순위에서 압도적인 위치를 점한 사례를 들 수 있겠다. 하지만 색다른 변화도 감지되고 있다. 전자책 분야에 공을 들이고 있는 출판사 '열린책들'이 회사의 '세계문학' 앱이 올 초 국내 도서로는 처음으로 게임 콘텐츠도 밀어내고 애플

'앱스토어'의 매출 1위에 올라 업계에서 꽤나 화자된 화두가 됐던 것이다. 책장에는 도저히 여유가 없지만 양질의 '고전문학'을 전집으로 소장하고 싶은 욕구를 간파한 기습적인 성공작이라 할 수 있다. 이는 또 가볍게 읽는 소위 '직렬' 소설이 아닌 다른 장르에 대한 수요도 분명히 도사리고 있음을 말해주는 증거이기도 하다. 최근 전용 단말기 '샘(Sam)'에 전자책을 담아 일정 기간 빌려주는 회원제 '렌탈 서비스'에 열을 올리고 있는 교보문고는 열린책들과 손잡고 전집 판매에 나섰다. 단말기와 1백50권의 세계 문학 전집을 엮은 가격이 24만9천원. 하지만 국내 전자책 시장은 아직도 걸음마 수준인 게 사실이다. 꾸준히 성장하고 있던 하지만 그 규모는 아직 전체 시장의 1~2%대로 그야말로 빙산의 일각에 해당하는 수준이다. 미국이나 유럽과 달리 출판사들이 종이책 매출에 전전긍긍하면서 신간을 내는 동시에 전자책으로 파타기를 걸리는 데다 풍부한 콘텐츠를 보유한 압도적인 플랫폼도 존재하지 않기 때문이다. 결국 국내 상황은 전자책 시장도 쑥쑥 크질 않고, 종이책 시장도 회복되지 않는 사면초가에 처해 있다. YES24의 '크레마' 단말기처럼 그냥 책을 구매해 담은 게 아니라 대여도 해주는 교보문고의 시도에 대해서도 아마존의 회원제 서비스와 비슷한 형식이지만 국내 시장에서는 '정가제를 파괴한다, 시장을 교란한다'는 논리로 비난하는 목소리도 있다.

이름다운 공존의 미학은 치열한 고민에서 형성될 것

논란이야 어쨌든 독자 입장에서, 업계 입장에서 전자책 시장은 분명히 매력적이다. 현재로서는 e북 환경을 둘러싼 선결 과제가 산적해 있지만, 종이책 감성을 스마트 기기에 담아내는 기술이 날이 갈수록 발전하고, 스크린을 구부릴 수 있는 '플렉서블 디스플레이' 기술이 일취월장하면 전자책은 분명 한층 더 파괴적인 도구가 될 수밖에 없다. 게다가 전자책은 1인 출판으로 더욱 풍부한 저자 네트워크를 생성시키고 보다 더 가동력과 시의성을 갖춘 출판 기능을 할 수 있다. <잡스처럼 키노트하라>는 저서를 계기로 우연히 e북의 세계에 본격적으로 뛰어들게 된 최용식 아이비주얼 대표는 “국내 전자책 시장은 공공 도서관이나 대학 등 B2B 시장이 주류일 정도로 작은 규모라 주로 미국 시장에 책을 내고 있다”면서 “아직 초기 단계인 전자책 시장은 플랫폼과 콘텐츠 싸움이 워낙 치열해 누가 승자가 될지는 알 수 없지만 확실한 건 '킬러 콘텐츠'를 보유한 사람은 살아남는다는 것”이라고 강조했다. 직관적으로 멀티미디어 기반의 전자책을 만들 수 있도록 해주는 저자 툴인 애플의 iBooks Author'를 활용하는 법을 다룬 그의 e북은 미국 시장에서 호응을 얻어, 지난 6월 열린 애플의 세계개발자대회(WWDC)에서 우수 사례로 소개되기도 했다고. 다원화된 디지털 지식 공간의 탐구니에서 패권을 잃어가고 있는 종이책이 '명품'으로 살아남는 법을 모색하는 것과 비슷한 맥락에서, 전자책은 e북만이 지니는 확실한 부가가치를 제공할 수 있어야 한다는 점을 명심해야 할 것 같다. 그리고 그 중대한 '차별화 포인트'는 전자책과 종이책에 매기는 가격에 큰 차이가 없는 아마존의 사례에서 볼 수 있듯이 반드시 '저렴한 가격대만은 아니라는 점'이다. 문자와 사진, 삽화뿐만 아니라 지식의 전달에 효과적인 동영상, 그리고 독자와 쌍방향으로 소통하는 '열린 기사판'과 같은 '멀티미디어' 콘텐츠를 넣을 수 있는 매체인 e북의 강점을 보면 슈타이들의 팬이자 종이책 애호가인 필자가 보기에도 참으로 역동적이지 않나. **SI** 에디터 고성연

(왼쪽 위 네크리스부터 시계 방향으로) 섬세하게 완성한 스쿼어 링크 체인 네크리스, 오리지 화이트 골드 소재만 사용해 정교하게 완성했다. 1천만원대 **타파니**, 브레이슬릿의 가장자리를 따라 섬세하게 비즈 장식을 한 우아한 디자인의 **베를리 브레이슬릿**, 화이트 골드에 브랜트 이름을 우아한 사재로 새겨 넣었다. 8백만원대 **반들리프 아펠**, 불가리의 대표 아이콘인 비.제르윈 칼렉션에서 새롭게 선보인 마블 칼렉션. 패턴이 독특한 다양한 종류의 마블을 핑크 골드에 매치했다. 각 1백만원대 **불가리**, 남성 액세서인의 꽃이라 할 수 있는 컵스 링크, 화이트 골드에 로마자를 오픈 워크 기법으로 새워진 이블라스 오픈 컵스 링크 3백만원대 **타파니**, 마치 물과 같은 모티프에 남양 흑진주를 새워진 와이드한 매력을 담은 롱 네크리스 4백40만원대 **미하라 아스히로 by 타사키**, 블랙과 화이트의 조화가 강렬한 트리나티 블랙&화이트 링, 블랙 세라믹 소재를 새워진 케도인체 모던한 사드 세팅된 링 완성했다. 1백30만원대 **카르띠에**, 강렬한 체인 모티프의 도발적인 화이트 골드 소재 포제션 칼렉션 링, 링 안의 링이라는 포제션의 콘셉트를 그대로 유지하며 포제션 탄생 20주년을 기념해 선보인 모델이다. 5백40만원대 **피아제**, 옐로 골드 소재의 자스트 앵글 풀루 링, 대담함과 자유로운 감성을 느낄 수 있다. 2백70만원대 **카르띠에**, 자유롭게 움직이며 회전하는 독특한 콘셉트의 포제션 밴드 링, 밴드 위에 행운을 상징하는 숫자 7을 의미하는 다이아몬드 7개를 새웠다. 웨딩 링과 컵스 링크로 각각 완성한 디자인이다. 3백30만원대 **피아제**, 독수리의 발톱으로 흑진주를 품고 있는 듯한 화이트 골드 네크리스 5백10만원대 **미하라 아스히로 by 타사키**, 하나의 뜻을 완벽한 주얼리로 재해석한 카르띠에의 새로운 아이콘 자스트 앵글 풀루 브레이슬릿, 화이트 골드 소재로 단순하고 강렬한 디자인을 완성한 남성에게 추천한다. 8백60만원대 **카르띠에**, 전용 드라이버가 있어야만 착용할 수 있는 러브 브레이슬릿, 심플한 모티프가 남성에게도 잘 어울린다. 7백80만원대 **카르띠에**, 에디터 **베미진**

카르띠에 1566-7277 타파니 02-547-9488 반들리프 아펠 02-3440-5660 불가리 02-2056-0172 타사키 02-3461-5558 피아제 02-3440-5656

the Hardware

남성을 위한 주얼리는 단순하지만, 여성들의 주얼리보다 훨씬 강인하고 유니크하다. 심플함 속에서 담백한 매력을 드러내는 남성 주얼리 컬렉션. *photographed by yum jung hoon*



꿈꾸던 휴가, 그 이상의 행복 **Club Med**
프리미엄 올-인클루시브 리조트

이번 여름에는 꼭... 떠나자, 꿈꾸던 휴가!

여름휴가 BONUS

성인 129만원대 부터
에어패키지 (공항세, 유류할증료 포함 가격)

발리, 푸켓, 빈탄 아일랜드, 말레이시아 체러팅 비치, 오키나와 카비라 비치, 몰디브 카니, 중국 게임

본 프로모션에 대한 자세한 사항은 클럽메드 예약과 및 홈페이지를 통해 확인 가능합니다.

02-3452-0123

www.clubmed.co.kr

enjoy, Shirts!

스타일을 아는 멋진 남자는 계절에 맞는 셔츠를 선택할 줄 아는 안목이 있다. 지금은 스마트한 스트라이프부터 화사한 플라워, 경쾌한 체크무늬 등 다채로운 컬러와 프린트 셔츠를 즐길 때다. *photographed by yum jung hoon*



(왼쪽부터 차례대로) 날렵한 핑크로 스케치한 듯 회화적인 터치가 느껴지는 핑크빛 셔츠 35만원 **휴고 보스**, 블루와 그린 컬러를 믹스한 체크 셔츠는 절고 감각적인 스타일을 완성해준다. 진한 인디고 데님을 매치하면 룩에 생동감을 더할 수 있다. 58만원 **툼 브라운 by 10 코르소 코모**, 단정한 인상을 남기고 싶다면 차분한 베이지 컬러의 스트라이프 패턴을 선택하자. 통풍이 잘되는 라벤 셔츠는 92만5천원 **에르메네제일도 제나**, 스마트하면서 세련된 느낌을 주는 기하학적 프린트 셔츠 82만원 **프라다**, 상쾌한 블루 컬러 격자 패턴 셔츠 78만원 **브리오니**, 보랏빛 꽃을 수놓은 화사한 느낌의 핑크 셔츠, 소매에 다른 패턴을 넣어 걸어 입었을 때 더욱 멋스럽다. 37만원 **폴 스미스**, 선명한 레드 컬러 스트라이프 셔츠 61만8천원 **말프 로렌 퍼플 리벨**, 플레인 화이트 팬츠와 함께 시원한 서머 룩을 완성해볼 것. 에디터 **이예진**

프라다 02-3218-5331 휴고 보스 02-515-4088 에르메네제일도 제나 02-511-0285 10 코르소 코모 02-3018-1010 폴 스미스 02-3447-0278 말프 로렌 퍼플 리벨 02-545-8200 브리오니 02-6905-3760

스타일링: 김민정, 사진: yum jung hoon



inpres X C's

핀을 향해 하늘 높이 날아가는 아름다운 샷!
나도 모르게 우월감이 느껴집니다.

야마하의 "사이언스 테크놀로지"는 세계 항상 놀라움의 대상입니다.

big time at Baselworld 2013

수많은 브랜드가 새로운 위치를 들고 바젤월드라는 격전지로 향한다. 10일이 채 되지 않는 짧은 기간 동안 브랜드의 팔과 노력이 가치를 인정받기도 하고, 다음 해를 기약하기도 한다. 해를 거듭할수록 더 정교하고 치열해지는 위치 시장에서 꼭 확인해야 할 브랜드와 새롭게 선보인 위치 컬렉션을 소개한다.

위블로 빅뱅 페라리 레드 매직 카본 세라믹 킹 골드 카본

러셔리 스포츠 시계의 대명사인 위블로와 전설의 스포츠카 페라리의 환상적인 콜라보레이션의 성공을 기념하며 위블로는 바젤월드에서 새로운 모델을 추가로 선보였다. 위블로의 상징인 빅뱅 45mm 케이스 모델로 선보이는 세 가지 버전의 새로운 모델은 '빅뱅 페라리 레드 매직 카본', '빅뱅 페라리 세라믹', '빅뱅 킹 골드 카본'이다. 케이스와 무브먼트 모두 위블로 매뉴팩처에서 디자인·개발·생산한 모델로 통합 매뉴팩처의 완성도를 보여주는 상징적인 모델이다. 독특한 탄소섬유(Carbon Fibre) 케이스는 탄소섬유 판 여러 개를 한꺼번에 겹쳐놓고 주판에 누른 후 중합 오븐 안에 넣어 완성하는 멀티 레이어 기법을 적용했다. 기포가 발생하지 않고 내구성이 강해지는 것은 물론 소재 또한 균일하게 유지할 수 있다.

위블로 클래식 퓨전 오프 조이이에 투르비옹 스키텔론

1천1백85파스의 바게트 다이아몬드, 4천1백 시간의 커링 타임과 5백 시간에 걸친 신뢰성·품질 테스트, 4개월의 보석 세팅 기간, 64명의 분야별 장인이 11가지 엄격한 규율을 철저히 준수하면서 창조한 것이 바로 2013년 바젤 페어에서 위블로가 선보인, 극도로 화려한 컬렉션이다. 위블로 매뉴팩처 워크숍에서 개발한 스키텔론 투르비옹 무브먼트를 오픈 워크 기법으로 내부를 들여다볼 수 있게 만든 케이스에 담아 세심한 아름다움을 표현했다. 1백20시간 파워 리저브가 가능한 동력까지 갖춘 이 모델은 단 8피스만 한정 생산한다.



