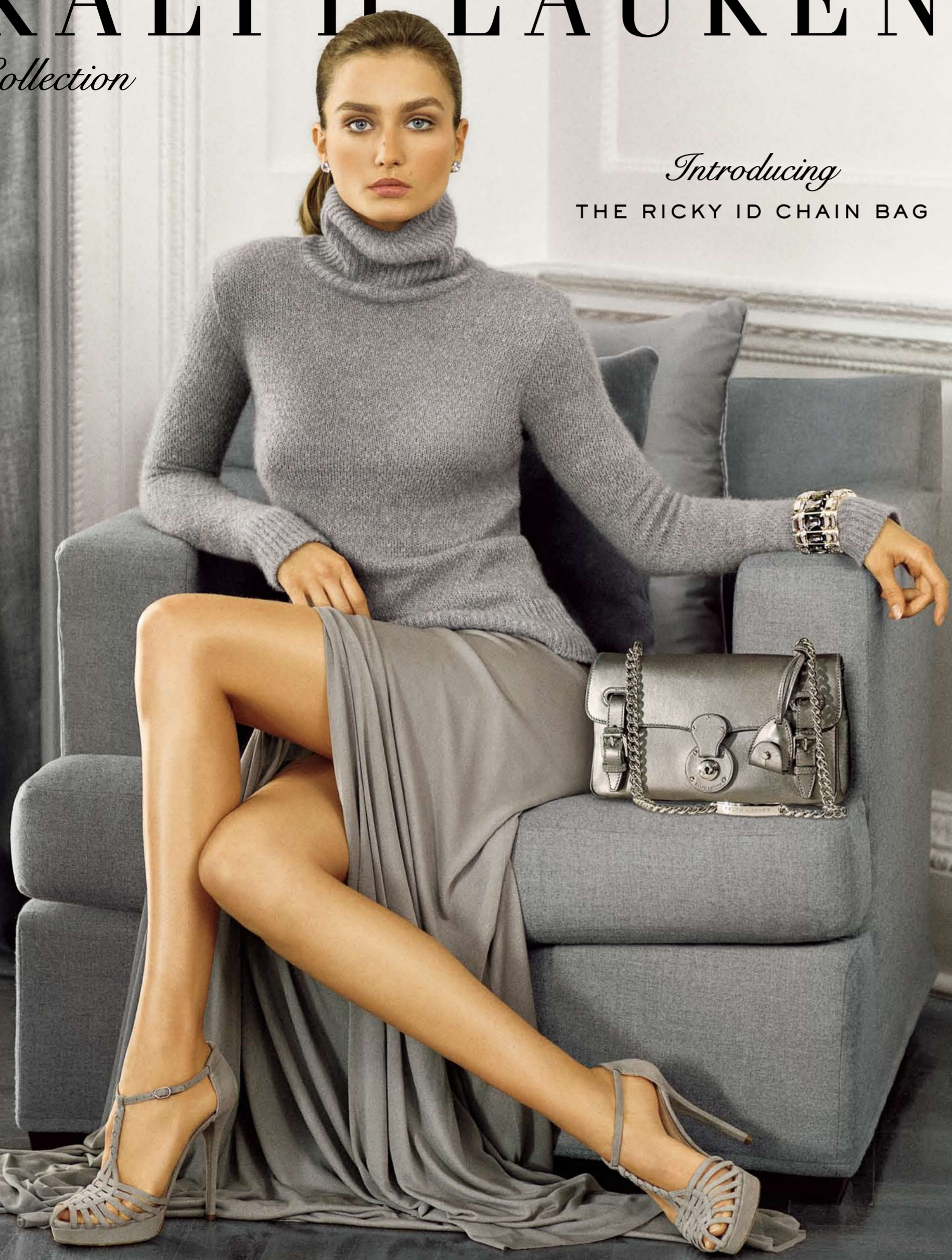


# RALPH LAUREN

Collection

Introducing  
THE RICKY ID CHAIN BAG



RALPHLAUREN.COM/RICKY

SEOUL DOSAN PARK 631-34 SINSA-DONG, GANGNAM-GU 02 545 8200

# Style

조선일보

SEPTEMBER 2014 vol.114



TOD'S  
MADE IN ITALY



BURBERRY

BURBERRY.COM



Women Collection

**IB**  
1735  
**BLANCPAIN**  
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

**BLANCPAIN BOUTIQUES**

블랑팡 직영부티크 - 갤러리아 EAST 지하1층 (02-6905-3367) · 현대백화점 무역센터점 2층 (02-3467-8426)

에비뉴엘 2층 (02-2118-6474) · 공식지점판매처 - 신세계백화점 센텀시티점 2층 드로어썬글 (051-745-1350)

워커힐 면세점 B1층 (02-450-6564) · 신라면세점 서울점 2층 (02-2230-3868) · 신라면세점 제주점 2층 (064-710-7351)

[www.blancpain.com](http://www.blancpain.com)



덴마크 코펜하겐의 작은 공방에서 만든, 행운을 의미하는 수많은 부적을 몸에 지닐 수 있는 특별한 참 컬렉션.

**Jewel**  
**CHANT A CHARM**

덴마크 코펜하겐의 작은 공방에서 만든, 행운을 의미하는 수많은 부적을 몸에 지닐 수 있는 특별한 참 컬렉션.

왼쪽 윗부터 시계 방향으로 가족 스트링에 엔터프라이즈의 참을 다양하게 매했습니다. 행복을 잃은 전통 한국 고지 인형 모양의 참이 달려 있는 브레이슬릿. 선명한 이리파린 컬러의 참 컬렉션. 각 1백만 원. 핀도라 클립 멤버들만을 위한 한정판 클립 참. 올해는 보석형 모양을 출시했다. 130만 원. 에디터 베이진

행운을 매끄럽게



**Beauty**  
**TAKE EYE CARE**

꼭 잤는데도 피곤해 보인다는 이야기를 자주 듣는 데는 이유가 있다. 허리가 다르게 늘어나는 눈가의 잔주름과 안색을 칙칙하게 만드는 눈 밑 그늘이 당산을 피곤하고 나이 들어 보이게 만드는 것. 피부가 가장 신경 쓰이는 건조한 가을, 코즈메틱 빅 브랜드에서 더욱 진화하고 강력해진 아이 케어 신제품을 대거 출시한다. (아래부터 시계 반대 방향으로) **리프팅 아이 에센스 플레타일** 레어는 진구하고 뛰어난 항산화 성분인 플라타늄을 안정화된 콜로이드 형태로 함유한 아이 에센스. 피부의 전자 기적 균형을 완벽하게 유지시키고 타이팅 효과를 부여해 눈가 피부를 보다 탄력 있게 가꾸준다(15ml 45만 원). **클라린스 엑스트라-피밍 아이크림**은 목보적인 식물 성분 복합체를 통해 주름과 눈 밑 지방, 다크서클에 모두 효과적으로 작용하는 토털 아이 케어 제품. 눈가 트러블이 생기기 쉬운 부위에 빈틈없이 집중적으로 작용해 즉각적이면서도 지속성이 뛰어난 효과를 자랑한다(15ml 7만 원). **프래쉬 로즈 하이드레이팅 아이 젤 크림**은 쿨링감이 느껴지는 독특한 젤 타입의 텍스처가 돋보이는 아이 크림으로, 다마스쿠 장미, 밤바라 영공, 오일 추출물 등을 함유해 눈가에 30시간 동안 집중적인 수분을 공급하고 쿨링 효과가 지친 눈가를 신뜻하게 가꾸준다(15ml 5만 원). **다들 겹쳐 토털 아이 에센셜**은 가장 상세하면서도 복잡한 부위인 눈가 세로 속 도소를 제거해 주름, 잔주름, 붓기, 다크서클 등 노화와 피로의 흔적을 완화하는 아이 에센스(15ml 10만 원). **시벨 리프트 크림** 아이는 독자 성분인 3.5-DA와 식물 울리고 펩타이드를 함유해 세로 외 조직을 보호하고 얼굴 근육의 긴장을 풀어 눈가의 탄력을 되찾아주는 아이 크림. 흡수가 빠른 것은 물론 눈가에 편안함을 선사한다(15g 13만 원). 에디터 권유진

**Fashion**  
**REMARKABLE FACES**

변덕스럽기 그지없는 패션계에 영원한 승자는 없는 법. 런웨이의 파블레를 장식하기도 다음 시즌엔 자취를 감추는다면, 빼앗으면 크리에이티브 디렉터의 자리를 보전하기도 어려운 지경이다. 시즌 콘셉트를 한 장의 이미지로 함축적으로 표현하는 광고 캠페인 역시 마찬가지. 어제의 적은 오늘의 동지라는 말이 패션계에선 당연하게 여겨진다. 빅 브랜드의 모델이 다음 시즌 경쟁사의 무주로 등장하는 것은 흔한 일이나, 2014 F/W 시즌 광고 캠페인을 찬찬히 들여다보면 겹치기 출연이 다반사다. 그야말로 내가 제일 잘나가기를 외칠 만한 얼굴이 한눈에 요약되는 것. 그 선두 주자는 단연 카라 델레비안. 2011 S/S 바버리 광고 캠페인에 등장했을 때만 해도 낯설었던 이 얼굴은 이제 모시기 바쁜 귀한 몸이 되었다. 바버리는 물론이고 말버리, DKNY, 라 플라, 리카펠트의 총애를 받아 사냥까지 접수했다. 또 하나의 영국 걸인 1990년 생 에디 캠펠의 성장도 만만치 않다. 새하얀 피부와 흑발이 대비를 이루며 동화적인 분위기를 연출해낸 그녀가 등장한 광고는 일렉산더 맥퀸, 후고 보스, 보테가 벤테타, 산드로 등 다 열거하기 어려울 정도. 다리아 워보이는 셀린노와 DVF, 이림먼트 등 하이 패션과 컨템퍼러리 브랜드를 넘나들며 여전한 존재감을 발휘하고 있다. 전성기를 누렸던 자젤 변천도 이번 시즌을 기점으로 화려하게 부활했다. 자젤의 파워풀한 카리스마는 발렌시아가를 비롯해 스투아트 와이츠먼, 이자벨 미랑, 쇼-아 리카펠트의 흑백 필름에 담겨 있다. 이쯤 되면 내년 봄어름 컬렉션의 얼굴들이 궁금해진다. 에리조나 뮤즈, 니탈리아 보디노버의 재등장? 아니면 듣도 보도 못한 신인 모델들? 에디터 베이진



카라 델레비안

에디 캠펠

다리아 워보이

**INSIGHT**

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

**Living**  
**삶에 윤기를 더하는 라이프스타일 브랜드의 열기**

일상에 풍요로운 감성을 더해주는 다채로운 소품과 가구, 캐주얼한 패션까지 접할 수 있는 라이프스타일 매장의 열기가 상식치 않다. 서울 시내 곳곳에 개성 넘치는 라이프스타일 숍이 생겨나고 있는 것. 라이프스타일 편집 숍 센트럴포스트(www.central-post.com)는 새 매장 '이들리&프로젝트'를 오픈했다. 서울 압구정동 로데오 본점과 한남백화점 키오스크에 이어 창립동에 문을 연 '이들리&프로젝트' 매장은 이 브랜드 이트 디렉터인 김지은 실장의 2층전을 개조한 공간이라 포근하고 정감 어린 느낌을 지어낸다. 전 세계에서 수집했다는 다양한 라빙 소품과 빈티지 가구가 곳곳에 놓인 이 매장에는 요즘 밀집에서 달콤한 향기가 나는 독특한 캐주얼화로 인기를 끌고 있는 스페인 브랜드 빅토리아 슈즈 같은 패션 아이템도 맵시 있게 진열돼 있다. 압구정 본점에는 세계적인 라빙화 브랜드 브룩스 라빙의 헤리티지 컬렉션도 선보일 예정이다. 신사동 기로수길에는 온갖 라빙용품과 패션까지 아우른 토종 브랜드 자주(jaju)가 존재감을 드러내고 있다. 이마트의 자연주의를 전신으로 한 이 브랜드는 라빙 열 작업을 거쳐 새로 선보였다. 지하 1층, 지상 5층의 건물에 합리적인 가격대의 다양한 품목을 갖춘 기로수길 플래그십 매장은 모객에 유리한 크기에 자리 잡고 있다. 아가자기한 예코 백, 주부들이 개발 단계부터 참여했다는 키친웨어, 편안한 디자인의 홈웨어, 간단한 수납 가구까지 갖추고 있다. 또 한국적인 문화 감성을 담은 의류, 가방, 식기 등도 판매한다. 강남역 근처에는 일본 라이프스타일 브랜드 니코앤드(Niko And) 1호점이 들어섰다. 2535 연령대의 남녀를 주로 겨냥했다는 이 브랜드는 미니멀리즘이 특징인 일본 브랜드 무안용품과는 차별되는 스타일을 지녔다. 실용적인 가구와 빈티지 감성의 인테리어 소품, 화려하지 않지만 멋스러운 의류와 가방 등 볼거리가 많다. 에디터 고성현