1 빅뱅 페라리 킹 골드 카본.
2 빅뱅 페라리 레드 매직 카본.
3 클래식 퓨전 오프 조이이에 투르비옹 스키텔론.



롤렉스 오이스터 퍼페츄얼 요트-마스터 II

요트 애호가나 숙련된 요트 선장을 위한 위치인 '오이스터 퍼페츄얼 요트-마스터 II'의 스틸 버전 904L 모델은 이 시리즈를 사랑한 수많은 남성들이 기다리던 실용적인 모델이다. 기계식 메모리를 사용해 대회 출발 시간에 맞춰 카운트다운을 설정할 수 있어 출발 타이밍이 매우 중요한 요트 경기에서 진가를 발휘한다. 2007년 18K 골드 소재를 선보인 이 혁신적인 레가타 시계는 그 독보적인 기능과 파워풀한 디자인 덕분에 수많은 마니아를 만들어냈고, 올해 새롭게 선보인 보다 합리적인 가격의 새로운 스틸 컬렉션은 롤렉스 요트-마스터 II 마니아들의 가슴을 설레게 했다.

파텍 필립 5200 곤돌로 8 데이즈, 데이 앤 데이 인디케이션

좋은 시계의 조건은 간단하다. 오래 구동되며 시간이 정확할 것. 파텍 필립은 위치의 기본적인 기능부터 복잡한 상황까지 그 누구보다 완벽하게 통제하는 전문가 중의 전문가다. 올해는 13년 전 새로운 밀레니엄을 기념하며 발표한 Ref. 5100 '10-Day'에 대한 경의와 존경을 담아 제네바 워크숍에서 개발한 새로운 칼리버를 장착한 신작 Ref. 5200 곤돌로 8 데이즈, 데이 앤 데이 인디케이션(Ref. 5200 Gondolo 8 Days, Day & Date Indication)을 선보였다. 매뉴얼 와인딩 위치를 선호하는 애호가들에게 희소식이 아닐 수 없다. 지난 몇 년간 다수의 특허를 획득한 파텍 필립 어드밴스드 리서치 매뉴팩처 연구소의 혁신적인 실리바 요소를 적용했다. 그 결과 8일간의 파워 리저브가 가능한 무브먼트를 제작하는 놀라운 결과를 얻었다. 매우 정밀한 핸드 와인딩으로 작동하는데, 점점 느슨해지는 메인 스프링의 감소하는 회전을 조정 과정에서 예측할 수 있다. 아르데코 스타일 무브먼트는 유연한 곡선의 사각형 케이스에 꼭 맞는 구조로 설계했다.



1 Ref. 5200 곤돌로 8 데이즈, 데이 앤 데이 인디케이션.
2 칼리버 28-20 REC 8J PS IRM C J.

올리스 나르덴 스트레인저

멜로디가 있는 음악을 담은 뮤지컬 위치는 복잡하고 정교한 기술이 필요하기 때문에 자사 무브먼트로 선보이는 브랜드는 드물다. 올해 실리시움 기술을 적용한 인하우스 무브먼트 UN-690을 베이스로 한 뮤지컬 위치를 선보인 올리스 나르덴의 새로운 도전은 매우 성공적이다. 뮤직 박스를 연상케 하는 이 위치에 담긴 음악은 1966년 발표된 '스트레인저스 인 더 나이트(Strangers in the Night)', 일렉트로닉 밴드 엘로스의 보컬리스트이자 작사가, 올리스 나르덴의 주주였던 마미어가 스트레인저 위치의 기능과 소리, 심미적인 조화에 큰 역할을 했다. 독특하게도 기존 시계와 달리 조작을 위해 크라운을 잡아당기는 대신 크라운에 있는 푸시 버튼을 눌러 조작할 수 있어 훨씬 편리하다. 멜로디는 설정에 따라 정시마다 울리거나 버튼을 눌러 들을 수 있다. 로즈 골드 소재로 99개 한정 생산된다.



을 잡아당기는 대신 크라운에 있는 푸시 버튼을 눌러 조작할 수 있어 훨씬 편리하다. 멜로디는 설정에 따라 정시마다 울리거나 버튼을 눌러 들을 수 있다. 로즈 골드 소재로 99개 한정 생산된다.

불가리 코메디아 델 아르테

바젤에서도 가장 좋은 위치로 부스를 옮긴 불가리는 브랜드의 변화와 가치에 걸맞은 독특한 리미티드 에디션에 다양하게 선보였는데 그중 가장 놀라운 것은, 이탈리아 전통극에서 영감을 받은 독보적인 리미티드 에디션, '코메디아 델 아르테'다. 화려한 다이얼 안에 담긴 것은 정지해 있는 그림이 아니다. 대성당의 종소리를 닮은 미닛리피터가 작동하면 그림 속 인물들이 정교한 장식 속에서 살아 움직이기 시작한다. 프리젤라, 풀치넬라, 판탈로네, 콜롬바인, 할리퀸까지 5명의 주요 캐릭터가 세 가지 버전의 위치 안에 담겨 있으며 8피스씩 제작된다. 예술적 가치를 굳이 표현할 필요가 없을 정도로 완벽한 마스터피스다. 18K 골드 디스크에 미니어처 페인팅, 인그레이빙과 채이싱 등 장인들의 세심한 기술이 담겨 있고, 캐릭터의 정교한 움직임은 만드는 칼리버 BVL 618 무브먼트를 장착했다.



바젤월드 참가 10주년을 기념하는 샤넬 위치 컬렉션

샤넬 위치 컬렉션의 중심축인 J12 컬렉션 중 티타늄 세라믹 소재를 사용해 독특한 재질감을 표현한 J12 크로메틱 올레트 그레이트 미스터리어스 위치는 '아름다움을 위한 기술'이라는 테마로 완성했다. 투르비옹과 분을 표시하는 디지털 디스플레이, 레트로 그레이트 형식의 분침, 리트랙터블 방식 수평 크라운을 독특한 스키텔론 형식으로 감상할 수 있는 칼리버 샤넬 RMT-10 무브먼트는 세계 최고 수준의 기술력을 지닌 위치 제작팀인 줄리오 파피(Giulio Papi, APRP SA) 팀이 샤넬을 위해 독점 디자인했다. 여성스러운 화이트 프리미에르에 핑크 스파이어를 바게트 컷 세팅하고 화려정점인 플라잉 투르비옹까지 장착한 '프리미에르 플라잉 투르비옹 핑크 사파이어 위치', 달로 시침을 표기하는 '마드모아젤 프리메 문&오프메 다이얼 위치'까지 이듬다음의 핵심만을 짚어내는 샤넬의 높은 안목, 위치 브랜드로서의 기술력을 모두 담아냈다.



1 J12 크로메틱 올레트 그레이트 미스터리어스.
2 프리미에르 플라잉 투르비옹 핑크사파이어 위치.
3 마드모아젤 프리메 문&오프메 다이얼.



3

론진 콘퀘스트 클래식

올해 론진에서 선보인 다양한 바젤 컬렉션 중 가장 대중적이면서도 브랜드의 아이코닉한 디자인을 계승한 제품은 승마 애호가들을 위한 특별한 콘퀘스트의 위치, 콘퀘스트(Conquest) 컬렉션이다. 론진은 오랫동안 권위 있는 승마 경기를 후원하며 타임키퍼로 활동해왔는데, 이러한 브랜드 정신을 계승하는 모델이다. 1881년 뉴욕의 승마 애호가들과 승마 기사들을 위해 탄생한 크로노그래프 위치의 뒤를 이어 셀프 와인딩 칼리버를 장착해 완성도를 더욱 높였다. 스몰 세컨드, 날짜 표시 창, 30분 카운터, 12시간 카운터를 표기한다.



1 스틸 소재를 사용한 아소 타임 서스펜드 38mm, 2 다이아몬드를 새긴 아소 타임 서스펜드 38mm.

에르메스 아소 타임 서스펜드

1978년 에르메스 디자이너 앙리 도리나가 디자인한 아소 위치는 에르메스 위치의 클래식 격이다. 최고만을 고집하는 에르메스는 시계 역사 원하는 때 시간을 멈출 수 있는 독특한 기능을 선보인다. 위치의 기능을 멈추지 않고도 다이얼 위의 시간을 정지시키고 날짜 표시를 감출 수 있는, 기능적으로도 철학적으로도 유니크한 콘셉트의 위치로 에르메스가 세계 최초로 개발한 기능이다. 푸시 버튼 하나로 시간을 멈출 수 있고, 다시 버튼을 누르면 시간은 제자리를 찾는다. 시간을 지배하다, 시간을 잇따라는 다소 도전적인 캐치프레이즈 아래 시간에 구애받지 않고 잠시 휴식을 즐길 수 있게 하는 매우 시적인 콘셉트의 위치로 에르메스의 매뉴팩처에서 제작한 칼리버 H1912를 장착하고 있다. 올해 바젤 페어에서는 로즈 골드 소재와 43mm로 볼드해진 케이스를 새롭게 추가했다. 에디터 배민



2

modern boy

8월, 영화 <밤의 여왕>으로 만나게 될 천정명은 연하남의
대명사였던 '착한' 남자 대신, 자유자재로 표정을
바꿀 수 있는 진짜 남자, 멋진 배우의 얼굴로 돌아왔다.
photographed by oh joong seok



그린 도트 패턴 재킷과
라이트 블루 셔츠, 네이비 팬츠,
블랙 레더 벨트, 스웨이드
태슬 로퍼 모두 Z 제나.

오렌지 컬러 슈트와
모노톤 프린팅 셔츠,
레더 벨트 모두 폴 스미스.



블루 스웨이드 재킷,
네이비 셔츠, 블루 팬츠
모두 카튼, 기하학적 패턴의
화이트 니트 질센더,
패턴 테슬 로퍼 Z제나.



그레이 체크 코트와 팬츠,
블랙 슬리브리스 톱,
빈 모터보트 브레이슬릿
모두 디올 옴므, 블랙 세라믹
워치 디올 워치.



블랙 패턴 톱과 카디건,
네이비 팬츠 모두 질센더,
블랙 편성 구두 피치오티.



옐로 캐시미어 터틀넥과 카키
칼라 팬츠, 브라운 벨트,
앵클부츠 모두 에르메스.

핑크 체크 셔츠, 블랙 니트,
레드 팬츠, 브라운 슈즈
모두 프라다.



오렌지 도트 더블 슈트,
화이트 셔츠 모두 구찌.

스타일리스트 서나원
헤어 백용권
메이크업 오미영
캐스팅 디렉터 안상미
어시스턴트 이수경
에디터 배미진

프라다 02-3218-5331
에르메스 02-544-7722
파치오티 02-545-8757
디올 홈즈 02-518-0270
Z 체나 02-511-0285
폴 스미스 02-6957-5815
질 샌더 02-546-3067
카튼 02-6905-3787
구찌 1577-1921
디올 워치 02-3445-8565

* 본 화보에 나온 제품의 상세한 가격 정보는 <스타일 조선크림> 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.
www.stylechosun.com

under Protection

날이 부쩍 더워지면서 등산, 골프, 레크리에이션 등 야외 활동을 즐기는 이들이 많아지고 있다. 강한 자외선으로부터 피부를 안전하게 지키기 위해서는 땀과 피지에 쉽게 무너지지 않는 워터프루프 화장품은 여름 시즌이 되면 꼭 챙겨야 할 아이템. 햇빛과 물도 무너지 않는 아웃도어 코스메틱에 주목하자. *photographed by park gun zoo*



야외에선 땀바르는 것이 중요하다

매일 출퇴근길에 사용하는 자외선 차단제와 야외 활동을 할 때 바르는 자외선 차단제가 달라야 하는 것은 당연하다. 실제 햇빛에 15분만 노출되어도 피부 속 멜라닌 색소가 잘아지고 5°C 이상 피부 온도가 오르기 때문에 이에 따른 잔티와 노화를 유발하지 않으려면 철저한 방어막이 필요하다. 우선 UVA와 UVB를 모두 차단하고 땀과 피지에 강한 워터프루프 타입의 자외선 차단제를 선택할 것. 평소 SPF 15~30의 차단제를 사용했다면 야외 활동을 할 땐 SPF 50 이상의 제품을 바르는 것이 현명하다. 이런 조건을 다 충족할지라도 자주 덧바르지 않으면 무용지물. 땀과 피지에 자외선 차단제가 쉽게 지워질 수 있기 때문에 덧바르는 것이 필요하다. 일반적으로 전문가들은 2~3시간 간격으로 덧바르길 권장하지만 장담은 없다. 운동 강도나 피부 상태에 따라 시간 간격을 조절하도록. 자외선 차단제를 바를 땐 5백원짜리 동전 크기만큼 듬뿍 사용하고, 피지에 빨리 녹는 유분감 많은 자외선 차단제보다는 메이크업 마무리는 오일프리 제품을 선택하자. 덧바를 때도 처음 바를 때와 같은 양과 방법으로 바르고, 메이크업을 한 상태라면 피지를 잡아주고 자외선 차단 효과를 겸비한 팩트, BB크림, 파운데이션을 덧바르는 것이 좋다.

강력한 워터프루프 효과의 메이크업 아이템

땀과 피지에 가장 취약한 것은 메이크업 제품이다. 장시간의 야외 활동을 할 땐 메이크업을 하지 않는 것이 상책이지만 아이러니이 생명이 여자들에게 이는 쉬운 결정이 아니다. 특히 물놀이 중 사라진 눈썹과 아이러니으로 수모를 겪지 않으려면 워터프루프 효과가 강력한 메이크업 제품이 필수다. 땀과 피지에는 지워지지 않고 미온수에만 반쯤하는 마스크라, 오일프리 리무버 외에는 겁에 못이겨도 않는 립 제품 등 다양한 워터프루프 아이템이 여름 시즌에 맞춰 출시되고 있다. 또 후드가 용이하고 볼, 입술, 눈에 모두 사용할 수 있는 올인원 제품도 아웃도어 활동 시 챙겨야 할 아이템. 아이러니는 최면 같게, 입술엔 립트를 발라 미치 못났던 자들 자연스럽게 연출하자.

진정 효과가 빠른 수분 제품을 선택할 것

장시간 햇빛에 노출되면 보편 금세 피부가 뜨거워지고 붉어지며 따끔따끔해지는 것을 느낄 수 있다. 심할 경우에는 선번(sunburn) 현상으로 피부 각질이 벗겨질 수 있기 때문에 자외선 차단제 사용과 함께 야외 활동 전후의 스킨케어에도 신경 써야 한다. 무엇보다 피부가 마르지 않도록 수분력이 강하고 자극없는 피부를 빠르게 진정시켜줄 제품을 충분히 발라주도록. 야외 활동 후에는 이를 미스크 팩 언더 토포하게 발라주는 것도 도움이 된다.

건강한 헤어을 위한 자외선 차단제

피부에는 정성스레 자외선 차단제를 바르지만 모발에 자외선 차단제를 사용하는 사람은 드물다. 헤어 역시 자외선에 노출되면 푸석해지고 모발이 번개되어 탈모, 두피염 등의 트러블을 일으킬 수 있으므로 주의가 필요하다. 아무리 가벼운 클라너 케어도 자외선 앞에서 속수 무책이나 헤어 전용 자외선 차단제로 두피와 모발을 보호할 것. 보다 간편하게 사용하고 싶다면 자외선 차단 기능을 겸비한 헤어 세럼이나 스타일링제를 사용하고, 레포츠 활동을 계획할 경우 자외선은 물론 바닷물의 염분, 수영장의 화학 성분으로부터 모발을 보호하는 트리트먼트 제품을 추천한다. **에디터 권유진**

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) **샤넬 레 베뉴 헬스 글로우 수이 파우더** 자연광 아래에서 빛나는 듯 건강한 피부 톤을 연출하는 파우더 12g 7212천원. 문의 080-332-2700 **나스 아이리너 스틸** 선풍하고 또렷한 눈매를 연출해줄 워터프루프 볼펜 타입 아이리너 0.7mm 3216천원. 문의 02-6905-3747 **수에 무리 덤피 SOS 수분 부스터** 허탈부른 피부를 활유한 울4000 쉐어 선풍이 피부에 풍부한 수분과 영양을 공급한다. 30ml 7215천원. 문의 080-022-3332 **시세이도 퍼펙트 UV 프로텍터 SPF 50+ PA+++** 얼굴과 보디에 모두 사용할 수 있는 워터프루프 자외선 차단제. 다량도로 들어오는 자외선을 차단한다. 50ml 5만 8천원. 문의 080-564-7700 **아모레퍼미픽 리미트 화이트 멜라닌피잉 바비크림 SPF 50+ PA+++** 높은 자외선 차단 효과와 피부 톤 보정은 물론 아사한 보테니팅 화이트닝 선풍이 피부를 환하게 가꿔준다. 30ml 9만원. 문의 080-023-5454 **리베이트르 선풍 케어 젤** 선풍 오일과 UV 필터의 복합 성분으로 자외선, 바닷물의 염분, 수영장의 화학 성분으로부터 모발을 보호한다. 125ml 4만6천원. 문의 080-548-6002 **에스티 로더 뷰어 갈라 차크 리시** 입술과 볼에 사용할 수 있는 젤 타입의 멀티 틴트 8g 3만9천원. 문의 02-3440-2772 **카텔 크로스 타미인 UV 프로텍터 SPF 50** 스포츠 활동에 이상적인 독특한 질감의 자외선 차단막. 뛰어난 방수 효과를 자랑한다. 40g 3만5천원. 문의 080-022-3332



예술, 헌신과 후원으로 꽃피다

1백 년이 넘는 시간 동안 필기 문화의 가치를 예술적 심미안으로 이어온 브랜드. 수많은 예술가들이 사랑하는, 섬세하게 완성된 몽블랑 만년필이 단지 하나의 펜을 넘어서 예술품이 된 이유가 바로 여기에 있다. 1992년부터 올해까지 총 2백44명의 문화 예술을 후원하는 숨은 조력자들을 찾아 몽블랑 문화 예술 후원자상을 수여하고 있기 때문이다. 올해 한국의 수상자는 기업의 문화 예술 후원에 앞장서온 박산젠지니어링 김희근 회장이다.

문화와 예술의 진정한 팬

역사 속 위대한 예술가들에게는 모두 후원자가 있었다. 한때는 역사 깊은 명품 브랜드들이 후원자를 자처하거나, 예술을 장려하는 진정한 후원자들을 독려하는 역할을 하고 있는데 1백여 년이 넘는 역사를 지닌 몽블랑 역시 마찬가지다. 1992년 시작해 올해 22회를 맞이한 몽블랑 문화 예술 후원자상은 각국의 문화 예술 발전을 장려하고자 뛰어난 후원 활동을 펼친 인사를 선정해 매년 한국을 비롯한 10여 개국에서 시상식을 개최하고 있다. 시상식에 앞서 독일의 몽블랑 문화 재단의 주관하에 각 국가별 3인의 심사위원과 3인의 수상 후보자가 선정되며 각국의 예술가, 작가, 음악가 등 순수 예술인으로 구성된 국제 심사위원단의 투표를 통해 각 국가 수상자가 선출된다. 몽블랑 문화 예술 후원자상 수상자에게는 수상자가 선정한 문화 예술 단체나 아티스트에게 전달되는 1만5천 유로의 문화 예술 후원금과 함께 그 해의 문화 예술 후원자상 펜이 부상으로 수여된다. 이 펜은 리미트 에디션으로 발매되는 만년필과 달리 매년 그해의 주제 수상자만을 위해 별도로 제작된다. 먼저 몽블랑 문화 예술 후원자상의 영광스러운 수상자들의 면면을 살펴보자. 영국의 문화 예술 발전을 위해 후원해온 찰스 황태자, 소피아 왕비 재단을 설립해 스페인 예술과 문화 전통을 보존하고 국제화에 힘쓴 스페인의 소피아 왕비, 산티페테르부르크의 마린스키 극장을 최고의 위치로 이끈 러시아의 발레리 게리예프, 베를린 필을 세계적인 교향악단으로 성장시킨 영국의 사이먼 래틀, 폼피두 예술 문화 센터 개원을 통해 프랑스 문화 발전에 크게 기여한 프랑스의 조르주 폼피두 부인, 그리고 문화 예술 지원 사업을 포함한 인류 복지 증진을 목적으로 하는 록펠러 재단까지, 그 명성과 의미의 깊이는 쉽게 헤아릴 수 없을 정도다. 수상자들은 모두 예술가들이 훌륭한 작품을 활동에만 매진할 수 있도록 지속적으로 지원하는 것은 물론 주변의 많은 관심과 후원을 이끌어내는 데 기여한 인물들이다. 국내에서는 고 박성용 전 금호그룹 회장, 박영주 이진산업 회장, 신영재 교보생명 회장, 정희자 선아이티센터 회장 등이 수상한 바 있는데 지난 6월 4일 르네상스 서울 호텔 다이아몬드 볼룸에서 개최된 '제22회 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식(Montblanc de la Culture Arts Patronage Award)'에서는 특히 음악 분야의 발전을 위해 힘써온 김희근 회장이 수상했다. 김희근 회장은 재능 있는 아티스트들에게 장학금을 수여하고 악기를 무상으로 대여해 젊은 아티스트들이 재능을 키울 수 있는 발판을 마련해주었는데, '세종 솔로이스트', '한국 페스타발 앙상블'을 비롯해 '코리아 심포니 오케스트라'의 이사장으로도 활발히 활동하며 수많은 연주 단체들을 후원하고 있다.

역사 속 위대한 예술 후원자들을 기리는, 몽블랑 문화 예술 후원자 펜

이 의미 있는 후원을 기념하기 위한 수단으로 만년필 이상의 것은 없다. 뛰어난 기술과 혁신적인 아이디어로 럭셔리 비즈니스 위치는 물론 가족 제품까지 사업을 확장한 몽블랑의 역사는 언제나 만년필과 함께였다. 인류가 이루어낸 가장 큰 유산 중 하나인 '필기 문화'의 철학을 담고 있는 몽블랑의 정신은 자연스레 문화와 예술 활동에 대한 사랑으로 이어졌다. 이러한 브랜드의 기조를 가장 잘 보여주는 것이 바로 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식이며 이를 기념하는 펜을 한정판으로 선보이는 것이다. 몽블랑 문화 예술 후원자상 펜은 한 인물의 업적을 기리며 주인공이 추구한 예술 양식과 시대의 특징을 반영해 만드는데, 첫 번째 컬렉션은 르네상스 시대 예술가에 대한 후원을 이끈 이탈리아의 '로렌조 드 메디치' 에디션이다. 이후에도 윌리엄 셰익스피어와 같은 문학가, 영국의 문예 부흥기를 이끌어낸 엘리자베스 1세 여왕, 전 세계에 기부 문화를 꽃피운 앤드루 케러기 컬렉션 등이 있는 데 스투돌 빈베로 선보이는 2013년 몽블랑 문화 예술 후원자상 펜은 레오나르도 다빈치의 열렬한 옹호자였던 말라노의 공작 '루도비코 스포르차(Ludovico Sforza, Duke of Milan)' 컬렉션이다. 스포르차의 후원에 레오나르도 다빈치는 인류의 명작인 '최후의 만찬'과 '담배를 인고 있는 어린'을 포함한 위대한 작품을 탄생시킬 수 있었다. 예술과 문화를 꽃피우게 하는 몽블랑의 오랜 노력은 이 특별한 만년필들로 더욱 오래도록 기억될 것이다. 문의 02-3485-6618 **에디터 배미진**



1 2013년 제22회 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식 시상대 전경. 2 수상 소식을 발표하고 있는 올해의 수상자, 박산젠지니어링 김희근 회장. 3 1992년 몽블랑 문화 예술 후원자상이 처음 제정된 후 첫 번째로 선보인 '로렌조 드 메디치' 컬렉션. 4 수상자인 김희근 회장은 문화 예술 분야의 발전을 위해 2010년 '박산문화재단'을 설립했고 2011년 한국예술·문화재단에서 수여하는 '예술인상을' 수상하기도 했다. 5 2005년 선보인 교황 율리우스 2세 Pope Julius II를 기념한 만년필. 7 7만 원의 통치자이자 신념자는 외교가였던 루도비코 스포르차의 초상. 8 루도비코 스포르차 888 리미트 에디션. 블루 래커 소재의 겹과 배합을 아두온 반투명 블루 레오나르도 다빈치 패턴으로 장식했다.

3 2013년 제22회 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식 시상대 전경. 2 3 수상 소식을 발표하고 있는 올해의 수상자, 박산젠지니어링 김희근 회장. 4 1992년 몽블랑 문화 예술 후원자상이 처음 제정된 후 첫 번째로 선보인 '로렌조 드 메디치' 컬렉션. 5 수상자인 김희근 회장은 문화 예술 분야의 발전을 위해 2010년 '박산문화재단'을 설립했고 2011년 한국예술·문화재단에서 수여하는 '예술인상을' 수상하기도 했다. 6 2005년 선보인 교황 율리우스 2세 Pope Julius II를 기념한 만년필. 7 7만 원의 통치자이자 신념자는 외교가였던 루도비코 스포르차의 초상. 8 루도비코 스포르차 888 리미트 에디션. 블루 래커 소재의 겹과 배합을 아두온 반투명 블루 레오나르도 다빈치 패턴으로 장식했다.