자주



이들리&프로젝트



니코앤드



**Focus**  
**프랑스 오디오 브랜드 포칼, 매력적인 소리를 전하다**

소리는 우리네 삶을 감싸는 주요한 힘이다. 그런 만큼 고품질 소음을 담는 "그릇인 오디오 기기, 그리고 그 아름다운 장치들을 포용하는 공간의 힘 역시 중요하다. 이러한 '소리 환경을 갖춘 이상적인 공간'이 서울 강남 한복판에 들어섰다. 최근 신사동에 모습을 드러낸 프랑스 오디오 브랜드 포칼(Focal)의 628㎡(1백90평)짜리 플래그십 스토어로, 국내 최대 규모의 오디오 스토어이자 전 세계적으로도 이 브랜드 매장 중 가장 크다고 한다. 단지 제품을 판매하는 상점이 아니라 5개나 되는 세련되고 입력한 청음실에서 헤드폰이나 휴대용 스피커부터 하이엔드 오디오까지 매우 다양한 가격대의 스피커를 만나 볼 수 있는, 그래서 보다 폭넓은 대중과 소통하기 위해 마련한 청음 공간이다. 1979년 프랑스 생에티엔에서 설립된 이래 줄곧 메인드인 프랑스를 고수해온 포칼은 다채로운 풍부한 '소리' 자원을 자랑한다. '우토피아' 라인을 비롯한 수억 원대 하이엔드 스피커를 제조하는 기술력뿐만 아니라 보다 대중적인 가격대의 라이프스타일 오디오 라인, 무선 기능을 확충하고 있는 홈 엔터테인먼트, 인지도 높은 카 오디오, 디자인과 성능을 겸비한 '스피릿 원' 헤드폰 등 폭넓은 제품군을 바탕으로 유럽은 물론이고 북미, 동남아시아 시장으로 활기치게 위세를 더해 가고 있다. 소리에 의한 풍요로운 삶의 변화를 만들고 싶다면 방문할 만한 가치가 있는 라이프스타일 공간이다. 다양한 문화 프로그램을 위한 대관도 가능하다. 보다 자세한 내용은 이번 호 '쇼룸(Showroom)' 기사에 담겨 있다. 문의 02-549-9081 에디터 고성현



**GUCCI**

GUCCI.COM



46



49



표지에 등장한 이미지는 토즈의 여성 컬렉션 크리에이티브 디렉터 일레안드라 파카네다가 연출한 2014년 F/W 토즈의 광고 비주얼이다. 모델이 들고 있는 가방은 지난 시즌부터 새롭게 소개하는 '다-큐브(D-Cube)' 백. 이번 시즌에는 앙증맞은 마이크로 사이즈와 체크무늬 버전도 출시되었다. 문의 02-3438-6008



30



10

- 14 **숨은 능력자 '투명 인간'을 기억하라** 빛이 반짝이도록 뿔뿔히 찢어주는 투명 인간들의 가치를 기억하고, 그런 인제가 조용히 안개할 수 있는 문화를 만들어갈 필요가 있지 않을까.
- 16 **REMEMBER PEARL** 여자를 위한 주얼리인 진주, 여자에게 더더욱 특별한 소중한 주얼리 컬렉션.
- 18 **TIME FOR ELEGANCE** 오직 여자가 누릴 수 있는 드라마틱한 디자인의 주얼리 워치 컬렉션.
- 20 **BON VOYAGE** 살레는 마음을 품고 떠나는 새로운 도시로의 여행. 그 시작을 함께할 럭셔리 여권 케이스.
- 22 **DEEP&SOFT** 낙엽의 빛깔이 화려한 계절, 여자의 얼굴도 아름답게 물든다.
- 24 **ENJOY, BLUES** 블루 셔츠의 다양한 얼굴을 결정짓는 일곱 가지 타이프스타일링을 준비했다.
- 26 **FREE STEPS** 슬림은 인기는 현재진행형이다. 어디론가 떠나고 싶은 자유로운 발걸음을 위한, 남자의 슬림.
- 28 **BRILLIANT LEGACY** 아름다운 옷은 아름다운 환경이 만든다라는 남다른 기업 철학은 1백 년이 지난 지금, 에르메네즈도 재능을 이탈리아 아산사복을 대변하는 최고의 브랜드로 만들었다.
- 30 **CHIC ON FALL** 모던하고 클래식한 남자의 가을이 왔다.
- 38 **AUDACIOUS BEAUTY** 올해 탄생 20주년을 맞은 뷰티 브랜드 나스(NARS)는 아름다운 정의로 조금 어렵지만 의미심장한, 대담한 아름다움(audacious beauty)을 이야기한다.
- 40 **SUPER ANTI-AGING** 차오르는 탄력으로 주름줄기의 원인을 케어하는 안티에이징 제품, 살화수 자이언센스.
- 41 **ULTIMATE POWER SERUM** 시세이도의 신제품, 얼티문 파워 인퓨징 컨센트레이트가 있다면 여한 외부 자극에도 피부 스스로 맞서 싸울 힘을 가질 수 있다.
- 42 **JACKIE FOREVER** 고급스러운 색상과 소재, 현대적인 디자인이 돋보이는 재키 소프트 백 컬렉션.
- 43 **TECHNICAL SHADE** 이번 시즌 레이벤은 독자적인 테크놀로지를 담은 진보된 방식의 티타늄 아이웨어 컬렉션을 선보인다.
- 44 **REFINED PERFECTION** 여유로운 라이프스타일을 지향하는 여성들의 목마름을 채워줄 럭셔리 클래식 셀렌트 슝, 트리니티(Trinity)가 주목받고 있다.
- 45 **UNCONSTRUCTED CLASSIC** 아시아 최초이자 전 세계에서 두 번째로 오픈하는 신세계백화점 본점의 불리올리.
- 46 **GREAT MASTERPIECES** 명품 브랜드에 역사가 왜 중요한지, 최상의 퀄리티를 위해 한사도 수지 않고 노력한다는 것이 어떤 의미인지 생생하게 목격할 수 있었던, 몽블랑과의 특별한 여정.
- 48 **EDITOR'S PICK** 신개념 에센스와 다채로운 향수, 에센셜 메이크업 제품이 강세를 보이는 이달의 코즈메틱.
- 49 **SO NATURAL** 1828년 이래 정상의 정성과 손길이 녹아든 역사를 이어온 프랑스 수제 비누 브랜드, 랑팔리투르. 스타일을 입힌 위스키, 사선을 탐하다 클래식한 전통에서 벗어나 모던한 감각을 지향하며 나름의 혁신을 추구해온 임페리얼 보틀 디자인의 변천사를 살펴보자.

# Style 조선일보

Issue.114 September 2014

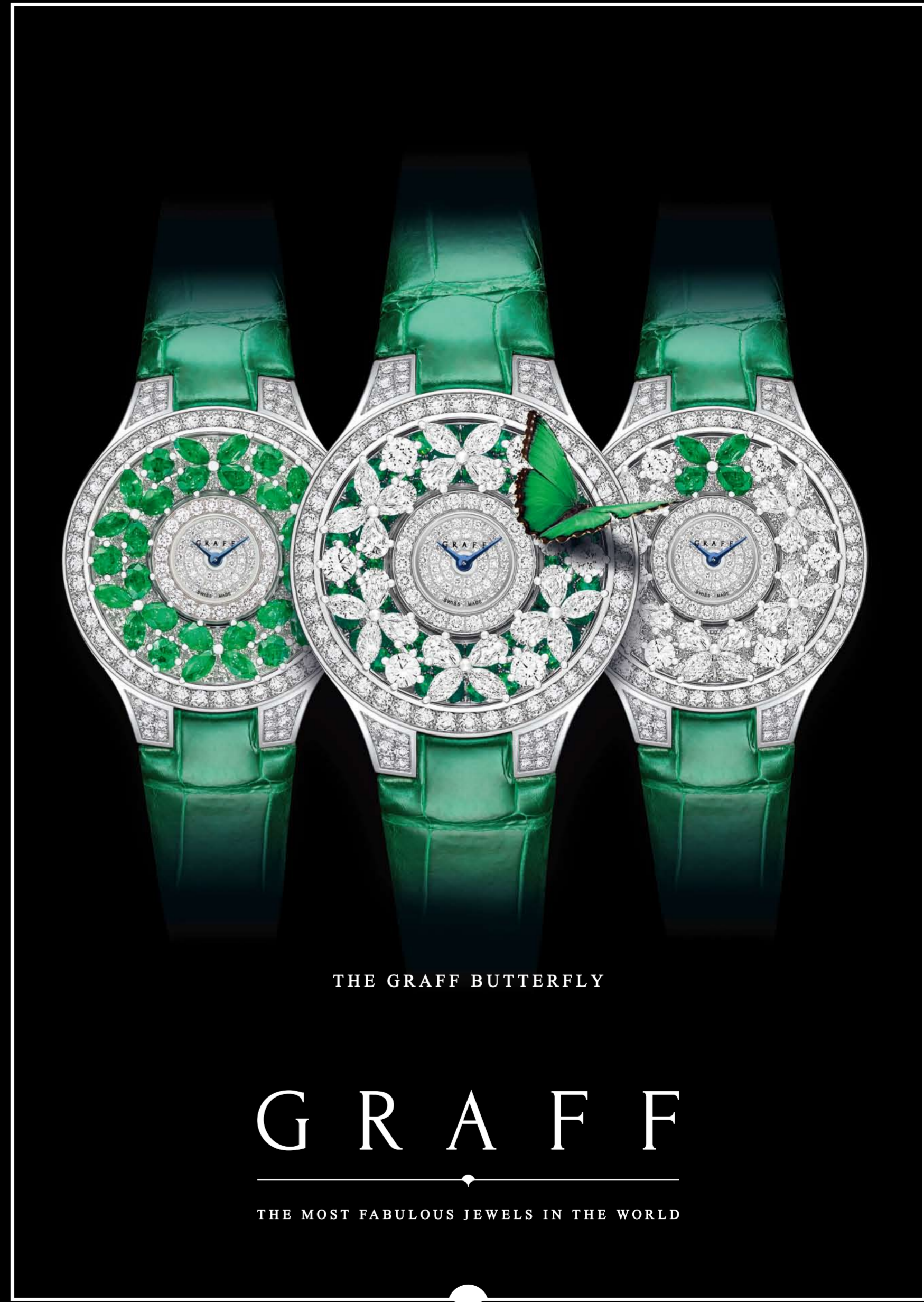
대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com  
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com  
 패션 - 뷰티 에디터 | 배미진 mijin@chosun.com 권유진 yjkwon@chosun.com  
 이메일 | yejin.lee@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 okida@chosun.com 교열 | 이정현  
 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com  
 조동일 ci@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 - 재판 | 사법 그래픽스  
 인쇄 | 타리타피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패리온 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, 수원, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.  
 ※ 2·3·4·9·10월은 첫째 주 수요일에 격주로 두 번 발행됩니다.  
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다.