4 2013년 제22회 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식 시상대 전경. 2 3 수상 소식을 발표하고 있는 올해의 수상자, 박산젠지니어링 김희근 회장. 4 1992년 몽블랑 문화 예술 후원자상이 처음 제정된 후 첫 번째로 선보인 '로렌조 드 메디치' 컬렉션. 5 수상자인 김희근 회장은 문화 예술 분야의 발전을 위해 2010년 '박산문화재단'을 설립했고 2011년 한국예술·문화재단에서 수여하는 '예술인상을' 수상하기도 했다. 6 2005년 선보인 교황 율리우스 2세 Pope Julius II를 기념한 만년필. 7 7만 원의 통치자이자 신념자는 외교가였던 루도비코 스포르차의 초상. 8 루도비코 스포르차 888 리미트 에디션. 블루 래커 소재의 겹과 배합을 아두온 반투명 블루 레오나르도 다빈치 패턴으로 장식했다.

5 2013년 제22회 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식 시상대 전경. 2 3 수상 소식을 발표하고 있는 올해의 수상자, 박산젠지니어링 김희근 회장. 4 1992년 몽블랑 문화 예술 후원자상이 처음 제정된 후 첫 번째로 선보인 '로렌조 드 메디치' 컬렉션. 5 수상자인 김희근 회장은 문화 예술 분야의 발전을 위해 2010년 '박산문화재단'을 설립했고 2011년 한국예술·문화재단에서 수여하는 '예술인상을' 수상하기도 했다. 6 2005년 선보인 교황 율리우스 2세 Pope Julius II를 기념한 만년필. 7 7만 원의 통치자이자 신념자는 외교가였던 루도비코 스포르차의 초상. 8 루도비코 스포르차 888 리미트 에디션. 블루 래커 소재의 겹과 배합을 아두온 반투명 블루 레오나르도 다빈치 패턴으로 장식했다.

6 2013년 제22회 몽블랑 문화 예술 후원자상 시상식 시상대 전경. 2 3 수상 소식을 발표하고 있는 올해의 수상자, 박산젠지니어링 김희근 회장. 4 1992년 몽블랑 문화 예술 후원자상이 처음 제정된 후 첫 번째로 선보인 '로렌조 드 메디치' 컬렉션. 5 수상자인 김희근 회장은 문화 예술 분야의 발전을 위해 2010년 '박산문화재단'을 설립했고 2011년 한국예술·문화재단에서 수여하는 '예술인상을' 수상하기도 했다. 6 2005년 선보인 교황 율리우스 2세 Pope Julius II를 기념한 만년필. 7 7만 원의 통치자이자 신념자는 외교가였던 루도비코 스포르차의 초상. 8 루도비코 스포르차 888 리미트 에디션. 블루 래커 소재의 겹과 배합을 아두온 반투명 블루 레오나르도 다빈치 패턴으로 장식했다.

scents of Summer

최대한 덜어내고 시원하게 입는 여름철 옷차림에는 그에 걸맞은 가벼운 향수를 걸쳐야 한다. 독 쏘는 시트러스 향과 싱그러운 풀 내음, 상큼 달콤한 프루티 계열의 향기는 찌는 듯한 무더위 속 숨통을 트여줄 오아시스 같은 존재다. *photographed by park gun zoo*

(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) 프레시 시트론 드 빈 오 드 파퓸 빈티지 샴페인에서 느껴지는 깊고 독 쏘는 향에서 영감을 얻어 베를리와 비터 오렌지, 파노 뉴아와 제스민, 샌들우드와 사타우드, 파출리, 앵버를 믹스해 프랑스 상피뉴 지방의 흙 냄새를 표현했다. 달콤한 향과는 거리가 멀어 남 성들이 사용하기에도 좋다. 발목부터 목까지 맥박이 뛰는 부위에 뿌려주면 목 전체에 은은한 향이 든다. 30ml 5만9천원. 문의 080-822-9500

에르메스 오 드 만다린 앙보레 과일 향이 풍부한 기존의 오 드 코롱 에르메스 컬렉션에 앵버와 민 다란을 듬뿍 담아 생기와 깊이를 더했다. 상쾌한 톱 노트와 싱그러운 잔향 덕분에 기분을 리프 레시하는 데도 도움을 준다. 진한 오렌지 컬러의 보틀은 한여름 해변의 뜨거운 열정을 담았다. 100ml 14만9천원. 문의 080-990-8989

담타크 로 드 로 담타크에서 여름을 위해 기존에 없던 가볍고 상쾌한 향기를 담은 시트러스 블랙 선을 출시한다. 그중 독 쏘는 스파이시 시트러스 계열의 로 드 로는 그린 만다린과 자몽, 레몬, 최상급 비터 오렌지가 어우러져 달콤하면서도 관능적인 향을 연출한다. 머무리는 사니콜라 진저, 밴조인을 더해 이국적인 느낌이다. 100ml 16만 8천원. 문의 02-514-5167

디올 아드트 오 엘리스 디올 아드트 림글로스의 매력적인 보틀을 향수로도 옮길 수 있다. 맛보는 순간 감동을 주는 맛있는 향수라는 뜻의 '오 엘리스'라는 이름답게 새롭고 달콤한 코냑베리 어코드를 중심으로 제스민 에센셜 오일에 코모로스 알갱이랑, 화이트 마스크를 넣어 시원한 라페를 즐기면 킷트 상쾌한 청문감을 안겨준다. 20ml 6만3천 원. 문의 02-3438-9631

발망 오 드 이보리 발망의 시그니처 향수인 이 보리에 중독성 강한 머스크와 싱그러운 과일 향을 더해 한층 활기차고 이국적인 향기를 선사 한다. 프랑스 남부 지방의 뜨거운 햇살을 듬뿍 담은 레드 카렌트와 베라가모트 오일이 향의 활짝 시적을 알리며, 오스텐투스 인솔라와 메그놀리 아 오일로 부드럽게 어우러져 파출리 허트와 머스크의 깊은 향을 남기며 머무른다. 30ml 6만 원. 문의 080-800-8809

샤넬 오 드 코롱 뿔뿔하게 다룬 화이트 셔츠의 깃과 손에서 미끄러져 훑길 좋은 저지 소재가 주는 느낌을 후적으로 표현한 깨끗하고 활력 넘치는 향. 기보라벨 샤넬이 1929년 어떤 것이든 치유할 수 있는 기적의 물이라고 알려진 오 드 코롱을 향수 컬렉션에 선보인 이후 지금까지 꾸준한 사랑을 받고 있다. 자극적이지 않으면서 기분이 느껴지는 상쾌한 향으로, 자꾸만 맡고 싶어지는 중독성이 있다. 200ml 38만원. 문의 080-332-2700

볼가리 롱 자스민 드와 로 엑스쿠리브 쉐프 힘스 볼가리 주얼리의 기하학 향기로 재탄생 시그니처 라인인 주얼 힘스 컬렉션의 신제품으로 이집트야 토스카나 지역의 보물 창고에 자리 잡은 분수의 고요함과 싱그러움을 담은 청아한 향이 일품이다. 상큼한 핑크 포멜로와 프라시 그린 이룬드가 톱 노트를 담당하며, 상쾌한 제스민 화이트 티어 탠 더 제스민의 미들 노트가 이어진다. 화이트 마스 크와 달라이트우드 우드로 마무리되는 싱그러운 향수. 25ml 6만5천원. 문의 080-990-8989

마크 제이콥스 오 플라 선샤이 카다린 플라워 모 티브의 캠페에서 알 수 있듯 밝고 긍정적인 에너지가 느껴지는 마크 제이콥스의 오 플라 시리즈. 달라질 오 플라를 재해석한 이 향수는 모란의 달콤함과 비닐리의 부드럽고 관능적인 향을 강조 했다. 여기에 라즈베리, 요양도 스트라베리, 샌 들우드, 톱카빈을 더해 가볍고 상쾌한 플로럴 프 루티 향을 발산한다. 50ml 6만4천원. 문의 02-3443-2772 에디터 이혜진



the secrets of Youth

슈퍼 푸드 식류의 놀라운 항산화 성분을 가득 담은 강력한 레드 컬렉션, 에스티 로더 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 시리즈를 소개한다. *photographed by park gun zoo*



(왼쪽 윗부터 순서대로) 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 에센스 오일 30ml 8만원, 뉴트리셔스 나이트 비타-미네랄 인텐스 나리싱 크림/마스크 50ml 9만5천원, 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 에너지 로션 프루쉬 모이스트 200ml 5만5천원, 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 2-스텝 트리트먼트 9만원.

활성산소를 잡는 강력한 항산화 효과, 식류
강렬한 붉은빛 제품 패키지만으로도 떠오르는 것이 있을 것이다. 바로 식류다. 반짝반짝 빛나는 투명하고도 청명한 알맹이가 특징인 식류는 여성들에게 좋은 슈퍼 푸드로 오래도록 사랑받았다. 5천 년 전에 페르시아에서 처음으로 경작한 식류의 효능은 다른 과일이나 채소를 뛰어넘는 놀라운 것이다. 고대 그리스에서는 삶과 재생, 결혼을 나타낸다고 믿어왔기 때문에 그리스 신들이 가장 좋아하는 과일 중 하나였고, 기독교에서는 부활과 영생을 의미한다. 햇살이 내리찍는 아열대 기후가 절정일 때 수확한, 붉은빛으로 반짝이는 식류의 씨앗은 강력한 항산화 물질인 폴리페놀과 안토시아니딘을 함유하고 있다. 식류 오일은 고농축 지방산인 푸니신 산(Punicic Acid)을 담고 있는데, 리놀렌산과 올레산이 결합된 뛰어난 오일이기에 에스티 로더는 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 컬렉션 라인의 핵심 성분으로 식류를 선택했다. 레드 컬러 패키지가 강렬한 뉴트리셔스 라인은 최근에 리뉴얼되며 다시 새롭게 떠오르고 있는데, 사실 이전부터 합리적인 가격과 뛰어난 효과로 에스티 로더 마니아 사이에서는 입소문이 난 제품 중 하나다. 강렬한 붉은빛 패키지 안에는 항산화 효과가 뛰어난 식류 추출물이 담겨 있다. 에스티 로더는 식류를 생발효라는 독특한 방법으로 가공해 뉴트리셔스 라인의 성분으로 활용했는데, 이는 피부 항산화 작용을 극대화하기 위한 특별한 방법이다. 가장 오래된 식용 과일 중 하나인 식류의 항산화 성분, 영양분, 미네랄을 최대한 얻어내기 위해 피부에 가장 잘 흡수될 수 있는 뉴트리셔스의 핵심 성분인 식류 베타 인퓨전을 개발한 것이다. 특히 출연 중인 생발효법 덕분에 피부 자극 물질과 활성산소로부터 피부를 보호할 수 있다. 여기에 식류와 같이 영양이 가득한 슈퍼베리인 크랜베리와 블루베리, 그리고 구기자를 이용한 슈퍼베리 복합체를 더해 항산화 효과를 극대화했다.

생기, 윤기, 에너지, 뉴트리셔스 식류 베타 인퓨전
민저 토너를 사용하면 다음 제품을 바르기 전까지 충분히 촉촉하다. 원하는 피부 타입에 따라 프레쉬 모이스트와 인텐스 모이스트, 두 가지 제품 중 한 가지를 선택할 수 있다. 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 에센스 오일은 이 라인에서 가장 핵심적인 제품 중 하나다. 비타민 부스터 역할을 하는 오일로 가볍고 산뜻하다. 오일을 꺼리는 여성들에게도 부담스럽지 않을 정도의 산뜻한 텍스처로 지금까지 더운 계절에 더욱 효과적이다. 여름에 아무리 수분 크림을 발라도 피부가 퍼석하다고 느낀다면, 이 오일이 제격이다. 여기서 피부 컨디션을 더 향상시키고, 더 극대화된 항산화 효과를 얻고 싶다면 뉴트리셔스 래디언트 바이탈리티 2-스텝 트리트먼트를 사용하면 된다. 사진에서 볼 수 있듯이 마치 태극 마크의 소용돌이처럼 2개로 나누어진 마스크 팩은 젤과 클레이 성분 두 가지를 모두 담고 있다. 먼저 젤 마스크는 즉각적으로 수분과 필수 영양 성분을 공급해 피부 균형을 잡아준다. 화장품을 생략하기 쉬운 여름철 부족한 영양을 보다 효과적으로 공급해주는 것이다. 클레이 마스크는 피부 깊숙이 침투해 모공을 즉각적으로 깨끗이 해주는데, 여름철 피지 때문에 고민하는 여성이라면 꼭 사용해볼 만한 제품이다. 마지막으로 잊지 말아야 할 것은 바로 뉴트리셔스 나이트 비타-미네랄 인텐스 나리싱 크림. 이 제품은 자난해 리뉴얼된 제품으로, 피부에 즉각적으로 생기와 윤기를 주는 데 효과적인 제품이다. 기내에서 사용해도 피부 컨디션을 빠르게 조절해줄 정도로 영양 공급과 수분 공급의 밸런스가 뛰어난 편이다. 외부 환경으로부터 피부를 보호하고 피부 피로를 줄여주는 제품으로 정화 기능까지 갖췄기에 피부에 활력과 건강함을 주고 싶은 여성에게 추천한다. 크림으로 사용해도 좋고, 잠들기 전 마스크 팩처럼 듬뿍 바르는 방법 역시 효과적이다. 문의 02-3440-2772 에디터 배미진

Technical beauty

독특하고 개성 있는 애플리케이션을 장착한 혁신적인 디자인의 코스메틱이 대거 출시되고 있다. 이는 결코 재미를 위해, 남들보다 돋보이기 위한 변신은 아니다. 보다 더 빠르고 즉각적인 반응을 원하는 소비자들의 니즈에 맞춰 제형의 흡수율을 높이고 효능이 배가되도록 고안된 혁신 기술이다. 화장품 용기의 이유 있는 변신. *photographed by park gun zoo*

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) **립몰 제.피피 아이 라이트-필™** 잔주 모양의 360° 회전형 애플리케이션이 돋보이는 아이 세럼. 스테인리스 스틸 위에 다이아몬드 파우더를 매끄럽게 싸워 제작한 이 애플리케이션은 피부의 온도에 맞춰 온도가 조절되어 버리는 즉시 차가운 쿨링 효과를 선사한다. 또 360° 회전 기술을 적용해 손으로 관리하기 힘든 눈가의 미세 부위까지 효과적으로 관리할 수 있다. 20ml 9만8천원. 문의 080-022-3332

오웨이 선 시아니스 모이스트 플링 선블록 SPF 50+ PA+++ 강력한 자외선은 물론 열 노화의 원인인 근적외선까지 차단하며 버리는 순간 피부 온도를 3.3°C 내려주는 플링 선블록. 파프 일체형 패키지로 손이나 도구를 사용하지 않고 손쉽게 바를 수 있으며 콜лаг을 모양의 파프가 피부 구석구석 알고 깨끗하게 커버해주는 것이 특징이다. 30ml 4만8천원. 문의 080-727-5252

케이트 서마빌 다립원저 리프트 리프트 항산화 작용이 뛰어난 산소와 풍부한 수분력을 자랑하는 허큘리스 원신을 피부 속 깊이 채워주는 필러 기능을 부스터 세럼. 산소 성분으로 이루어진 특별한 포뮬라가 피부 톤을 고르고 맑게 가꿔주며, 제형이 피부에 고르게 분포되도록 긴 파프 형태의 애플리케이션을 더했다. 75ml 14만8천원. 문의 02-545-3142

다음 2013 겐쥬 토탈 멀티 퍼펙션 크림 표피, 진피를 넘어 피부의 모든 층에 작용하는 혁신적인 인티에이지 크림. 인티에이지 천연 활성 성분인 콘자-셀룰러 복합체와 피부 구조를 총괄하게 가꾸주는 호일 성분을 결합해 강력한 인티에이지 효과를 자랑한다. 보관하기 쉬운 펌프 타입 방식으로 열리는 케이스로 매일매일 보습함을 여는 듯한 기분을 선사할 것. 60ml 20만8천원. 문의 02-3438-9537

결함 치사대 오가드 임페리얼 컨센트레이트 데일리 앵클 세포의 생체 시계를 조절해 탄력 있는 피부로 가꾸주는 치사대 오가드 임페리얼 분자 추출물을 담은 크림. 마치 타임 캡슐을 연상케 하는 고르스라운 앵클 용기는 성분을 손상 없이 최적의 상태로 저장하고, 앵클 입구에 숨겨진 진공 시스템을 바탕으로 펌프 버튼을 누르면 컨센트레이트 원액의 1회 사용분이 나오도록 디자인했다. 30ml 6만4천원. 문의 02-3438-9627

클라리스 더블 세럼 피부의 유수분 밸런스를 맞추고 모든 노화 현상에 대응할 수 있도록 하이드라+리피드 시스템을 적용한 인티에이지 세럼. 수분 타입의 젤 텍스처와 오일 텍스처가 2개의 용기에 분리되어 있다가 펌핑 시 피부 유수분 밸런스의 동일한 황금 비율로 섞여 나오는 혁신적인 기술이 돋보인다. 건조한 피부는 풍부한 보습력을, 지성 피부는 피지를 조절해 번들거리지 않는 촉촉함을 느낄 수 있다. 30ml 12만원. 문의 080-542-9052

르페르 아이 리프트 드 케어 단백질, 비타민, 각종 미네랄을 풍부하게 함유한 고순도의 케어아를 담은 아이 크림. 브랜드만의 기술력으로 개발한 특별한 진동 애플리케이션은 약한 눈가 피부에 부담을 주지 않도록 적당한 자극을 주어 고농축 성분이 피부 깊숙이 침투되도록 돕고 피부결을 매끄럽게 정돈해 마사지 효과를 극대화한다. 10ml 15만원. 문의 02-3446-4058

아모레퍼시픽 라이브 화이트 엘라디피딩 스캇 코렉티 엘라디피딩 피부에 자장되는 것을 막아 끈질긴 기미와 잡티를 완화하는 스캇 코렉티. 엘라디피딩의 배출을 돕기 위해 고안한, 알링알링하고 탄력적인 애플리케이션을 적용한 것이 특징이다. 붓을 사용해 마사지를 병행한 에센스의 흡수율이 높고 고 비온싱 효과가 더해져 색소침착을 완화할 수 있다. 7ml 14만5천원. 문의 080-023-5454

설화수 자장미백 아이트리트먼트 자진 눈가를 편안하고 완하게 밝혀주는 한방 미백 아이크림. 피부 중 두께가 가장 얇고 열이 많은 눈가 피부의 특성을 파악, 눈가의 열을 해소하는 쿨링 금속 애플리케이션을 장착했다. 이는 수술 도구에 사용하는 금속인 자막으로 만들어 눈가의 온도를 2°C 정도 낮춰 눈의 부기를 완화하고 피부에 탄력을 부여한다. 15ml 7만5천원. 문의 080-023-5454 **에디터 권유진**



face Contouring

어느 각도에서나 자신 있는 작고 또렷한 얼굴을 원하는가? 그렇다면 15년 컨투어링 연구의 결실이자, 매년 베스트 리프팅 에센스 자리를 놓치지 않는 '클라리스 V 리프팅 에센스'를 기초 케어 단계에 추가해보자. 더욱 또렷하고 가벼워진 얼굴선과 맑고 환한 안색을 동시에 선사하는 V 리프팅 에센스는 동안을 위한 필수 세럼이다. *photographed by park gun zoo*

작고 가름한 V라인 얼굴

요즘 에디터의 가장 큰 고민은 흐트러진 얼굴선이다. 특히 사진을 찍으면 얼굴 형이 예전과 같지 않다는 것을 더욱 실감한다. 20대 후반에 접어들면서부터 불살이 빠지고 얼굴 라인이 두루뭉술해지더니 급기야 볼도그처럼 축 처지고 둔탁해진 것. 선천적으로 얼굴형이 작고 날렵한 서양인에 비해 얼굴이 자주 붓고 얼굴 라인이 둥근 아시아 여성들은 달걀같이 작고 가름한 얼굴형을 꿈꾼다. 이는 동안의 필수조건으로, 보톡스, 경락마사지, V라인 약침 등 각종 시술과 마사지가 꾸준히 유행하는 것도 바로 이런 이유에서다. 그렇다고 무턱대고 시술을 감행할 수는 없는 일. 주삿바늘에 대한 두려움과 마사지의 고통에 맞설 용기 또한 나지 않는다. 클라리스는 1996년 이런 고민을 가진 한 일본인 여성으로부터 얼굴이 작아지는 화장품을 만들어달라는 고객 카드를 받고 난 후 제품 개발을 시작해 1998년 페이스 라인 케어를 위한 '쉐이핑 페이스 리프트 V 에센스'를 탄생시켰다. 그 후 2005년 6월, 2010년 6월 두 번의 업그레이드를 통해 페이스 컨투어링 분야에 독보적인 전문 브랜드로 자리매김하고 있다.

얼굴의 불필요한 지방 주머니에 주목하다

얼굴 라인을 망가뜨리는 가장 큰 요인은 무엇일까? 바로 피부 속 지방 주머니와 부기이다. 얼굴에는 양볼 중앙, 양 턱 선, 턱 아래에 총 5개의 지방 주머니가 분포되어 있다. 얼굴선이 처지고 둔탁해지는 이유는 이 지방 주머니들이 점차 비대해지기 때문. 또 얼굴의 부기 역시 효과적으로 제거되지 않고 계속 쌓이면 지방 주머니 속의 지방세포와 결합해 살이 되고, 피부 속에서 늘어지는 원인이 된다. 그 때문에 입체감 있는 가름한 얼굴을 위해서는 지방 주머니가 커지고 늘어지지 않도록 꾸준히 관리해주는 것이 무엇보다 중요하다. 3D 리피닝 액션 기술을 적용해 어느 각도에서나 또렷하고 입체감 있는 얼굴선을 가꿔줄 V 리프팅 에센스는 피부 속 불필요한 지방과 독소를 제거하고 얼굴의 윤곽을 잡아주는 세 가지 기술에 초점을 둔다. 이는 혈액과 림프액의 순환을 촉진해 부기를 완화하는 홀스 체스트넛 추출물과 카페인 성분, 그리고 얼굴에 있는 5개의 지방 주머니가 커지는 것을 방지해 얼굴선을 또렷하게 정돈하는 바키린 추출물이 있었기에 가능한 일. 더불어 카페인과 블루버튼 플라워 성분이 불필요한 지방 주머니에 직접적으로 작용, 결과적으로 어느 각도에서나 또렷한 V라인 얼굴이 완성되는 것이다.

No.1 페이스 컨투어링 전문가, V 리프팅 에센스

사실 우린 화이트닝, 인티에이지 화장품은 매일같이 꾸준히 사용하지만 페이스 리프팅 케어는 다소 소홀히 하거나 지나치곤 한다. 눈가의 주름이나 피부 탄력에만 신경 쓸 뿐 얼굴선 관리의 특수 케어로 간주되거나, V 리프팅 에센스를 얼굴 전체에 바르면 동안의 비결인 통통한 볼살이 빠지는 것은 아닌지 고민도 될 터. V 리프팅 에센스가 지방 주머니를 축소한다고 해서 볼살이 빠지는 것은 결코 아니다. 이는 피부 속에 필요한 수분을 보충해줌과 동시에 불필요한 수분과 지방, 독소만 배출하기 때문. 오히려 턱 선이 탄력 있게 리프팅되면서 볼 라인이 더욱 탱탱하게 차오르는 것을 느낄 수 있다. 얼굴선이 가름한 반면 두꺼운 이중 턱이 고민인 사람도 있을 것이다. 이럴 경우에는 V 리프팅 에센스를 고민이 있는 부위인 이중 턱에만 사용해 부분적인 고민을 해결할 수 있다. 다만 이를 얼굴 전체에 사용하면 나이가 들수록 처지는 얼굴 살을 리프팅하고 독소를 배출시켜 안색이 맑아지는 효과를 덩이로 얻을 수 있다. 또 피부 속을 깨끗하게 정돈해 다음에 사용하는 스킨케어의 효능을 드높이는 부스팅 효과까지 있어 모든 스킨케어의 기초 단계에 사용하면 일석삼조의 효과를 톡톡히 볼 수 있다. 수분감이 느껴지는 시원한 텍스처로 피지 분비가 많은 여름철에 사용해도 무방하며, 피부에 바르는 순간 물방울이 맺히듯 촉촉하고 산뜻하게 스며들어 끈적임이 없다. 이미 1백만 명 이상의 여성이 선택한 베스트셀러 아이템, V 리프팅 에센스. 4주 후 달라지는 확실한 효과를 경험해보자. 50ml 8만8천원. 문의 080-542-9052 **에디터 권유진**





the journey to Pitera

SK-II 페이스 트리트먼트 에센스가 특별한 이유이자 브랜드의 뿌리를 지탱하는 피테라™의 기원을 찾기 위해 일본 고베로 떠났다. 30여 년 전 나이 든 사케 주조사의 아기처럼 고운 손을 우연한 관찰한 데서 시작된 피테라™의 발견이 전 세계 여성의 아름다움을 변화시키는 주역이 되기까지의 특별한 이야기를 들을 수 있었다.