(스타일 조선일보) 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트, 실질적인 정보의 럭셔리 브랜드 갤러리, 품격 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



THE GRAFF BUTTERFLY

# GRAFF

THE MOST FABULOUS JEWELS IN THE WORLD

THE SHILLA HOTEL +82 2 2256 6810

WWW.GRAFFDIAMONDS.COM



강렬한 사슴 패턴이 눈에 띄는 스웨터 셔츠 60만원대  
요시오 쿠보 by 루이.



컬러 블록이 감동적인 가죽 워킹 브리프케이스. 42X31cm, 4백2만원 브태가 베네타.



빈티지하게 처리한 버클과 가죽 고임 장식이 멋스러운 브레이슬릿  
1백3만5천원 구찌.



클래식한 체크 패턴과 핑키한 스티드의 조화가 개성 있는 하이탑 스니커즈  
1백49만원 크리스찬 루부탱.



레트로풍 프레임이 돋보이는 클래식한 선글라스 40만원대  
조르조 아르마니 by 룩스타카 코리아.



시승 모던이 새겨진 체크 울 모자 95만원  
롤 브라운.



패시용 패턴의 실루엣이 아름다운 넥타이  
1백39만원 구찌.



미니멀한 디자인의 토리올 가죽 포트폴리오. 36X28cm,  
2백90만원대 루이 비통.



가장 화려한 컬러 패턴이 포인트인 큐브 큐브 큐브  
14만원 샤넬.



감각적인 패턴으로 패턴이 뿔뿔이 뚫려서  
벨트 88만원 자갈라.



화려한 것별 장식과 메탈 브로 요우트를 준 보타이 38만원 코르시테라베도리  
by 10 포르소 코요.



익살스러운 파인애플 해골 패턴을 프린트한 백팩. 31X40cm, 가격 미정 생로랑.



카모플라주 패턴의 캐시미어 니트 1백40만원대 발렌티노 by 201.



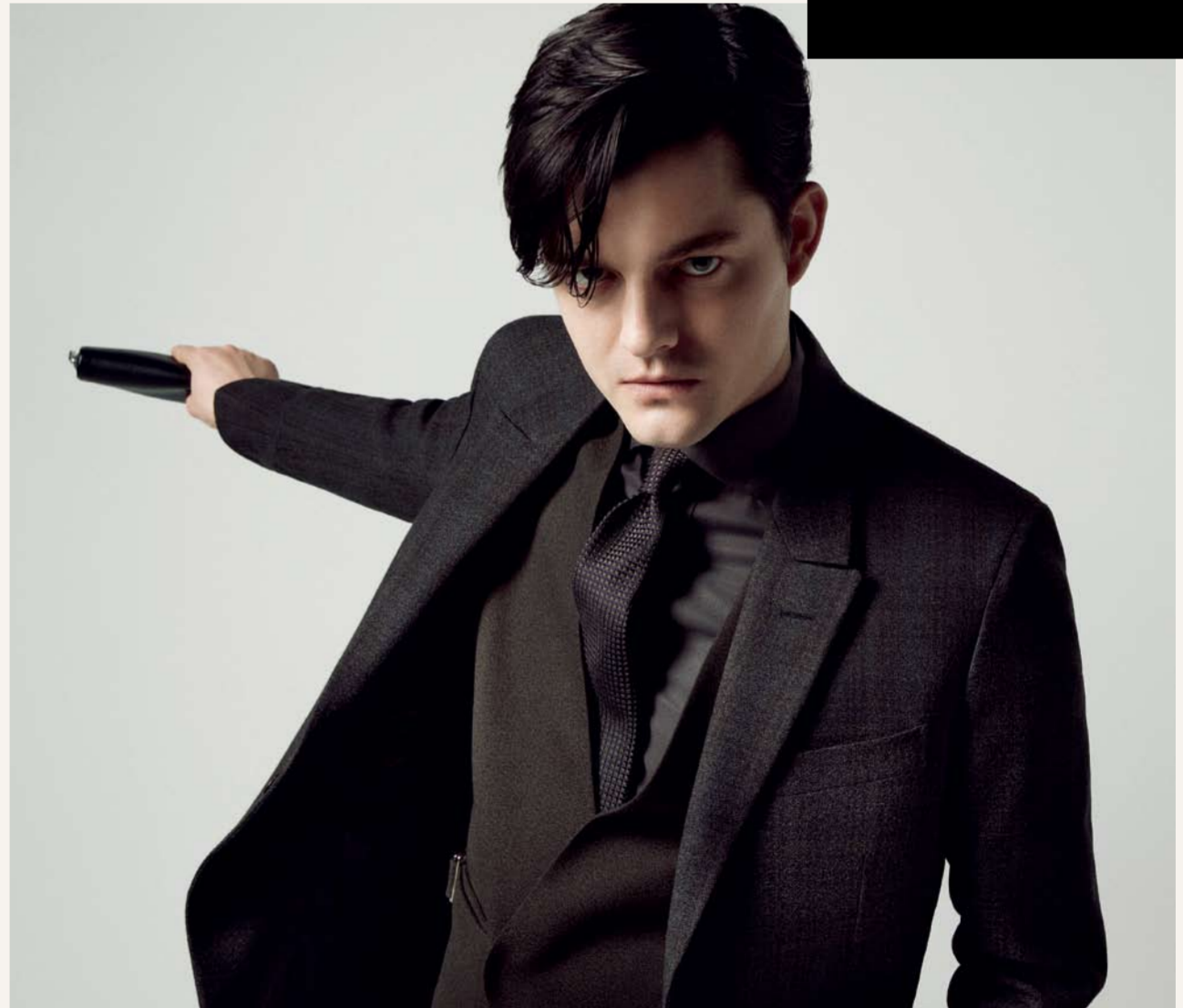
구찌 157-1921  
키톤 02-6905-3787  
롤 브라운 02-6905-3505  
루이 비통 02-3432-1854  
생로랑 02-6905-3924  
폴 스미스 02-3447-0278  
자갈라 02-517-7560  
무이 02-3446-8074  
크리스찬 루부탱 02-6905-3795  
룩스타카 코리아 02-501-4436  
보태가 베네타 02-6905-3791  
10 포르소 코요 02-3018-1010  
에르메네빌도 제나 02-518-0285

체크 패턴 리버시블을 보트 기적  
미칭 에르메네빌도 제나 쿠이르  
촬영진 by 스티파노 할라타.

ZEGNA.COM



Ermenegildo Zegna  
COUTURE



고급스러운 뱀가죽 소재의 홀스빗 버클 슬더백, 27X20cm, 3백90만원대 구찌.

골드 메탈 장식의 가죽 브레이슬릿 가격 미정 **클로에**.

태슬 장식과 원석이 조화를 이루는 브레이슬릿 15만원 **미네타니 by 10 코르소 코모**.

플라워와 체크 패턴이 포인트인 니트 가격 미정 **비비안 웨스트우드**.

화려하고 감각적인 귀모 비비올리아 스트랩 힐 1백60만원 **발렌티노**.

미-업라인에서 볼륨감 있는 디자인의 백신디 자켓 97만원 **마틴 마르지엘라**.

강렬한 눈 모티브가 위트 있는 하이힐, 1백만원 **피에르 아르디**.

스카르피에 유광형 에이스테트 이색형 **에디 디올**

부드러운 텍스처가 느껴지는 빛살무늬 벨트 가격 미정 **펜디**.

규칙적으로 반복되는 컬러 블록이 멋스러운 다-큐브 백, 26.5cmX20cm, 2백40만원대 **토조**.

빛으로 속속 그린 듯한 패턴이 인상적인 핸드 프린티드 트랜치코트 5백60만원 **버버리 프로섬**.

리치아노-피로 코르티를 준비한 스카르피 자켓 1백30만원 **발렌티노**.

- 룩스티카 코리아 02-501-4436
- 클로에 02-6905-3670
- 10 코르소 코모 02-3018-1010
- 발렌티노 02-2015-4622
- 구찌 1577-1921
- 샬린느 02-540-0486
- 펜디 02-2056-9022
- 생로랑 02-6905-3924
- 토조 02-3438-6008
- 에르메스 02-544-7722
- 버버리 프로섬 02-3485-6536
- 피에르 아르디 02-310-5052
- 마틴 마르지엘라 02-6905-3676
- 비비안 웨스트우드 02-543-1713

# for her Selection

화려해서 더욱 매력적인, 위트와 멋이 가득한 패턴 플레이.  
photographed by hong seung eun

Publicis EtNou



Metamorphosis, an Hermès story



«Dressage» chronograph in steel, silvered dial, mat alligator strap  
라 몽트르 에르메스 코리아  
02 3448 0728  
Hermes.com



# 숨은 능력자 ‘투명인간’을 기억하라

이 세상에는 자신을 굳이 드러내길 원하지 않고 우리 사회와 조직을 단단하게 지탱하는 ‘소금’으로 살아하기를 원하는 소중한 일꾼들이 있다. 자기 PR이 강조되는 요즘 시대에 은은하게 빛나는 숨은 능력자들이다. 한 작가는 “진짜 전문가들은 스스로 그림자 속에 숨어 있기도 하다는 점을 명심해야 한다”며 대중이 모르는 무거운 짐을 지고 묵묵히 기여하는 인재들 가리켜 ‘투명인간’이라 칭하기도 했다. ‘빛이 반짝이도록 뒷받침해주는 투명인간들의 가치를 기억하고, 그런 인재가 ‘조용히’ 만개할 수 있는 문화를 만들어갈 필요가 있지 않을까.

소설가 성석제의 신작 <투명인간>은 자본주의 사회에서 소외되고 도태되어가는, 그래서 ‘없는 사람’ 취급을 받는 한 남자의 비정한 현실을 다룬다. 한 언론사와 나눈 인터뷰 속 그의 표현을 빌리자면 존재가 초처럼 닳아버린 인물에 그리고 싶었다고. 이 작품은 허버트 조지 웰스의 SF 소설 <투명인간>(1897)을 절로 떠올리게 한다. 인체에 화학 처리를 해 타인의 눈에 보이지 않는 초인이 된다는 설정은 과학적 오류에 대한 지적도 받았지만 착상 자체가 기발한 데다 인간의 정체성 문제를 제기했다는 점에서 문화적으로도 높은 평가를 받은 소설이다. 무려 1세기도 더 전에 발표된 이 작품은 주인공이 자신의 ‘투명 파워’를 이용해 온갖 악행을 저지르는 내용을 담고 있기는 하지만 소외된 인간의 고독을 다뤘다는 점에서는 성석제의 작품이 말하고자 하는 메시지와 맞닿는 맥락도 살짝 짝고 있다.

흥미로운 건 투명인간이라 하면 대부분 부정적인 연상을 하게 된다는 점이다. 존재감이 별로 없는, 사회나 조직에서 있으나 마나 한 취급을 받는 잉여 인간을 떠올리는 것이다. 그런데 인간에게는 분명 타인의 시선을 피하고 싶은 욕망, 그리고 눈에 띄지 않는 데 대한 불안감이 동시에 존재하며, 이렇게 상충된 감정들은 한 영혼 안에서 빈번히 갈등을 일으키기도 하는 것 같다. 이러한 욕구들의 조합과 갈등의 강도에도 개개인마다 차이가 있을 테고 말이다. 그래서 이 세상에는 세인의 시선을 갈망하는 이들과 자신의 일에 대해서 인정은 받되 화려하게 주목받는 것은 원치 않는 이들도 있다. 최근 후자의 사례들을 삼층적으로 다룬 책이 꽤 흥미롭게 다가온다. 뉴욕을 무대로 활동하는 작가이자 강연자인 데이비드 크라이크가 집필한 <Invisibles: The Power of Anonymous Work in an Age of Relentless Self-Promotion>이란 작품이다.

## 숨은 능력자들, 이 시대의 투명인간들

우리 사회의 숨은 능력자에 초점을 맞추는 이 책은 그런 인재들을 가리켜 ‘투명인간’이라 칭한다. 자신의 분야에서는 나름 뛰어난 전문 역량을 갖췄지만 굳이 이름을 널리 알릴 대중의 눈길을 끌거나 언론의 스포트라이트, 업계나 조직의 과도한 관심을 받지 꺼린다는 점에서 얻은 별칭이다. 앞서 언급한 소설들이 풍기는 고전적인 이미지와는 달리 존재감이 없어 서가 아닌 것이다. 너도나도 자기 PR을 극성스럽게 해대며, 그런 풍조를 옆에서 부추기는 시대라지만 우리 주변에는 분명히 화려한 조명을 마다하며 자신이 할 일에만 묵묵히 집중하는 탁월한 일꾼들이 터러 눈에 띄지 않는가? 실제로 크라이크가 전 세계를 누비며 인터뷰한 결과에 따르면 이런 투명인간 유형의 사람들이 건축업계뿐만 아니라 실로 다양한 분야에 걸

쳐 곳곳에 흩어져 있었다고 한다. 예를 들자면 대개 ‘김판으로 부각되는 건축가의 그림자에 가려 있지만 고도로 복잡하고 규모 있게 설계되는 건축물들의 토대를 다지는 필수적인 인력인 구조 공학자, 저명한 심포니 오케스트라의 악기를 손보는 피아노 기술자, 스타 작가를 발굴하는 출판사의 능력 있는 편집자, 이름을 앞에 내세우지 않지만 높은 수준의 감정이입으로 필적을 휘두르는 대필 작가, 명품 향수를 만들어내는 조향사 등 그 면면이 꽤나 다채롭다. 지위의 고하도 크게 상관없지만, 투명인간 중에는 자기 분야에서 정상급에 자리하고 있는 경우도 꽤 많다. 기업의 CEO라고 해도 미디어에 항상 노출되며 주목받는 걸 좋아하는 사람도 있고, 유명세를 타는 데 대한 반감을 갖고 웬만하면 길으로 드러나지 않게 활동하는 사람도 있지 않은가.

## 타인의 ‘주목’이 아니라 지평 넓히는 ‘일 자체’를 갈구한다

크라이크가 세계적인 경영자 <허버트 비즈니스 리뷰>에 소개한 대표적인 투명인간의 예는 그래픽 디자이너이자 브랜드 네이밍과 아이덴티티(BI) 전문가로 활약했던, 지금은 고인이 된 마이클 크로난(Michael Cronan)이란 인물이다. 아마존의 전자책 리더(reader)기에 불을 지피다, 자극하다라는 뜻의 ‘킨들(Kindle)’이란 이름을 붙여주고 TV 프로그램을 녹화하는 디지털 비디오 리코더의 상표명 티보(Tivo)을 만들었던 크로난은 이처럼 뛰어난 작업 실력으로 업계 관계자들 사이에서는 인정받았지만 대중적인 인지도는 누리지 못했다. 하지만 그는 결코 스포트라이트를 받는 것을 원하지 않았고, PR에 적극적이지도 않았다. 이런 유형의 일꾼들에게 중요한 건 유명세가 아니라 ‘일을 즐기는 것’이고, ‘나보다는 ‘우리를 강조하는 성향이 짙으므로 자신에게 쏟아지는 쓸데없는 관심은 업무에 방해가 된다고 여긴다. 그렇다고 무작정 ‘인정을 꺼리는 건 아니다. 크라이크는 투명인간들이 지닌 공통적인 특징으로 자신이 책임을 지는 일을 진정으로 즐긴다는 점, 일 처리를 꼼꼼하게 하는 완벽주의와 성향을 지녔다는 점, 그리고 인정에 대한 이중적인 욕구를 꼽았다. 남들의 집중적인 관심을 받는 건 꺼릴지라도 자신이 하는 일의 가치를 정당하게 인정받고자 하는 감정이 공존하는 ‘양가감정을 품고 있다는 설명이다. 그런데 여기서 ‘인정’이라는 단어에는 미묘하지만 중요한 차이가 있다. 성과 덕분에 자신이 주목을 받는 게 아니라 실력을 키울 수 있는 ‘일 자체’로 얻는 내적 보상이야말로 이들이 원하는 ‘인정의 증표’라는 점에 있다. 다시 말해 이들에게는 자신이 좋아하고 몰입할 수 있는 일을 통해 지평을 확장하고 기여할 수 있는 환경을 제공받는 것이야말로 최고의 보상적인 셈이다.

## 내 짝을 찾이라, ‘빛과 소금’이 어우러진 파트너십의 미학

물론 이러한 ‘투명인간적’ 성향은 상당 부분 타고나는 것이다. 세상에는 TV 스타나 영화배우가 아니라도 명성을 추구하고, 타인의 선망과 인정 없이는 크게 동기를 부여받지 못하는 유형이 엄연히 존재하며, 그게 나쁜 것도 아니다. 능력치가 비슷한 경우, ‘빛처럼 존재감을 반짝이며 살다’고 고문해 ‘소금처럼 묵묵히 무대 뒤를 지켜야 한다’면 비극일 테니 말이다. 게다가 것처럼 ‘빛이 어울리는 이들도 소중한 존재다. 특히 역량과 매력에 뒷받침되는 인재라면 많은 이들에게 영감을 선사하는 롤모델이 될 정도로, 그야말로 반짝반짝 빛나기도 한다. 하지만 기꺼이 소금으로 살아가고자 하는 투명인간들은 반대로 빛을 못 받아도 개의치 않거나, 오히려 일에 오롯이 몰입하도록 놔두지 않는 방해 요소로 작용할 수도 있는 타인의 관심과 찬사를 불편하게 느낀다. 이처럼 빛과 소금형 인재들이 잘만 어우러지면 세상을 변화시킬 만큼 막강한 콤비가 탄생할 수 있다. 1984년부터 2005년까지 글로벌 기업 디즈니의 회장이자 최고경영자(CEO)로서 공격적으로 성장을 주도했던 마이클 아이즈너는 자신의 경험을 비롯해 그가 직접 취재하고 인터뷰한 동시대 위대한 리더들의 사례를 직접 녹여냄으로써 절묘한 균형을 자랑하는 파트너십의 손기능을 다룬 <Working Together>라는 책을 남기기도 했다. 세계 최고의 투자가가 자리매김해온 워런 버핏과 그가 이끄는 투자회사 버크셔 해서웨이의 부회장이자 버핏의 단짝 사업 동지이며 ‘숨은 마법사로 불리는 찰리 멩거, 단순한 부부가 아니라 완벽한 파트너 관계를 구축했다는 평가를 듣는 빌, 멜라니 게이츠 부부 등의 다채로운 얘기가 담겨 있다. 진정한 시너지를 창출할 수 있는 협업의 미학이 기막히게 작동하는 파트너 조합이 흥미로운 사례들이다.

## 위대한 성공의 밑바탕에는 환상의 짝들이 있었다

그중 저자인 아이즈너 회장의 경우 프랭크 웰스라는 소중한 파트너를 뒀는데, 그가 급작스러운 헬기 사고로 사망하기 전까지 10년을 함께했다. 사실 원래는 둘이 디즈니의 공동 회장직을 제의받았지만 아이즈너가 단독을 고집하자 웰스가 즉석에서 일인자 자리를 양보하고 자신은 사장이자 최고운영책임자(COO)를 맡았다고 한다. 워너 브라더스 사장 출신으로 그 자신도 만만찮은 이력을 자랑했지만 아이즈너의 결을 지키며 충실한 조력자 역할을 했던 웰스. 그가 늘 자신의 지갑에 지니고 다니던 종이는 포천 쿠키 속에 들어 있던 쪽지였는데, 이렇게 적혀 있었다고 한다. “겸손이야말로 최후적인 성취다.” 독불장군형 리더십으로 유명한 아이즈너는 웰스와 같은 친구이자 파트너는 다시는 찾을 수 없었다고 고백하며 다음과 같이

회상했다. “아무런 사심 없이 날 보호하고 후원하며, 내게 조언을 해주는 사람과 함께 일한다는 게 어떤 것인지 깨닫게 됐다. 우리는 1+1은 2보다 크다는 걸 배웠다.” 이처럼 환상의 짝꿍을 이룬 또 다른 사례로는 샤벨과 펜디의 수석 디자이너로 살아 있는 전설로 통하는 칼 라거펠트와 종이책을 몹시도 사랑하는 출판업자 게르하르트 슈타이너들이 있다. 샤벨의 화보집과 다양한 출판 프로젝트를 통해 20년 넘게 파트너십을 이어오고 있는데, 라거펠트는 자신의 감각을 예술적으로 담아낸 각종 출판물의 세계에 대해서는 슈타이너를 전적으로 신뢰한다. 작년 서울 대림미술관에서는 주로 빛에 가려져온 마에스트로 슈타이너의 창작 세계를 조명하는 전시를 열기도 했다. 필자는 당시 그가 종이책을 제작해보려는 아티스트나 사진가들을 대상으로 진행한 1일 워크숍을 참관한 적이 있다. 참가자들에게 그들이 가진 콘텐츠에 가장 잘 어울린 만한 디자인에 대해 세심하게 조언해주느라 점심시간조차 잊은 듯한 슈타이너의 모습이 몹시 인상적이었다. 결코 웃고 있지는 않았지만 은근히 즐거워 보였다고나 할까.

## 투명인간에게서 본받아야 할 궁극의 장점은?

이 대목에서 지금은 고인이 된 영국의 세계적인 조각가 앤서니 카로 경의 조수 페트릭 커닝엄이 떠오르는 건 아마도 ‘즐거움’이라는 공통된 속성 때문일 것이다. 용접 등 강철을 다루는 솜씨가 일품인 테크니션인 커닝엄은 세속적인 것대로는 ‘성공’이라는 단어가 어울리지 않을 지도 모르지만 카로의 손발이 돼 역사에 남을 조각품을 빚어낸 ‘즐거운 투명인간’이었다. 아니, 일 자체를 사랑하는 장인의 혼을 지닌 투명인간이라면 당연히 것처럼 명령할 수밖에 없을 것이다. 빛을 추구하는 이는 밤에는 고통스러울 수밖에 없지만 투명한 존재감에 자족하고, 일 자체를 목적이라고 여긴다면 아무래도 행복도가 높을 테니까. 사실 ‘빛을 사랑하든, 소금을 지향하든, 저마다 이미 내재해 있는 성향을 어찌하는 못할 것이다. 스스로 투명인간을 선호한다고 해도 그 투명함의 정도도 제각각일 테고 말이다. 하지만 적어도 (가장 완성형에 가까운) 투명인간의 최대 장점은 누구나 기억해두고 닮아가려 할 필요가 있을 듯하다. 워런 버핏이 자신의 평생 조력자인 찰리 멩거를 두고 말했듯이, 그건 바로 ‘시각하는 능력이 없다는 점’이다. 그 이유는 버핏이 자신의 회사 주주들을 모아놓은 연례 회의에서 끄집어내는, ‘7대 죄악’을 두고 한 설명에 잘 나와 있다. “모든 죄악은 잠깐이지만 해도 약간의 즐거움을 동반합니다. 하지만 시기심만은 예외죠. 그런 아무짝에도 쓸모없는 것입니다. 늘 그 사람을 따라다니며 괴롭힐 뿐이지요.” ■ **에디터 고성현**



# remember Pearl

한때는 추억의 보석으로 기억되었던  
진주가, 조개껍데기 속 광택이  
나는 아름다운 층을 분리해낸 머더오브펠과  
만나 화려한 시대를 연다. 여자만을 위한  
주얼리인 진주. 여기에 머더오브펠을  
더한 순수한 주얼리 컬렉션.  
photographed by park gun zoo