피테라의 기원을 찾아 떠나다

화장품을 떠올렸을 때 그 브랜드를 대표하는 성분이 머릿속에 각인되거던 쉬운 일이 아니다. SK-II는 오랜 연구와 독창적인 기술로 완성한 피테라™ 성분만으로 제품을 알리는 데 성공한 케이스다. SK-II의 대표적인 페이스 트리트먼트 에센스가 피테라 에센스란 이름으로 더 잘 알려진 것만 봐도 알 수 있을 것이다. 지난 3월, 일본 고베에서 열린, 피테라의 기원을 찾아 떠나는 첫 번째 디스커버리 투어에 동행하는 특별한 기회가 주어졌다. 피테라™는 1970년 당시 사케

를 만드는 나이 든 주조사의 주름진 얼굴과는 달리 아기처럼 부드럽고 고운 손을 우연히 관찰하게 된 일화에서 영감을 얻어 수백 개의 효모 중 피부에 최적화된 천연 효모 발효 대사액 피테라™를 분리하는 데 성공해낸 것. 이후 피테라™ 원액을 그대로 담은 페이스 트리트먼트 에센스는 뷰티 에센스 카테고리를 확장시킨 획기적인 제품으로 주목받기 시작했다. 천연 효모를 발효시켜 얻은 대사액 특유의 향은 가공법으로 없애거나 변형할 수도 있지만 피테라™만의 효능을 해치지 않기 위해 30년이 지난 지금까지도 발효 향 그대로를



고수하고 있다. 1980년 처음 출시한 이후 엄격한 관리와 완벽한 정제 과정, 치밀한 제조 공정 등을 벗어난 조건과는 타협하지 않는 제조 단계는 오랜 시간 동안 수많은 여성에게 피테라™의 기적을 선보였으며, 세계적인 베스트 셀러로 사랑받는 이유로 꼽히고 있다.

The Miracle of Pitera™

2백50여 년의 전통을 지닌 고베의 슈신칸 양조장의 이벤트 홀에는 1980년 론칭 당시 선보였던 최초의 페이스 트리트먼트 에센스 병이 전시되어 있었고, 사케를 발효하는 과정에서 쌀을 직접 만져보며 늙은 주조사의 아기처럼 부드러운 손의 비법을 체험하는 시간을 갖기도 했다. 이어 제형과 브랜드가 다른 3개의 에센스를 피부조직과 가장 유사한 종이에 떨어뜨려 흡수도를 살펴보는 블라인드 테스트도 실시했는데, SK-II 페이스 트리트먼트 에센스의 침투율이 가장

높았음을 증명해 보였다. 피테라™의 발견을 주도했던 다카시 요시는 “미네랄, 아미노산, 비타민, 유기물이 균형을 이루는 피테라™는 피부를 구성하는 천연 보습 인자(NMF)와 매우 흡사한 성분입니다. 고베 이노베이션 센터 SK-II 연구원의 세포 레벨 연구를 통해 피테라™가 각질층 안으로 어떻게 침투하는지, 피부의 신진대사를 일정하게 유지하는지 살펴보고 피부 안정성을 최우선으로 고려한 피테라™를 완성했습니다. SK-II만의 기술력으로 탄생한 피테라™는 누구도 모방할 수 없는 특별한 가치를 지녔음은 물론이죠”라고 설명했다. 디스커버리 투어에는 SK-II의 로열 유저이자 가장 오래된 홍보 대사인 모모이 가오리를 비롯해 케이트 보스워스, 임수정 등이 피테라의 발견과 제조에 이르는 과정에 동행하며 피테라의 효능을 재발견하는 시간을 가졌다. **에디터 이예진**

1 2백50년 이상의 사케 양조 전통을 지닌 고베의 슈신칸 양조장의 이벤트 홀에서 열린 디스커버리 투어에서 피테라의 특별한 이야기를 전해 들었다. 2 피테라의 발견을 주도했던 연구팀의 초창기 멤버인 다카시 요시가 아기처럼 부드럽고 고운 사케 장인의 손을 보여 설명하고 있다. 3 블라인드 테스트로 진행한 실험에서 SK-II 페이스 트리트먼트 에센스의 피부 침투율이 가장 높았음을 눈으로 확인했다.



아웃도어 웨어, 럭셔리로 진화하다

‘등산복 브랜드’ ‘하저씨 브랜드’로 인식되던 아웃도어 시장이 끊임없이 변하고 있다. 국내 시장에 빠르게 진입해 새로운 시장군을 이루고 있는 럭셔리 아웃도어 마켓이 바로 그 주역이다.

기능성을 뛰어넘은 완벽함

불황의 여파가 무색할 만큼 아웃도어 시장은 늘 호황을 이루고 있다. 국내는 물론 해외의 아웃도어 브랜드가 끊임없이 진입하며 과일 양상을 보이는 이유는 그만큼 현대인들의 라이프스타일이 레저 활동을 즐기는 추세로 변화했기 때문이다. 40~50대 중년층이 즐기던 등산은 이제 젊은 층에도 하나의 취미이자 운동으로 다가섰고, 다양한 레포츠 활동을 즐기는 여성 또한 날이 증가하고 있다. 골프는 어떠한가. 소수만이 즐기던 럭셔리 스포츠에서 대중적인 스포츠로 자리 잡은 지 이미 오래다. 여기에 몇 시즌에 걸쳐 등장한 스포츠 웨어 트렌드까지 합체하면서 기능성 중심이었던 기존의 아웃도어 룩은 디자인, 컬러, 디테일을 강화한 스타일리시한 모습으로 변화하며 등산, 캠핑, 골프, 데일리 캐주얼 등 그 영역을 확장하고 있다. 이 중 비슷한 디자인을 대량으로 생산하는 브랜드와는 달리 자기만의 색깔과 신념, 그리고 누구나 인정하는 소재와 뛰어난 기능성으로 발 빠르게 성장하고 있는 몇몇 브랜드가 있다. 이렇듯 들었을 땀 한국에서는 다소 생소한 것이 사실이지만, 이미 전 세계 아웃도어 시장에서 탄탄한 발판을 마련한 럭셔리 아웃도어 브랜드다. 대표적으로 얼마 전 한국에 브랜드 스토어를 론칭한 타이틀리스트의 ‘어페럴(Apparel)’ 라인이 있다. 타이틀리스트는 골프를 즐기는 이라면 익숙하게 다가올 세계적인 골프용품 브랜드. 아웃도어 의류로 구성된 어페럴 라인은 소재부터 디자인, 패턴에 이르기까지 투어 선수들의 피드백을 바탕으로 개발

되어 뛰어난 기능성을 자랑한다. 특히 아시아인 골퍼들에게 가장 잘 맞는 핏과 디자인을 선보인다는 점에서 반갑지 않을 수 없다. 라운딩 룩을 포함해 비즈니스 캐주얼 룩, 피트니스 룩 등 라이프스타일을 반영한 세 가지 라인을 출시한다. 명품 패션 브랜드와 지속적인 컬래보레이션으로 컬렉션 라인을 따로 론칭한 브랜드도 있다. 트랜디한 아웃도어 룩으로 사랑받고 있는 아디다스 by 스텔라 매카트니는 2005년에 처음 론칭해 스타일에 민감한 여성들을 위한 유니크한 콘셉트의 스포츠 웨어를 선보인다. 대담한 컬러와 디자인, 여성의 보디라인을 돋보이게 하고 운동 시 정확한 자세를 취하도록 도와주는 테크 핏(Tech Fit) 기술을 적용해 활동성과 스타일을 모두 만족시키는 것이 특징이다.

독보적인 소재와 기술로 승부

레포츠 활동을 즐길 때 가장 중요한 것은 편안함이다. 그 때문에 아웃도어 상품을 구입할 땐 다소 비싸더라도 좋은 소재와 기능을 갖춘 제품을 선택한다는 점에 모두 동의할 것이다. 슈즈는 발에 맞춰야 한다는 브랜드 철학으로 1963년 덴마크에서 창립한 슈즈 브랜드 ‘에코’는 전 세계에서 유일하게 가죽에서부터 신발 제작까지 모든 공정을 직접 진행하고 운영하는 브랜드다. 골프화 브랜드로서 세계 3위, 캐주얼 슈즈 브랜드로서 세계 2위의 랭킹을 달성할 수 있는 것도 그만큼 브랜드의 신념과 철학이 굳건하기 때문. 2천5백 명의 운동선수 발을 스캔하는 등 발의 자연스러운 움직임에



대한 끊임없는 연구 끝에 개발한 테크놀로지와 양말을 신은 듯 가볍고 유연한 가죽 소재를 사용해 인체 공학적 정교함이 엿보이는 아웃도어 슈즈를 선보인다. 1937년 이탈리아에서 시작한 ‘비브람 피아비 핑거스’ 역시 맨발의 느낌 그대로를 살린 베어풋(Barefoot) 스포츠화로 이목을 끈다. 무려 1천 개가 넘는 프리미엄 브랜드에서 사용하는 가볍고 변형되지 않는 세계 최고의 기능성 밀창을 생산하는 비브람은 발가락을 자유롭게 움직일 수 있도록 10개의 발가락을 각각 끼우는 디자인을 채택해 맨발과 가장 가까운 느낌을 제공한다. 이는 다리의 근육과 힘을 기르고 발과 발목의 활동성을 증진시켜 몸의 밸런스와 민첩성을 기르는 데 도움을 주는 기능성 슈즈로, 러닝, 피트니스, 워터 스포츠, 캐주얼 등 각각의 활동에 맞는 밀창과 디자인으로 제안된다. 레저 활동은 이제 하나의 문화이자 우리 생활의 일부가 되었다. 개개인의 라이프스타일, 운동 목적, 취향 등에 따라 선택할 수 있도록 점점 진화하는 아웃도어 브랜드가 꾸준히 성장하기를 기대하는 건, 그만큼 이들이 레저 활동은 물론 삶의 질을 더욱 업그레이드해주기 때문이다. **에디터 권유진**



Italian brilliance

중국의 부와 번영의 진원지인 상하이 리 럭셔리 패션 하우스의 아시아 마켓 확장과 성장의 발판을 위한 거점임을 의심할 여지가 없다. 모스키노 역시 홈그라운드인 밀라노를 벗어나 패션쇼를 개최한 최초의 장소를 상하이로 결정한 것도 이와 같은 맥락이다. 브랜드 탄생 30주년을 기념하기 위한 아카이브 쇼를 비롯해 2014 여성 프리 컬렉션과 2014 남성 S/S 컬렉션까지, 상하이의 밤을 아름답게 수놓은 그날의 열기를 공개한다.

지난 6월 13일, 상하이에서는 모스키노의 창립 30주년을 기념하기 위한 아카이브 패션쇼와 함께 2014 여성 프리 컬렉션과 2014 남성 S/S 컬렉션을 선보이는 이벤트가 열렸다. 저녁 8시부터 상하이에서 가장 트렌디한 클럽 중 하나로 알려진 Sunny the Beach on the Bund에는 장즈이, 두주안 등 중국을 대표하는 셀러브리티를 비롯해 전 세계 프레스와 사교계 명사 등 6백 명이 넘는 게스트가 몰려들어 쇼의 규모와 관심을 짐작케 했다. 입구에 들어서자 스트라이프 패턴의 거대한 텐트가 눈길을 사로잡았고, 모스키노를 상징하는 하트 모티프와 평화의 심벌을 장식한 전광판을 통해 긍정적인 에너지가 넘치는 화려한 콘셉트의 쇼가 펼쳐지리라 예상할 수 있었다. 2014 여성 프리 컬렉션으로 시작한 쇼는 모스키노를 대표하는 아이코닉한 디테일의 모던한 변주를 보여주었다. 물결이 굽이치는 듯 역동적인 라플 장식의 미니드레스를 필두로 머린풍 점프수트와 그림을 연상시키는 화사한 색채의 플러워 프린트, 사파리 점퍼 등 휴양지와 도심을 넘나드는 다양한 룩을 줄줄이 선보였다. 모스키노가 사랑하는 커다란 골드 버튼과 진주 장식, 트롱프뢰유 기법의 프린트도 적재적소에 쓰였음은 물론. 거의 모든 룩에 매치한 내온 컬러의 플랫폼 슈즈는 편안하면서도 세련된 스타일을 위한 최상의 선택으로 보였다. 심장박동 수를 높이는 뉴오더의 음악으로 분위기가 전환되자 남성 2014 S/S 컬렉션이 이어졌다. 이번 남성 컬렉션에서 가장 주목할 만한 요소는 바로 프린트. 바다, 우주, 하늘, 꽃 등의 프린트는 분명하게 경계를 나누어 재킷과 셔츠, 니트 등에 적용했으며 마치 그래픽 디자인 영상을 보는 듯 시각적인 효과를 선사했다. 여자들에게 최고 인기인 곰돌이 아이폰 케이스와 펜, 신발, 공구 등 갖가지 물건을 넣을 수 있는 여러 개의 포켓 장식 재킷을 통해 모스키노만의 유틸리티를 느낄 수 있었다. 포멀하고 세련된 턱시도 슈트는 자카드와 우븐 소재에 레드, 블랙, 골드 등 반짝이는 소재로 멋내기 좋아하는 남성들의 위시 리스트를 채울 것이 분명해 보였다. 이어진 아카이브 패션쇼에서는 시즌을 넘나드는 모스키노의 아이코닉한 룩을 총리해 프레스의 환호를 이끌어냈다. 투우사에게서 영감을 얻은 소 프린트 드레스와 점프수트, 화려한 전장 장식의 재킷을 비롯해 프린트 장식과 메탈릭한 미니드레스에 매치한 골드 후



1 상하이에서 트렌디한 클럽 중 하나로 꼽히는 Sunny the Beach on the Bund 의 애프터 파티 장소. 2 쇼장에 들어서자 스트라이프 패턴의 텐트와 화려한 전광판이 눈에 띄었다. 3.5 모스키노 창립 30주년을 기념하기 위한 아카이브 컬렉션. 4 쇼가 있는 듯 생동감 넘치는 플로럴 프린트를 선보인 2014 프리 컬렉션. 6백여 명의 턱시도 슈트를 선보인 2014 S/S 남성 컬렉션.

프 귀고리와 카우보이 모자는 컬렉션을 하나의 콘셉트로 연결하는 역할을 했다. 모스키노의 크리에이티브 디렉터 로셀라 자르디니(Rossella Jardini)는 “상하이에서 모스키노 창립 30주년 이벤트인 아카이브 컬렉션과 2014 여성 프리 컬렉션, 2014 남성 S/S 컬렉션까지 소개하게 되어 영광이다. 중국은 거대 시장으로서뿐만 아니라 모스키노의 미래이자 우리가 사랑하는 완벽한 이미지를 보여주는 중요한 나라이다. 모스키노에 대한 정의와 아시아에 대한 존경이 아카이브를 통해 전달되리라 믿으며, 이번 회고전은 모스키노의 긍정적인 태도이자 에너지, 미래라고 확신한다”라며 소감을 밝혔다. 럭셔리 패션 하우스는 앞으로도 브랜드의 확장 과 아시아 마켓을 사로잡기 위해 상하이를 더욱 집중적으로 공략할 것이다. 밀라노를 벗어나 최초의 장소인 상하이에서 성공적인 쇼를 치른 모스키노가 지금까지와는 다른 강력한 메시지와 함께 더 큰 미래로 나아가고 있음을 확인하는 특별한 순간이었다. **에디터 이예진**



HOTEL AMOUR
8 Rue Navarin 75009, Paris
Tel +33(0)1 4878 3180
<http://www.hotelamourparis.fr/>



사랑하는 사람과 파리의 뒷골목을 거닐다

매년 이맘때의 파리는 옛날 사랑 노래와 향기로 온 꽃 냄새가 날리는 로맨틱한 분위기로 가득하다. 전 세계에서 갓 결혼한 신랑과 신부들이 사랑스러운 분위기를 만끽하기 위해 파리로 몰려든다. 누구나 알고 있는 파리의 관광 명소가 아니라 진정한 파리지엔 로맨스의 정수를 느껴볼 수 있는 두 곳을 소개한다.



호텔 아무르(Hotel Amour)

호텔 아무르, 러브 호텔. 동양인들에게 러브 호텔이라는 이름은 고급스럽고 우아한 분위기와는 동떨어진 식막하고 싸구려인 모텔을 연상시킨다. 그러나 파리지엔에게 러브 호텔은 젊고 이색적인 맛을 지니는 곳이다. 2006년 티에리 코스트(Thierry Costes)와 엠마누엘 드라벤(Emmanuel Delavenne)이 탄생시킨 호텔 아무르는 디자이너들이 꾸민 개성 있는 객실로 많은 관심을 끌었다. 당시 각각의 룸을 꾸민 디자이너들은 알렉상드르 베탕(Alexandre Betak), 피에르 르탕(Pierre Le Tan) 등 파리를 대표하는 테크레이터들이었다. 객실이 늘어선 복도는 데이비드 린치 영화나 나올 법한 컬러와 부드러운 조명으로 디자인되어 방을 찾아가는 동안 신기한 현상을 목격할 것 같은 분위기를 풍긴다. 호텔 아무르는 젊고 재미있는 감성을 주 콘셉트로 하지만 이국적인 나라에서 가지고 온 재미있는 그림과 사진, 빈티지 분위기의 색과 가구, 그리고 언더지 비범한 구석이 있는 오브제들이 어우러져 있다. 호텔의 중앙에 위치한 1층 라운지는 파리의 여느 집 안마당을 연상시키는 돌담과 식물로 소박하지만 모든 것이 과하지 않고 아늑하게 꾸며져 있다. 호텔 아무르에서 볼 수 있는 재미있는 발상은 바로 손님에게 자전거를 대여해주는 것이다. 자전거로 다녀야만 진정한 파리를 누릴 수 있다는 파리지엔의 스타일에 맞추어 호텔에 머무는 손님들에게 빈티지 디자인의 어여쁜 자전거를 대여해준다. 호텔의 스위트룸에는 10여 명이 저녁 식사를 할 수 있는 테라스가 마련되어 있다. 사랑을 부르는 도시 파리, 호텔 아무르에서 합한 커플들의 파리지엔식 사랑 스타일을 만끽해보자.

르 텔레그라프(Le Telegraph)

파리는 누가 뭐라 해도 옛것과 현대의 것이 공존하는 도시이다. 현대의 테크놀로지와 감성을 추구하며 살지만 옛 추억을 간직하려는 파리지엔의 마음처럼 실제로 파리의 건물과 공간에 대한 과거의 기록이 촘촘하고 정성스럽게 보존된 채 현대적인 방식으로 다시금 태어나고 있다. 그중 르 텔레그라프라는 레스토랑은 지금은 먼 옛날 이야기처럼 느껴지는 전보, 즉 텔레그라프를 추억하게 한다. 파리를 상징하는 에펠탑은 프랑스 중앙 우체국의 인테나 역할을 했으며 모든 전보와 전화망이 이곳을 거쳐 갔다. 따라서 그 주위, 7구와 15구에 우체국 직원들의 숙소가 마련되어 있었다. 15구에는 남자 직원들이 숙식을 해결하는 여관이 있었고 7구, 레스토랑 르 텔레그라프가 위치한 곳은 여자 직원들이 모인 숙소 1층엔 공무원들을 위한 레스토랑과 우체국이, 2층부터는 정부의 관할하에 있는 작고 아담한 여성 전용 호텔이 위치했다. 1905년 당시 유명한 건축가 모리스 블리오(Maurice Bliault)가 만든 아름다운 고딕식의 높은 천장과 실내에 속한 야외 정원을 그대로 간직한 채 1980년 미구엘 칸시오(Miguel Cancio)에 의해 대리석 모자이크와 금색의 화려한 컬러로 다시 태어났다. 그는 파리의 유명한 부다바와 바 플라이 같은 신비한 분위기의 고급 바들을 장식한 인물로, 화기인 클럽트의 시각을 빌려 텔레그라프에 머물던 여인들의 모습을 아름답게 표현해냈다. 레스토랑의 주인은 클럽트의 그림을 사모는 주요 컬렉터로, 실제 클럽트의 초기 습작들을 이 레스토랑에서 만날 수 있다. 파리에서 가장 아름다운 레스토랑이라고 많은 잡지와 책에 소개된 르 텔레그라프의 스페셜 메뉴는 전통 프랑스 요리인 푸아그리와 아스파라거스 샐러드, 고급 와인과 샴페인이다. 여름철은 야외의 아름다운 테라스에서 식사를 즐길 수 있으며 저녁에는 금색의 황홀한 불빛과 영롱한 샴페인의 아름다운 색조가 조화를 이루어 인상 깊은 밤을 만끽할 수 있을 것이다. 1백 년의 깊은 역사를 지닌 르 텔레그라프에서 소박하게 전보를 부치는 일이나 소식을 기다리기 위해 몇 시간을 앉아서 기다리는 풍경은 이제 더 이상 볼 수 없지만 그때의 향수를 불러일으키는 추억의 흔적들이 레스토랑 구석구석에 남아 있다. 많은 이야기를 전해준 곳이 지금은 다양한 맛과 아름답고 고급스러운 분위기를 사람들에게 제해주고 있는 것이다. **서클** 사진: 지은경(유림 통산원)



1 호텔 아무르의 객실들은 다양한 색상과 구조로 디자인되었다. 그중 복층 시대를 갖춘 스위트는 3~4명의 인원을 위한 공간이다. 2 호텔 아무르는 방대한 파리의 뒷골목에 위치한 작은 호텔이다. 3 호텔 아무르의 자갈인 야외 테라스는 돌출한 식물들과 프랜치 타치의 감성이 혼합된 재미있는 공간이다. 4 옥상의 색상도 객실마다 모두 제각각이다. 5 호텔 아무르는 객실 손님들을 위해 베이커리를 함께 운영하는데, 호텔에 머무는 동안 7점과 사탕으로 만든 기프트(케이크)를 맛있게 만날 수 있다. 6 호텔 아무르의 스위트, 7 야외 테라스에서의 다너 타임, 8 호텔 아무르의 와인 잔, 9 르 텔레그라프 레스토랑은 파리의 한가로운 골목길에 위치해 있다. 10 레스토랑 내부의 클럽트의 그림을 연상시키는 금색 타일로 이루어져 있다. 11 르 텔레그라프가 자랑하는 야외 테라스로 이어지는 큰 창문. 날씨가 좋으면 파티오로 이루어진 아름다운 야외 테라스를 즐겨 식사도 할 수 있다.



LE TELEGRAPHE
41 Rue de Lille 75007, Paris
Tel +33(0)1 4292 0304
Fax 33(0)1 4292 0277

SHOWROOM

LIFESTYLE



휘슬러 코리아 광고 캠페인 뮤즈 전지현 휘슬러 코리아는 배우 전지현을 2013년 '휘슬러 인 판타지 III(Fessler in Fantasy III)' 광고 캠페인의 뮤즈로 발탁했다. 여성의 삶과 사치를 퍼포먼스로 표현한 아트 필름은 휘슬러 코리아와 오랜 호흡을 맞춘 사진 작가 강영호와 CF 감독 유광경이 공동으로 참여했으며, 현대무용의 거장 피나 바우슈에게 영감을 받은 파격적인 퍼포먼스로 휘슬러의 세 번째 판타지 시리즈를 완성했다. 이 퍼포먼스 실황은 4분짜리 짧은 아트 필름으로 제작해 온라인에 공개할 예정이다. www.fessler.co.kr

아마하 골프 인프레스 X,Z 아마하에서는 아무진 비거리와 안전한 드라이브를 결합한 '2013 아마하 인프레스 X,Z 시리즈'를 출시했다. 헤드의 크라운

을 파워 케미칼 밀링 처리해 크라운의 두께를 얇게 만들어 비거리를 향상시키는 Z 203 드라이브와 와이드 솔이 일정한 비거리를 유지하며 방향성이 흐트러지지 않도록 잡아주는 Z 캐비티 디자인, 저중심 설계로 불이 쉽게 뜨며, 클럽 길이나 로프트각을 재설계해 클럽 변형 간의 연결성을 개선한 Z 퍼어웨이우드 등으로 구성했다. 문의 02-582-5787

럭스리빙 노보모빌리 초콜렛 베드 럭스리빙은 편안하면서도 세련된 디자인으로 사랑받는 이탈리아 가구 브랜드 노보모빌리(Novamobili)의 새로운 침대 컬렉션 '초콜렛 베드'를 선보인다. 면, 리넨, 예코 레더 등 다양한 소재 중 선택할 수 있으며, 커버가 따로 벗겨져 세탁이 편리할 뿐만 아니라 추가 커버도 가능하다. 문의 02-542-8242, www.luxliving.kr

인피니 카나스타 '13 인피니에서 이탈리아 칸넬페리리 가구 브랜드 B&B Italy의 아웃도어 컬렉션 '카나스타 '13(CANASTA '13)'을 소개한다. 스페인어로 '바구니'라는 뜻의 카나스타는 제품 모양이 원형 모양의 바구니를 닮았다고 해서 붙여진 이름이다. 밀라노의 볼거리 호텔에서도 만날 수 있다. 문의 02-3447-6000

클립메드 헤니문 스페셜 클립메드에서 신혼여행을 떠나는 커플을 위해 '헤니문 스페셜'을 제안한다. 몰디브 카와 모리셔스 일박용, 멕시코 칸쿤 리조트를 출발 30일 전 사전 예약하면 최대 40% 할인받을 수 있다. 헤니문 스페셜을 이용하는 커플에게는 커플 무료 스파와 사진 촬영권, 룸 데카레이션과 선물을 증정할 예정이다. 문의 02-3452-0123



클라린스 맨 베스트셀러 수분 로션 클라린스 맨에서 잦은 면도나 야외 활동으로 거칠어지기 쉬운 남성 피부 부를 위해 특별히 개발한 맨 수퍼 모이스처 밤오일 75ml 정보 사이즈로 한정 출시한다. 클라린스 맨 라인에서만 사용하는 식물 원료인 비스 그라스 추출물과 히알루론산 칼슘이 칙칙한 안색을 환하게 밝혀주고 보습력을 최대한 끌어올려 촉촉한 피부로 되돌린다. 신뜻하고 가벼운 질감의 젤 텍스처와 끈적이지 않는 부드러운 밤타입 2가지로 선보인다. 문의 080-542-9052