(왼쪽부터 시계 방향으로) 지중해 남부 아르베스코 건축양식에서 영감을 받은 인피르시오 네크리스와 링. 핑크 골드 에 머더오브펠로 기하학적 패턴을 완성했다. 네크리스 1천만원대, 링 2백만원대 모두 불가리. 머더오브펠 소재를 주얼리의 주류 소재로 끌어올린 의미 깊은 머지 알함브라 컬렉션 이어링. 최상의 빛깔을 지닌 화이트 머더오브펠 소재를 선택해 아름답게 배웠다. 가격 미정 반물리프 아젤. 남양 백점 진주와 흑점 진주를 음양의 개념을 반영한 듯 멋지게 배치한 밸런스 유니이트 네크리스 2천만원대, 6mm 이코아 진주와 최상급 0.57캐럿 다이아몬드를 세팅한 밸런스 솔로 링 1천2백만원대, 진주를 일렬로 늘어놓은 18K 화이트 골드 비의 균형이 아름다운 밸런스 네크리스 5백만원대 모두 타사키. 부와 지혜, 다산의 상징인 병의 형상을 그대로 표현한 세르펜티 브레이슬릿. 옐로 골드와 머더오브펠로 우아하고 강렬한 디자인을 완성했다. 2천만원대 불가리. 까르띠에가 새롭게 선보이는 시그니처 컬렉션 아틀레트 드 까르띠에 브레이슬릿. 자개 패턴에 다이아몬드를 세팅한 매혹적인 원형 밴드트가 심플하고도 우아하다. 2백만원대 까르띠에. 에디터 베이진

까르띠에 1566-7277 반물리프 아젤 02-3479-6032  
타사키 02-3461-5558 불가리 02-2056-0172



**Kiton**  
THE BEST OF THE BEST +1

THE GALLERIA EAST 4F / 82 2 514 9088 SHINSEGAE MAIN 3F / 82 2 310 1578 HYUNDAI MAIN 4F / 82 2 3449 5394  
GRAND HYATT HOTEL ARCADE / 82 2 749 3088 SHILLA HOTEL ARCADE / 82 2 2236 3088 DEBEC PLAZA 2F / 82 53 423 9788 KITON.IT

# Time for elegance

자개로 만든 섬세한 다이얼, 화려한 다이아몬드 장식, 작은 곤충 모티브와 유려한 곡선, 오직 여자만이 누릴 수 있는 드라마틱한 디자인의 주얼리 워치 컬렉션. *photographed by park gun zoo*



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) **우먼 오조 센터 아이비** 이미 1930년대에 여성 컴플리케이 다. 케이스 옆면에는 돌결을 형상화한 웨이브 패턴과 세라믹 링이 은근한 멋을 드러낸다. 선 위치를 선보였을 만큼 여성 위치에 대한 노하우가 풍부한 블랑팡의 여성 위치, 중심에서 벗어난다. 문의 02-511-5797

**제니 스타 오픈 무브먼트** 볼 수 있도록 화려한 하트 모양의 오픈형 케이스를 더한 독특한 디자인이다. 고객의 요청에 따라 해바라기 대신 초상화 등 원하는 문양을 수작업으로 제작할 수 있다. 여성 위치임에도 브랜드를 대표하는 에 프리메로 무브먼트를 장착했다. 무브먼트, 달걀형 베젤에 다이아몬드를 정교하게 세팅했다. 8천만원대. 문의 02-3438-6218

의 정교한 움직임들 통해 주얼리 워치 이상의 화려함을 선사한다. 짙은 네이비 컬러의 로마자 인덱스와 유려한 곡선형 디자인의 케이스가 유니크하다. 1천4백만원대. 문의 02-3467-8733 **가르피에 에니얼 샤니스 드 가르피에 비즐 데코 워치** 에니얼로 완성된 무덤벌레가 살아 있는 듯 생명이 느껴지는 하이 주얼리 워치. 브랜드의 시그니처인 오키드까지 세밀하게 묘사했다. 꽃잎 하나하나에 다이아몬드를 세팅해 마치 브레이슬릿 같다. 컬렉션 드레스에 웨딩리얼트 다이아몬드 5.7캐럿을 세팅했다. 가격 미정. 문의 1566-7277

도 잘 어울릴 만한 화려한 디자인의 워치. 8천5백만원대. 문의 02-3442-0962 **가르피에 베누아 S 워치** 획기적인 디자인을 선보이는 가르피에의 리브르 컬렉션 중 최근에 소개된 **오메가 레이다 메릭** 기계식 여성 위치에 많은 투자를 하고 있는 오메가의 대표적인 여성 위치 걸인 베누아 S 워치. 육조 모양의 베누아 위치를 과감하게 곡선으로 왜곡한 화려한 디자인이 액션, 레이다와 오토메틱의 합성어인 레이다메릭이라 이름 지을 만큼 여성 위치 컬렉션에 많은 걸음을 걸었다. 화이트 다이얼에 마치 물에 떨어진 듯 기하학적인 다이얼과 로마자, 다이아몬드 노를 기술하고 있다. 정원형의 정직한 디자인에 흠뻑리듯 스노 세팅한 다이아몬드가 환상적으로 세팅한 다이얼에 메카니컬 무브먼트를 장착해 완성도가 높다. 7천1백만원대. **에디터 베니**



# BALLY

# bon Voyage

실례는 마음을 품고 떠나는 새로운 도시로의 여행, 그 시작을 함께할 럭셔리 여권 케이스.  
 photographed by park gun zoo



(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) 견고한 소재와 고급스러운 컬러, 다양한 수납공간으로 자갈과 여권 케이스의 기능을 겸비한 여권 지갑 가격 미정 **발렉스트라**, 세련된 캔버스처럼 깨끗하고 심플한 질지갑 & 여권 케이스 세트 68만원 **프라다**, 빈티지하게 차려진 가죽이 멋스러운 블랙 컬러 여권 케이스 70만원대 **벨루티**, 미니성을 새길 수 있어 더욱 특별한 모노그램 여권 케이스 가격 미정 **루이 비통**, 브랜드 고유의 패턴이 눈에 띄는 그린 컬러 여권 케이스 88만원 **고야드**, 세련된 딥 그린 컬러의 소가죽 여권 케이스 98만원 **브리오니**, 브랜드 시그니처인 워빙 양자축으로 만든 럭셔리한 여권 케이스 44만원 **보타가 베네타**, 경쾌한 스트라이프 패턴을 다한 소가죽 여권 케이스 48만원 **롤 브라운**, 미니멀한 블랙 케이스에 브라운 로고로 심플하게 장식한 블랙 여권 케이스 70만원대 **생로랑**, 에디터 권유진

발렉스트라 02-3438-6196 **프라다** 02-3218-5331 **벨루티** 02-547-1895 **루이 비통** 02-3432-1854 **고야드** 02-3448-4778 **브리오니** 02-6905-3760 **보타가 베네타** 02-6905-3791 **롤 브라운** 02-6905-3508 **생로랑** 02-6905-3924

스타일리스트 유환영 이사노베트 이재영



포르쉐는 Mobil 1을 권장합니다.

www.porsche.co.kr

꿈을 현실로 만드는  
 가장 현명한 선택, 마칸

**The new Porsche Macan**  
**Life, intensified.**



**PORSCHE**

• **정부공인 표준 연비 및 등급**

**The new Porsche Macan 75,600,000원** 배기량 1,984cc, 7단 자동 PDK, 도심연비 8.0km/l, 고속도로연비 10.5km/l, 복합연비 8.9km/l, 복합 CO<sub>2</sub> 배출량 및 등급 199g/km 5등급, 공차중량 1,850kg.

※ 위 연비는 표준모드에 의한 연비로서 도로상태 · 방법 · 차량적재 · 정비상태 및 외기온도에 따라 실주행 연비와 차이가 있습니다.

• **포르쉐 차량 시승 및 문의는 공식 포르쉐 센터로 연락 주십시오.**

포르쉐 센터 대치 02.2051.0911 / 포르쉐 센터 서초 02.440.0911 / 포르쉐 센터 분당 서현 031.735.0911 / 포르쉐 센터 분당 판교 031.729.0911 / 포르쉐 센터 일산 031.813.0911 / 포르쉐 센터 인천 032.450.3000 / 포르쉐 센터 대전 042.862.0911 / 포르쉐 센터 대구 053.468.0911 / 포르쉐 센터 광주 062.526.0911 / 포르쉐 센터 부산 051.744.6911

# deep & Soft

낙엽의 빛깔이 화려한 계절,  
여자의 얼굴도 아름답게 물든다.  
photographed by park gun zoo



(가운데 위부터 시계 방향으로) 시세이도 루미나이징 세틴 아이섀도 트리오 플루리 꾸뛰르 고혹적인 버건디, 산뜻한 오렌지, 은은하게 빛나는 바이올렛 핑크 컬러링 구성한 아이섀도 플레트, 3g 4인1용원, 조르지오 아르마니 스포트라이트 비류진 아이 3호 핑을 함유한 반짝이는 메탈 컬러의 아이라이너, 3ml 4인1용원, 나스 제민 립 펜슬 핑사 인도의 복사록 관자놀이에 유평한 핑사 가운을 모티브로 한, 신비롭고 소프트한 로즈 브라운 컬러가 돋보이는 립 펜슬, 2.2g 3인1용원, 나스 듀오 아이섀도 지평 베르뒤 뛰어난 지속력과 울침 방지 포플러로, 선명한 발색을 자랑하는 듀오 아이섀도, 물을 섞어 바르면 점교한 아이라이너로도 사용할 수 있다, 4g 4인1용원, 샤넬 레 4 울브르 얼타-아펙트 라드라이아이드 234호 두 가지의 소프트한 누드 베이스부터 밝은 로즈우드, 레드 브라운으로 구성된 4색 아이섀도, 1.2g 7인 7인원, 쥘랑 카스카스 립스틱 325호 색사하고 대담한 레드 컬러의 립스틱, 누구나 쉽게 바를 수 있도록 디자인에 도약한 인술을 연출할 수 있다, 3.5g 4인1용원, 나스 에테이스스 립스틱 라타 브라운도 탄생 20주년을 기념해 선보이는 립스틱 컬렉션, 대담하고 도발적인 컬러가 매력적이다, 4.2g 3인1용원, 샤넬 울브르 에방셀 스프트 터치 아이섀도 108호 로맨틱한 라즈베리 핑크 컬러의 아이섀도, 2g 4인1용원, 베세피트 롱카우어 울트라 플러쉬 부드러운 로즈 골드 핑 컬러링로스, 반짝이는 핑을 함유한 고혹적인 로즈 컬러가 색사한 립 메이크업을 완성한다, 15ml 2인1용원, 샤넬 울브르 에방셀 스프트 터치 아이섀도 114호 강렬한 컬러를 선사하는 단색 아이섀도, 화사하고 신뜻한 옐로 컬러가 돋보인다, 2g 4인1용원, 조르지오 아르마니 마에스트로 메디테라나 차크 페브릭 시어 블러쉬 509호 지중해의 감각적인 황금색과 사안병에서 영감을 받아 탄생한 컬렉션, 피부에 화사하고 생기 넘치는 핑을 더한다, 4g 5인1용원, 쥘랑 에고레 4 골리트 16호 강렬한 눈매를 연출하는 그레이 컬러 톤의 아이섀도 플레트, 브라운의 시그니처인 부채꼴 모티브가 섬세하게 장식되어 있다, 7.2g 7인1용원, 비비 브라운 스모 키 누드 아이 섀도 립 누드 컬러부터 반짝이는 브라운 컬러까지 스모 키 누드 아이 메이크업을 연출하기 위한 어필 가지 아이섀도로 이루어진 아이 플레트, 10.8g 9인원, 에디터 권유진

시세이도 080-564-7700 조르지오 아르마니 080-022-3332 나스 02-6905-3747 샤넬 080-332-2700 쥘랑 080-343-9500 베세피트 080-001-2363 비비 브라운 02-3440-2781

雪

# 雪花秀

주름줄기에 맞서는 강력한 힘이  
깊어지는 주름을 탄력으로 치올리다

피부 탄성이 무너지면 잔주름이 깊고 넓게 뻗어 나가는 주름줄기 현상이 시작됩니다. 깊어지는 주름줄기를 집중적으로 케어하는 설화수 자여진에센스 - 인삼 성분을 캡슐화한 진세니스피어™가 피부 본연의 탄성을 강화시켜 힘있게 차오르는 매끄럽고 탄력 있는 피부로 가꿔줍니다. 더욱 강력해진 안티에이징 효과로, 주름을 이기는 피부의 힘을 경험하세요.

근본에서 찾은 더 좋은 대답, 설화수 자여진에센스

# Sulwhasoo



# enjoy, Blues

젊고 지적이며 세련된 인상을 주기에 더없이 좋은 블루. 솔리드 컬러는 물론 스트라이프, 체크, 도트 등 어떤 무늬든 푸른빛이 도는 셔츠는 사계절 내내 사랑받는 에센셜 아이템이다. 블루 셔츠의 다양한 얼굴을 결정짓는 일곱 가지 타이 스타일링을 준비했다.

photographed by park gun zoo



(맨 윗줄부터 차례대로) 톰 다운턴 블루 셔츠에는 화려한 꽃무늬 타이로 신뜻한 모던트를 더할 것. 체크 셔츠 93만원, 타이 43만원 모두 **키튼**. 재도 높은 블루 스트라이프 셔츠는 클래식하게 완성하자. 스트라이프 셔츠 63만원 **탈프 로렌 퍼플 리펠**, 실크 타이 21만원 **탈프 로렌 블랙 리펠**, 코발트 블루 글렌 체크 셔츠에는 톤온톤 칼라이 니트 타이가 개성함을 더한다. 라벤 셔츠 60만원, 니트 타이 26만원 모두 **롤 포드**. 짙은 네이비 타이는 유틀업 셔츠마저 차별하게 올려준다. 패턴 셔츠 37만원, 실크 타이 19만원 모두 **폴 스미스**. 어린 베이비 블루에는 강렬한 칼라의 타이를 매치해볼 것. 스트레치 셔츠 50만원대 **프라이드**. 레드 타이 29만원 **생모랑**. 리펠과 몸판이 다른 셔츠에는 개성 있는 타이로 과감하게 연출해보자. 셔츠 59만원, 타이 47만원 모두 **링방 울트**. 더블 스트라이프 셔츠에 맨 톰 다운턴 핑크 실크 타이는 인상을 화려하게 밝혀준다. 셔츠 1백92천원 **에르메스**도 제나. 실크 타이 20만원대 **에르메스**. 에디터 이재진

키튼 02-6905-3787 탈프 로렌 02-545-8200 롤 포드 02-6905-3640 폴 스미스 02-3447-0278 프라이드 02-6905-3782 생모랑 02-6905-3924 링방 울트 02-3438-6254 에르메스도 제나 02-6905-4790 에르메스 02-544-7722

스타일링: 이재진



JACK NICKLAUS  
SINCE 1962

# Free steps

슬림의 인기는 현재진행형이다.  
어디론가 떠나고 싶은 자유로운  
발걸음을 위한, 남자의 슬림은.  
*photographed by yum jung hoon*

(위부터 차례대로) 스웨이드 소재의 네이비 컬러 슬림은 53만원 프  
라다. 실루엣을 인상시키는 가장 기본적인 화이트 슬림은 49만원 프  
라다. 38만원의 스웨이드 슬림은, 물감이 번진 듯한  
프린트가 인상적인 투박한 슬림은 49만원 MSGM by 무이 로프  
트. 그림 같은 선명한 컬러가 인상적인 슬림은 24만원 유니폴 이스  
퍼먼트 by 에우르. 앞코와 뒤축에 고무를 두껍게 덧댄 블루 컬러  
슬림은 39만원 겐조. 블랙 & 화이트 베이비 킷 프린트 슬림은 52  
만원 산도랑. 신발 안쪽을 형광색으로 처리해 신축성 느낌을 주는  
해골 프린트 슬림은 75만원 필립 플래인. 카무플라주 프린트를 빈  
티하게 해석한 슬림은 1백99만원 주세페 자노티. 에디터 이예진

프라다 02-3218-5331 스웨이드 슬림 02-3438-3635 무이 로프  
트 02-3446-8074 에우르 02-545-7750 겐조 02-6905-  
3523 산도랑 02-3479-1414 필립 플래인 02-544-9132 주  
세페 자노티 02-543-1937



스웨디시 디자인

## THE FRONT TELLS THE TIME



## THE BACK TELLS THE STORY

가로수길 플래그십 스토어  
강남구 도산대로 13길 36 02-3446-9401

swatch<sup>®</sup>  
SYSTEM 51

# brilliant Legacy

이탈리아 북부 비엘라 지역의 작은 마을 트리베로(Trivero)는 에르메네지오 제나의 철학과 비전을 보여주는 풍부한 유산을 품고 있다. 아름다운 옷은 아름다운 환경이 만든다라는 남다른 기업 철학은 1백 년이 지난 지금, 에르메네지오 제나를 이탈리아 신사복을 대변하는 최고의 브랜드로 만들었다.

## 이탈리아 슈트 브랜드의 장기적인 비전과 철학

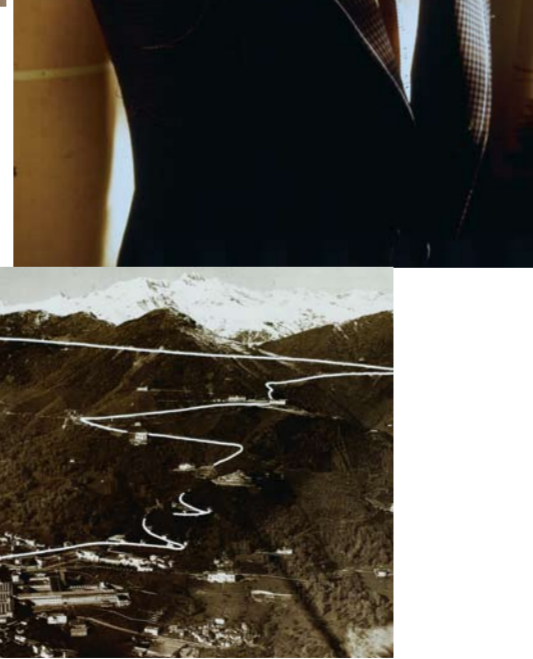
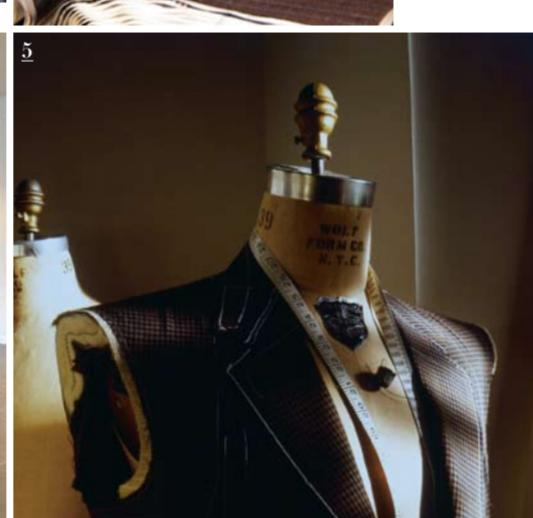
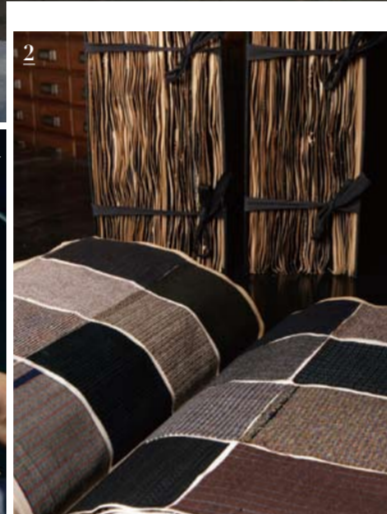
밀라노 두오모에서 약 2시간, 북부로 향하는 외곽 도로를 따라 굽이굽이 좁은 산길을 오르면 알프스 산맥에 둘러싸인 트리베로(Trivero)에 닿는다. 잘 가꾼 숲과 울창한 나무가 일구어낸 고즈넉한 풍경, 한 기롭게 자라나는 새소리와 따뜻한 풀 내음이 자연 속 휴식처를 연상시킬 만큼 평화로운 작은 마을, 비엘라 시 인근에 위치한 이곳은 에르메네지오 제나가 태어나 자신의 이름을 내걸고 방직 회사를 설립한 곳이다. 이탈리아 최고급 남성복 브랜드의 대명사이자 1조원을 훌쩍넘는 매출(2013년 기준)을 기록하는 데는 반드시 연유가 있을 것이라는 확신을 안고 트리베로 트림에 동행했다. 1백 년 전만 해도 낡아져 버린 고지대였던 트리베로는 에르메네지오 제나의 장기적인 비전 아래 새로운 산업 자태로 완전히 탈바꿈했다. 변화의 시초는 1910년, 제나의 핵심으로 꼽히는 페브릭 팩토리 라니피치오 제나를 설립하면서 비롯했다. 아름다운 옷을 만들기 위해서는 옷을 만드는 직원들의 행복과 아름다운 주변 환경이 바탕이 되어야 한다는 제나의 믿음은 지역 전체에 영향을 끼쳤다. 1930년대 초반부터 마을 회관과 도서관을 세우고 삶의 질을 높이기 위한 영화관과 병원, 수영장 등을 만들기 시작했다. 여기에 트리베로와 해발 1500m에 위치한 관광 리조트인 비엘몬테를 연결하는 14km 거리에 파노라미카 제나 도로를 닦았다. 공장에서 근무하던 마을 주민들과 관광객에게 휴식 공간을 제공하고 현대 문명의 혜택을 받을 수 있도록 기반을 마련한 것이다. 1993년에는 100㎡ 당에 사람과 자연의 유대 관계를 강화하고 산악 지역의 문화를 보존하기 위해 녹지 조성 프로젝트의 일환인 '오아시 제나 프로젝트'를 진행했다. 여전히 수의 3% 이상을 환경 보호와 지역 공동체에 지원하며, 재능있는 젊은이들을 후원하는 제나 창업자 장학금(Ermenegildo Zegna Founders Scholarship)에 활동하고 있는 것이다. 에르메네지오 제나의 철학은 트리베로 지역사회와 자연환경에만 국한된 것이 아니다. 전 세계를 돌보고 환경보호에 앞장서는 국제적인 사회 공헌 활동으로 확장한 것이다. 본격적인 활동은 제나 재단이이라는 이름 아래 환경과 문화 지원의 보존과 개선 지원, 이탈리아와 다른 국가의 지속 가능 발전 지원, 의학과 학술 연구 지원, 젊은 세대에 대한 교육 지원 등 크게 네 가지로 나누어 프로젝트를 기획한다.