바비 브라운 네이비 앤 누드 컬렉션 바비 브라운에서 모던한 서머 룩을 위한 '네이비 앤 누드' 컬렉션을 선보인다. 스트라이프 머린 룩부터 시크한 슬림 웨이스트까지 어떤 룩과 매치해도 섹시하고 건강한 스타일을 연출해주는 이번 컬렉션은 '네이비 앤 누드' 아이 팔레트부터 은은한 광택이 도는 '브라이트닝 브릭', 밝은 네이비 컬러의 '네일 폴리쉬'까지 다양한 메이크업 제품으로 구성했다. 문의 02-3440-2781

에스티 로더 퍼펙트리 클린 멀티-액션 모이스처 마스크 에스티 로더가 식물 추출물이 피부를 진정시키고 촉촉하게 유지시키는 '퍼펙트리 클린 멀티-액션 크림 클렌저/모이스처 마스크'와 부드러운 오일 포뮬라가 입술, 눈, 페이스 등 짙은 메이크업을 자국 없이 지워주는 '데이크 어웨이 메이크업 리무버 오일' 등 2가지 신제품을 출시한다. 문의 02-3440-2772



바비 브라운

BEAUTY



폴 스미스

폴 스미스 2013 S/S 스웽 웨어 폴 스미스에서 여름휴가를 위한 '2013 S/S 스웽 웨어'를 선보인다. 클래식하고 모던한 비키니 스타일의 스웽 웨어는 신축성 있는 엘라스틴 소재를 사용해 착용감이 좋을 뿐만 아니라 은은한 광택이 돌아 고급스러운 느낌을 준다. 기하학적 패턴을 비롯해 도트, 폴 스미스 시그니처 패턴 등 다채로운 컬러와 스타일의 수영복을 선보인다. 문의 02-6957-5815

에르메스 슈 쇼 이벤트 에르메스가 현대백화점 대구점 문화홀에서 이색적인 퍼포먼스 '슈 쇼(Shoe Show)' 행사를 진행했다. 프랑스에서 함께 4명의 댄서는 프랑스 인우가 조엘 부비에(Joelle Bouvier)의 지휘 아래 2013 S/S 슈즈 컬렉션의 새로운 패턴을 댄스로 표현해 관객들의 이목을 집중시켰다. 문의 02-3015-3251

일 비종때 2013 레인보우 아일랜드 뮤직 페스티벌 일 비종때가 남이섬에서 열린 '2013 레인보우 아일랜드 2013 뮤직 & 캠프' 페스티벌을 후원하며 타투 이벤트를 진행했다. 브랜드를 상징하는 들소 로고를 새긴 입장권 팔찌와 진형 스타트 티셔츠를 선보였으며, 타투 페인팅을 통해 뮤직 페스티벌을 즐기는 관객에게 풍성한 볼거리를 제공했다. 문의 02-548-2992

룩스타카 코리아 2013 F/W 프레젠테이션 룩스타카 코리아가 파크 하얏트 더 서울에서 '2013 F/W 컬렉션 프레젠테이션'을 진행했다. 레이먼, 올리버 피를스를 비롯해 프라다, 돌체앤가바나, 조르지오



에르메스



아르마니, 마우미우 등 패션 하우스의 아이웨어 컬렉션을 함께 소개했다. 브랜드의 아이덴티티를 유지하면서 독특한 프레임이나 신소재 등 트렌디한 감각을 더해 모던하게 재해석한 스타일이 주를 이뤘다. 문의 02-501-4436

FASHION



ONE FINE NIGHT!

지난 6월 5일, 영국을 대표하는 글로벌 럭셔리 브랜드 바버리가 현대백화점 코엑스장에서 새롭게 단장한 바버리 스토어 오프닝 이벤트를 개최했다. 건물 옥상에 위치한 하늘공원 이벤트장에는 김화애를 비롯해 차승원, 허자원, 이상윤 등 국내 최고의 셀러브리티와 VIP, 프레스 등 4백여 명의 게스트가 참석했다. 2012 F/W 바버리 광고 캠페인의 얼굴이자 바버리 어쿠스틱 뮤지션인 루 페안즈(Roo Panes)가 아시아 최초로 라이브 공연을 선보이며 흥을 돋우기 시작했고, 영국 출신의 DJ 안 카바일(Yann Cavaille)의 DJ 세팅 공연이 열기를 이겼다. 참고로 바버리 어쿠스틱은 바버리 헤리티지를 기념하기 위해 재능 있는 다방언의 영국 아티스트를 발굴하고 육성하는 프로그램. 최고의 영국 뮤지션, 떠오르는 유망주와 함께 진행되는 프로젝트를 통해 바버리의 에너지와 감성을 공유하고자 한다. 이번 에 새롭게 단장한 바버리 남성 매장 및 여성 매장은 바버리 크리에이티브 디렉터 크리스토퍼 베일리(Christopher Bailey)의 디자인 콘셉트를 바탕으로 스모크 글라스와 크롬 스틸, 우드를 믹스해 가장 현대적이면서도 영구적인 느낌을 반영했다. 혁신적인 디지털 이벤트를 중시하는 바버리에게 '리테일 시어터' 방식을 적용한 점도 눈에 띈다. 바버리 런던의 본사에서 전달하는 최신 콘텐츠를 거대한 LCD 디지털 스크린을 통해 볼 수 있다. 매장에서는 런던 컬렉션을 비롯해 웨어러블한 브릭 컬렉션과 액세서리를 만날 수 있으며, 여성 매장에서는 아이웨어와 시계, 향수까지 선보이니 참고할 것. 이날 바버리 오프닝 이벤트 현장이 궁금하다면 지금 당장 유튜브 영상을 클릭해보자. <http://youtu.be/WK3eq4sqz4U> 문의 02-3485-6583



JEWEL



브레게 브랜드 최대 규모의 상하이 부티크 오픈 브레게는 역대 최대 규모를 자랑하는 33번째 부티크의 공식 오프닝 기념행사를 진행했다. 상하이 신천지 지역의 랑만 호텔에 자리 잡은 부티크는 총 3층 높이의 598㎡ 규모에 통유리로 감싼 파사드와 독특한 LED 기술을 접목해 탁월한 건축미를 자랑한다. 브레게 매뉴팩처 컬렉션부터 박물관, 장인들의 직업 현장까지 엿볼 수 있다. 문의 02-3438-6218

티파니 다이아몬드 바이 더 아드 티파니에서 주얼리 디자이너 엘사 페레티(Elsa Peretti)의 '다이아몬드 바이 더 아드(DBY)' 컬렉션을 출시한다. 엘사 페레티는 움직임에 따라 자유롭게 부드럽게 흘러 내리는 듯한 디자인으로 사랑받는 티파니의 대표적 인 디자인이다. 다이아몬드를 일정한 간격으로 세팅한 미니멀한 디자인으로, 고가의 주얼리만큼 여가졌던 다이아몬드를 재해석해 누구나 즐길 수 있는 패션 아이템으로 선보인다. 스텔링 실버에도 다이아몬드를 세팅했으며, 플래티넘, 옐로 골드, 로즈 골드 모델도 있다. 문의 02-547-9488



티파니

까르띠에 러브 코드 브레이슬릿 까르띠에는 러브 코드 브레이슬릿의 새로운 모델을 선보인다. 핑크 골드와 브라운 세라믹 또는 화이트 골드와 블랙 세라믹을 매치해 혁신적이고 트렌디한 감성을 전달하며, 다른 브레이슬릿과 레이아웃이 능해 멋스럽게 연출할 수 있다. 핑크 코드와 블랙 코드 2가지 버전으로 선보인다. 문의 1566-7277



루이 비통 현대백화점 무역센터점 매장 그랜드 오픈

루이 비통은 2013년 7월 5일, 현대백화점 무역센터점 2층 공간 확장 리뉴얼을 마치고 새로운 글로벌 매장의 탄생을 기념하는 행사를 열면서 국내에서의 여정을 계속해서 이어간다. 고유의 혁신적인 경험 속에서 늘어난 발전을 추구해온 루이 비통은 이번 리뉴얼 오픈을 통해 서울의 중요성을 다시 한 번 되새기고자 국내 백화점 네트워크 최초로 남성용 및 여성용 제품 카테고리 전체를 선보이는 글로벌 매장을 공개한다. 이번 매장은 2000년 창업동의 루이 비통 플래그십 매장을 선보인 지 13년 만에 여는 한국 내 두 번째 글로벌 매장이다. 2002년 서울 강남의 비즈니스 중심가에 처음으로 문을 연 현대백화점 무역센터점 루이 비통 매장은 루이 비통의 상징인 럭셔리, 창의성, 그리고 전통을 이어가고 있다. 2012년 9월에는 한국 최초로 남성 전용 매장인 '맨즈 유니버시티'를 이례적으로 백화점 1층에 오픈해 빠르게 성장하는 남성 시장의 트렌드를 반영하며 새로운 패러다임을 주도한 바 있다. 2013년 7월 그랜드 오프닝을 통해 현대백화점 무역센터점 루이 비통은 보다 완벽한 모습을 갖추게 된다. 특히 이번 오프닝을 맞아 루이 비통 가죽 소품과 액세서리를 이용해 갖가지 동물을 작품으로 만들었던 영국 미술가 빌리 아킬레오스(Billy Achilleos)가 한국을 상징하는 동물 작품을 선보인다. 2013년 7월 5일, 과연 어떤 동물들이 공개될지 관심이 집중되고 있다. 문의 02-3444-1727



CLASSICS IN LUXURY

이탈리아의 감성과 럭셔리를 대변하는 브랜드 토즈에서 2013 F/W 컬렉션을 소개하는 행사를 개최했다. 이번 컬렉션에서는 이탈리아의 라이프스타일과 '메이드 인 이탈리아(Made in Italy)'라는 브랜드의 DNA를 강조하는 동시에, 섬세한 디테일과 심플한 라인이 돋보이는 다양한 아이템을 선보였다. 특히 브랜드의 전통적인 방식 외에 현대인들의 도시적인 라이프스타일에 어울리는 가공 과정과 소재, 마감 처리가 돋보이는 새로운 라인의 제품을 만날 수 있다는 점에서 더욱 특별하다. 가장 주목할 제품은 말안장에서 영감을 받아 모던함과 여성스러운 스타일을 동시에 강조한 새로운 디자인의 셀라 백(Sella Bag)이다. D백에 이어 DD백까지, 클래식하고 아이코닉한 가방 컬렉션을 선보이는 브랜드답게 여성을 흐드는 클래식한 디자인이 매력적. 이는 말이 우아하게 달리는 모습을 형상화해 디자인했다. 지난 시즌부터 선보인 남성 더블 스트라이프 컬렉션은 2013 F/W 시즌, 지퍼가 들어간 쇼퍼 백과 심플한 브리프케이스 2가지를 새롭게 추가했다. 여성 슈즈 컬렉션은 스타일과 기능성이 조화를 이룬 제품들로 구성했다. 토즈의 대표적인 고미노 모카신을 트윈드, 페이먼트와 솔지 소재의 조합이 특별한 소재와 디테일로 변화를 주었으며, 실버 메탈릭 로퍼와 파인톤 하이힐 앵클부츠, 하이힐 굽에 페들을 형상화한 특별한 디자인을 더한 슈즈도 만날 수 있다. 남성 슈즈 컬렉션에서는 포멀 트레킹 슈즈, 클래식한 스타일의 앵클부츠까지 정교함과 섬세함이 돋보이는 스타일의 아이템이 단연 돋보인다. 이외에도 네오프렌 소재로 뒤틀린 가죽 볼퍼 재킷, 보온성을 겸비한 구스다운 재킷 등 스포티함과 실용성을 강조한 레디투웨어 컬렉션도 이번 시즌에 빼놓을 수 없는 모티프. 최상의 퀄리티, 스타일, 기능성, 그리고 이탈리아 장인 정신의 최상의 가치를 느끼고 싶다면 다가오는 가을과 겨울, 토즈의 2013 F/W 뉴 컬렉션이 그 해답을 줄 것이다. 문의 02-3448-8105



HUBLOT



에비뉴엘 부티크 02 2118 6208
갤러리아 EAST 02 540 1356
신세계백화점 강남점 02 3479 6021
현대백화점 본점 02 3438 6030
현대백화점 무역센터점 02 3467 8734
현대백화점 대구점 053 245 2221
롯데백화점 부산본점 051 810 4123
신세계백화점 센텀시티점 051 745 1346



HUBLOT

워블로 클래식 퓨전 엑스트라 씬 스텐레톤 킹 골드,
워블로에서 자체 제작한 엑스트라 씬 스텐레톤 무브먼트,
킹 골드 케이스, 스텐레톤 다이얼, 파워리저브 90시간,
블랙 러버위의 엘리게이터 스트랩.