## 최상의 원단을 향한 끊임없는 혁신과 도전

최상급 원단의 대명사로 에르메네지오 제나를 꼽는 이유는 남다른 시작 때문이다. 라니피치오 제나에서는 1910년대 초부터 넓은 프랑스식 직조기를 모두 새로운 영국식 기계로 바꿨다. 모든 옷은 최상의 원단재료가 기본이 되어야 한다는 신념이 있었기 때문이다. 원단 가격차이에 에르메네지오 제나를 새겨 품질에 대한 자부심을 드러내는 방식을 1930년부터 지금까지 고수한다. 개인 테일러링 속에서 맞춤 수트를 제작할 때 제나 원단이라고 하면 상위 등급의 높은 품질로 인정받고 있다. 라니피치오 제나에서는 원사를 뽑아 색을 입히고 직조해 가공하는 수십 단계를 거쳐 하나의 원단을 완성하기 까지 일련의 과정을 공개했다. 원료 수급부터 마무리까지 생산의 모든 과정을 독자적으로 컨트롤하는 시스템은 제나만이 갖고 있는 자신이다. 최첨단 레이저 기술로 직물의 출진을 찾아내지만 품질 검사와 출진을 복구하는 작업을 모두 손으로 하는 전통 방식을 고수하고 있다. 방직 기계의 움직임에 주목하다 보니 스테파노 필라타가 진행한 제나의 첫 번째 컬렉션이 떠올랐다. 공장에서 들리는 반복적인 리듬을 리듬의 배경 음악으로 차용한 것은 제나를 이루는 근간에 그만큼 집중했다는 뜻으로 해석되었다. 제나뿐만 아니라 유명 패션 하우스에서도 제나의 원단을 가져다 쓰기에 1년에 무려 2백만 미터가 넘는 패브릭을 이곳에서 생산한다. 이에 더해 더 가볍고, 부드러우며, 기능적으로 진보한 기술력을 접목해 패브릭의 새로운 기준을 제시하고 있다.

## 에르메네지오 제나의 역사와 발자취가 담긴 카사 제나

1백여 년 넘게 기업을 이어오고 있는 에르메네지오 제나의 아들 알도 제와 안젤로 제는 제나의 역사와 전통, 문화유산을 계승하기 위해 트리베로에 카사 제나(Casa Zegna)를 설립했다. 제나의 방직 공장이 내려다보이는 이 건물은 제나의 박물관이자 문화센터 역할을 한다. 카사 제나에서는 브랜드를 구분 짓는 특징인 원사와 원단, 프로젝트의 일환으로 매 시즌 바뀌는 전시, 패션계에 혁명을 일으킨 아카이브 컬렉션까지 만날 수 있다. 현재 1층 전시실 '하비투스제나(HabitusZegna)'는 원료를 고르고 제품을 생산하는 과정부터 회사의 철학과 사회 공헌 활동까지, 제나 그룹의 모든 것을 보여주는 다양한 설치미술 작품으로 구성된 여러 개의 기둥과 벽면으로 이루어져 있다. 직접 촉감을 느껴볼 수 있는 키드 모 웨어와 원사의 두께와 무게가 계속해서 진화하는 공간도 흥미로웠다. 11.1미크론 두께의 혁신적인 페브릭인 긴의 마라카트 두께가 50~600미크론임을 감안할 때 무척 얇은 두께만 보더라도 놀라운 기술적 성과를 느낄 수 있다. 남성복 최초의 실크 수트, 제나 울 트로피의 발자취, 1960~70년대 제와 패션계의 동향을 담은 전시실 등등. 위층으로 올라가면 세대를 이어온 각종 문서와 사진, 기술 도면, 수만 개의 스와치, 가래 내역, 일기 등의 자료가 놀라도록 훌륭하게 보존되어 있다. 전통과 혁신이 공존하는 이곳에서는 새로운 컬렉션을 위한 아이디어가 샘솟을 수밖에. 기쁜 소식은 카사 제나는 관광객들도 둘러볼 수 있는 점이다. 전화와 이메일을 통해 사전 예약한 이들에게 무료로 개방한다. 제나 재단, 오아시 제나 프로젝트, 파노라미카 제나... 에르메네지오 제나는 남성복 브랜드가 사회에 공헌할 수 있는 가장 바람직한 축적을 남기고 있다. 단기적인 수익을 내기에 급급한 패션 기업과는 달리 제품에 대한 끝없는 열정과 완성도를 추구하고, 거기에는 나눔과 공존의 가치가 바탕을 이루고 있었다. 오랜 역사가 현재와 미래를 대변한다면 이탈리아 최고의 남성복 브랜드로서 에르메네지오 제나가 지닌 최고의 명성은 앞으로도 계속 이어질 것이다. 에디터 **이예진** 트리베로 현지 취재



# Titleist®

Est. 1935

PREMIUM COLLECTION



Handcrafted Elegance  
Limited Edition  
Performance Heritage

프리미엄 컬렉션은 타이틀리스트의 브랜드 헤리티지를 계승한 특별한 골프 컬렉션입니다. 최상급 나파 가죽과 자카드 패브릭을 사용하고 모든 공정을 수작업으로 제작한 핸드크래프트 라인입니다.

EST1935.TITLEIST.CO.KR

SEOUL TITLEIST BRAND STORE DOSAN 02-3443-2241 | KYUNGGI TITLEIST PERFORMANCE CENTER 031-8060-6200  
SHINSEGAE DEPARTMENT STORE MAIN, GANGNAM, CENTUM CITY



# CHIC ON FALL

모던하고 클래식한 남자의 가을이 왔다.  
photographed by zo sun hi

(왼쪽) 라이트 그레이 체크 수트,  
딥 그린 셔츠, 네이비 타이  
모두 Z 제나, (오른쪽) 딥 그레이  
체크 재킷, 브라운 셔츠,  
그레이 베스트, 그레이 체크 팬츠  
모두 에르메네집모 제나 꾸뛰르  
컬렉션 by 스테파노 필라티,  
블랙 신글라스 트리타.



스카이 블루 재킷과 팬츠,  
핑크 브라운 가죽 셔츠,  
그레이 터틀넥 니트,  
블랙 태슬 슈즈 모두 구찌.





블루 재킷, 레드 셔츠,  
블랙 팬츠, 베이지 실크  
스카프, 블랙 레이스업 슈즈,  
브라운 토트백 모두 프라다.

(왼쪽) 카키 더블브레스트 수트 랄프 로렌,  
카키 니트 롱 스리브, 블랙 태슬 슈즈 크리스찬  
루부탱, (오른쪽) 그린 코트, 카키 집업 셔츠, 카키  
스웨트 팬츠, 레이스업 부츠 모두 보테가 베네타.



네이비 롱 코트, 그레이  
그라데이션 더블브레스트 재킷,  
네이비 팬츠, 블랙 니트, 브라운  
다비 슈즈 모두 루이비통.



베이지 오버사이즈 코트,  
브라운 셔츠, 화이트 컬러  
터틀넥 니트, 블랙 팬츠, 브라운  
레이스업 앵글부츠, 브라운  
브리프케이스 모두 에르메스.





(왼쪽) 버건디 더블브레스트 코트, 화이트 셔츠, 블랙 팬츠 모두 우영미, 버건디 레이스업 슈즈 알든 by 유니패어, (오른쪽) 그레이 & 버건디 패턴 더블브레스트 코트, 다크 그레이 팬츠 모두 버버리 프로섬, 버건디 & 네이비 패턴 스카프, 버건디 레이스업 슈즈 모두 버버리.

(왼쪽) 브라운 체크 코트, 화이트 셔츠, 블랙 베스트, 블랙 팬츠, 네이비 타이, 블랙 벨트, 블랙 클리퍼 슈즈 모두 생로랑, (오른쪽) 블랙 더블브레스트 퍼 코트 조르지오 아르마니, 그레이 슈트, 화이트 셔츠 모두 휴고 보스, 블랙 링크 스트랩 슈즈 엘포리오 아르마니.  
\* 본 화보에 나온 제품의 상세한 가격 정보는 (스타일 조선영)보 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다. www.stylechosun.com



헤어 & 메이크업 김환, 모델 김원중, 박성진, 스타일리스트 채한석, 어시스턴트 김혜인, 에디터 권유진  
루이 비통 02-3432-1854, 프라다 02-3443-6047, 우영미 02-515-8897, 유니패어 02-542-0370, 버버리 프로섬 버버리 02-3485-6636, 구찌 1577-1921, Z 제나-에르메네젤도 제나 02-2106-6325, 트리티 02-3448-8556, 에르메스 02-544-7722, 알프 로렌 02-6004-0133, 크리스찬 로부탱 02-6805-9795, 보타가 베네타 02-3438-7883, 생로랑 02-3438-7627, 조르지오 아르마니 02-549-3355, 휴고 보스 02-2014-9178, 엘포리오 아르마니 02-549-3355, 폴 스미스 02-6957-5815

헤어 & 메이크업 김환, 스타일리스트 채한석

# Audacious beauty

누구나 아름다움에 대한 자신만의 정의가 있을 것이다. 시랑스럽거나 귀엽거나 혹은 관능적인 것일 수도 있다. 올해 탄생 20주년을 맞은 뷰티 브랜드 나스(NARS)는 아름다움의 정의로 조금 어렵지만 의미심장한, '대담한 아름다움(audacious beauty)'을 이야기한다. 클래식 뷰티에서 발현된 가장 모던한 아름다움에 대한 나스의 특별한 견해.

## 메이크업 아티스트라는 예술

1994년 뉴욕 바니스 백화점에서 뷰티 브랜드 나스가 세상에 처음 공개되었다. 당시 최고의 메이크업 아티스트로 꼽히던 프랑수아 나스(François Nars)가 독특한 소프트 터치 케이스에 담긴 12가지 컬러 립스틱을 선보인 것이 시작이었다. 메이크업 전문가라 할 수 있는 뷰티 에디터 중에는 나스 마니아가 많다. 나스의 특징한 립스틱 컬러를 다른 사람들과는 다른 나만의 색상이라 여길 만큼 나스의 컬러에 애착을 보이거나, 똑같은 컬러의 립글로스를 여러 번 재구매하는 경우를 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 어쩌면 컬트적이라 할 수 있는 이 브랜드가 이렇게 까다로운 여성들의 마음을 사로잡은 이유는 메이크업 아티스트인 프랑수아 나스가 직접 기획하고 개발, 출시하기 때문이다. 프랑수아 나스는 자방에서 태어난 나스는 패션에 관심이 많은 어머니의 영향으로 어린 시절부터 패션과 뷰티, 사진에 대한 열정을 키워나갔다. 10대 시절 최고의 브랜드로 입성 로망을 품었을 정도인 어린 시절 나스의 안목이 얼마나 예민하고 섬세했는지 알 수 있다. 그는 세계적인 메이크업 아티스트인 올리비에 에스토 메종의 견습생으로 뷰티업계에서 첫발을 내딛었는데, 당시 미국 <보그> 편집장 폴라 델렌의 권유로 1984년 뉴욕으로 진출했다. 그와 동시에 미국 <보그>, <하퍼스 바자>, <엘르> 등 최정상 패션지의 표지 촬영 메이크업을 도맡으며 스타 메이크업 아티스트로 발돋움했다. 언제나 새로운 것만을 원하는 패션계에서 단 한 달 동안 26개의 표지를 촬영하는 이례적인 사건이 일어났을 정도인 메이크업 아티스트로서 나스의 위상은 상상을 초월할 정도라고 생각하면 된다. 얼마나 많은 광고와 패션쇼 메이크업을 담당했는지 확인하면 더욱 놀랍다. 마크 제이콥스, 칼 라커펠트, 안나 수이의 패션쇼는 물론 켈빈 클라인, 랄프 로렌, 베르사체의 광고 캠페인도 나스의 몫이었다. 세계 최고의 포토그래퍼로 꼽히는 스티븐 마이젤과 1984년부터 1996년까지 선보인 베르사체의 '수퍼모델 콘셉트'의 캠페인 작업은 지금까지도 광고업계에서 놀라운 결과물로 회자되고 있다. 모델과 할리우드 스타, 패션계의 모든 사람들이 참여하고 싶어 하는 마크 제이콥스 쇼의 메이크업을 수년간 담당했다는 것은 나스의 메이크업 수준이 얼마나 높은지 알려주는 증거다. 완벽주의자로도 유명한 프랑수아 나스는 메이크업 아티스트로 왕성한 활동을 해나가던 중, 기존 메이크업의 한계를 넘어서고자 1994년 자신의 브랜드를 뉴욕 바니스 백화점에서 론칭하게 되었다.

## 탄생 20주년, 그리고 에데이셔스

나스 제품의 퀄리티가 높은 이유는 메이크업 아티스트인 나스 자신의 마음에 드는 제품을 완성할 때까지 끊임없이 테스트를 하기 때문. 그래서 미묘한 컬러와 다른 브랜드에서 쉽게 찾아보기 어려운 독특한 텍스처, 용도의 제품을 선보일 수 있다. 1994년 최초로 선보인 12가지 컬러의 립스틱이 단 한 가지 컬러도 단종되지 않고 지금까지도 원형 그대로 판매되고 있다는 것만 보아도 제품 하나하나를 정성스럽게 만든다는 사실을 알 수 있다. 나스의 제품을 꼼꼼히 살펴보면 유독 눈이 부실 정도로 색상이 선명하다고 느껴지는데, 이는 다른 메이크업 브랜드 제품에 비해 피그먼트의 농도가 월등히 높기 때문이다. 메이크업 제품은 눈에 보이는 컬러와 실제로 사용했을 때 컬러가 다른 경우가 많은데, 가벼운 질감으로 정확한 발색력을 지닌 것이 나스 제품의 가장 큰 장점이다.

이후 나스는 독특한 스펙트럼을 자랑하는 세계적인 브랜드로 성장했으며 패셔너블하면서 모던하고, 클래식한 색조 메이크업과 고급스러운 컴플렉션 제품, 최신 스킨케어와 전문용 메이크업 도구를 보유한 글로벌 브랜드로 알려졌다. 그리고 올해 탄생 20주년을 맞았다. '오르가즘'이라는 센세이션을 일으킨 이름의 블러셔를 출시하고, 후인을 광고 모델로 내세웠던 나스는 탄생 20주년을 맞이한 올해도 역시, 그 누구도 생각하지 못한 새로운 시도를 했다. 바로 이 시대에 걸맞은 진정한 아름다움에 대한 정의를 내리기로 한 것이다. 하지만 브랜드의 역사가 깊어진 만큼 쉬운

방법을 선택하지는 않았다. 보다 깊이 있고 세대를 아우르는, 모두가 인정할 만한 뮤즈와 새로운 개념을 찾기로 했다. 바로 여기에서 그 어떤 브랜드에서도 시도하지 않았던 에데이셔스 뷰티가 시작되었다. '에데이셔스(audacious)'라는 단어는 '대담함'이라는 뜻의 형용사로 나스의 창립자 프랑수아 나스가 선택한 새로운 이야기의 주제다. 본래 나스의 브랜드 아이덴티티는 모던(modern), 에데이셔스(audacious), 아이코닉(iconic)의 세 단어로 이루어져 있는데, 가장 모던한 아이콘을 선택해 대담함을 드러내는 브랜드 정신을 담아 에데이셔스라는 단어를 탄생 20주년 키워드로 선택한 것이다. 대담함이라는 조금은 어려운 개념을 선택한 것은 단순히 나스의 탄생 20주년을 위한 것만은 아니다. 가장 클래식한 아름다움과 변치 않는 아름다움에 대한 정의를 위한 프랑수아 나스가 클래식 뷰티를 21세기의 에데이셔스 뷰티로 재해석한 것이다.

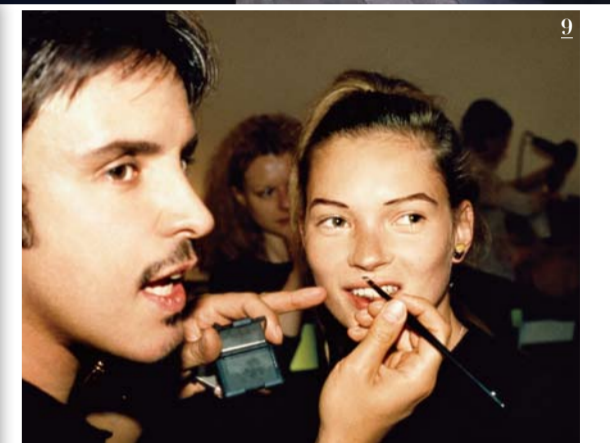
## 대담한 아름다움을 기념하다

나스라는 브랜드를 잘 몰랐던 사람이라도 나스의 광고 비주얼과 아름다운 색감의 립스틱을 보는 순간 빠져들고 말 것이다. 매혹적인 터치와 대담한 텍스처, 모던한 레이아웃으로 완성한 드라마틱한 광고 비주얼은 모두 프랑수아 나스라는 위대한 아티스트의 손끝에서 탄생한 것이다. 멈추지 않는 열정으로 수많은 창작물을 만들어내는 이 아티스트가 선택한, 탄생 20주년을 기념하는 에데이셔스 뷰티의 뮤즈를 보면 더욱 감격과 놀랄 듯하다. 파리지연 감성을 지닌 영국 출신의 연기파 여배우 샬럿 램플링. 한국에서는 생소한 이름일 수도 있으나 음악을 즐기고 연기를 사랑하는 프랑스의 국민 배우다. 영국 출신으로 20대에 프랑스로 이주한 이 1946년생의 여배우는 주로 도전적이고 진취적인 작품에 출연하는 개성 있는 연기로 잘 알려져 있다. 프랑스에서 여배우라는 이름은 한국에서의 느낌과는 매우 다르다. 연예인이자기보다는 예술가이며, 단순히 아름답다기보다는 자성미가 느껴진다. 이 지적인 매력을 풍기는 70세에 가까운 여배우가 지금 가장 트렌디한 브랜드의 뮤즈가 되어 검은색 턱시도 슈트를 입고 카메라 앞에 섰다. 차이를 환하게 드러내며 웃지도 않고 크게 부풀린 머리를 하고 있지도 않다. 단지 강렬하지만 그윽한 시선으로, 세월을 건너본 자연스러운 얼굴을 하고 짧은 머리에 심플한 포즈로 카메라를 바라보고 있다. 프랑수아 나스는 샬럿 램플링을 이번 캠페인의 뮤즈로 선택한 이유에 대해 이렇게 이야기했다. "샬럿은 매우 존경하는 배우이기도 하고 그녀가 참여했던 모든 작품을 사랑합니다. 그녀는 매우 강렬한 아름다움을 지니고 있어요. 강하고 카리스마가 가득한 매력이야말로 나스, 그리고 브랜드 탄생 20주년을 위해 새롭게 선보이는 에데이셔스 립스틱의 본질과 매우 비슷합니다."

국내 시장에서는 아름다움의 개념이 '어려 보인다'는 칭찬으로 대체된 지 오래이기 때문에 이렇게 나이 든 여배우를 뮤즈로 선택한 것이 생소하게 느껴질 수 있다. 하지만 나스에게 탄생 20주년이 되었다는 것은 이런 의미다. 당당하고 자신감이 넘치지만 과시하지 않는 것. 남들에게 보여주기 위한 외형을 꾸미는 것이 아닌, 자신에게 어울리는 옷을 입는 것이 바로 나스가 이야기하는 20년, 지금까지 걸어온 길일 것이다. 나스를 처음 선보인 1994년에는 나스라는 브랜드가 이렇게 성장하리라고는 아무도 생각하지 못했다. 지금은 매장마다 웨이팅 리스트가 있을 정도로 폭발적인 인기를 누리고 있지만 첫발을 내딛었을 때는 다소 어려웠고 지나치게 세련된 컬러 리스트를 갖고 있었다. 매트한 블랙키지와 단순한 나스의 로고는 시크함의 상징이지만, 당시에는 눈에 띄거나 화려하지 않다는 이유로 대중의 선풍 리스트에서 제외되기도 했다. 하지만 프랑수아 나스는 고집스럽게 자신만의 스타일을 고집했고, 결국 승리했다. 패션계에 종사하는 스타일리스트, 에디터, 여배우들까지도 나스의 특징한 립스틱 컬러를 구하기 위해 웨이팅 리스트에 가까이 이름을 올린다. 프랑수아 나스가 처음 '오르가즘'이라는, 쉽게 접근할 수 없는 이름의 블러셔를 선보였을 때 성공을 예견한 사람이 많지 않을 것이다. 하지만 지금은 이 블러셔가 나스를 대표하는 스테디셀러가 되었고, 단 15분에 불과한 제품은 지금 1시간에 1백30개 이상 판매될 정도다.

## 클래식과 대담함을 잇는 에데이셔스 립스틱

나스가 이야기하는 에데이셔스 뷰티는 단지 나스만을 위한 것이 아니다. 대담한 아름다움을 지녔던 모든 것들을 찬양하고 기리며, 기록하기 위함이다. 누군가는 아름다움의 역사를 기억해주길 바란다. 그리고 기록할 일원한다. 나스는 다른 브랜드의 방식과 달리 가장 클래식하고 영원하게 이어질 대담함의 역사를 이야기한



1 나스 탄생 20주년 기념 캠페인 중 에데이셔스 립스틱의 광고 비주얼. 총 40가지 컬러를 출시했고, 그중 10가지 컬러는 일부 매장에서 한정 판매한다. 2 나스의 모든 광고 비주얼은 프랑수아 나스가 직접 촬영한다. 메이크업 아티스트를 넘어 포토그래퍼 역할까지 하며 전 방향으로 활동하고 있다. 3 1996년 F/W 발렌티노 뉴욕 패션 위크를 위해 스케치한 나스의 메이크업 아트. 4 베라 에데이셔스 립스틱 텍스처. 5 누드 톤의 줄리아 에데이셔스 립스틱. 6 고혹적인 핑크색의 그레이스 에데이셔스 립스틱. 7 뉴욕 블러셔 스텝리프트에 위치한 나스 뷰티. 모던한 디자인이 나스의 패시지 디자인과 비슷하다. 8 탄생 20주년 캠페인의 모델 샬럿 램플링. 70세에 가까운 나이임에도 여전히 엄청난 아름다움을 간직하고 있다. 세월의 흔적이 묻어나는 얼굴에서 진정한 에데이셔스 뷰티를 느낄 수 있다. 9 백스테이지를 중점무인 누빌 무렵 수퍼모델 케이트 모스를 메이크업하고 있는 프랑수아 나스. 10 나스 최초의 매장 오픈 기념식에 참석한 프랑수아 나스와 크리스티아노 디올 디렉터 파비앙 바를.

다. 지금은 클래식하다고 여겨지는 여배우들이 당시에는 대담함의 상징 그 자체였고, 나스는 이 여배우들의 이름을 탄생 20주년을 기념하는 에데이셔스 컬렉션 립스틱에 담았다. 프랑수아 나스는 자신이 가장 사랑하는 아이템이 립스틱이기 때문에 탄생 20주년을 기념하는 아이템으로 에데이셔스 립스틱을 선택했다고 말한다. "립스틱은 전 세계 어떤 여성이든 꼭 하나쯤 소유해야 할 필수적인 아이템입니다. 진정한 액세서리라고 할 수 있죠. 20년 전, 12가지 색상의 립스틱으로 브랜드를 시작했고 이후로도 많은 제품을 내놓았지만, 립스틱에 가장 큰 자부심을 느낍니다. 탄생 20주년을 기념하기 위해 새로운 립 컬렉션을 선보인 것은 어찌 보면 당연한 선택이죠." 에데이셔스 컬렉션에 담긴 켈리, 오드리, 줄리엣, 리타와 같은 이름의 립스틱은 모두 프랑수아 나스의 아이디어에서 나온 것이다. 대담함으로 시작해 지금은 클래식으로 남은 우아한 고전 배우들의 아름다움에서 느껴지는 컬러 하나하나를 립스틱에 담았다. 나스의 오랜 노하우를 담아 축축함으로 가득한 립스틱 텍스처마저 여배우들의 아름다움을 그대로 느낄 수 있도록 했다. 어떤 여성이라도 40가지 다양한 컬러로 구성된 립스틱을 보며 무한한 상상을 거듭할 수 있을 것이다. 나스의 로고가 새겨진 에데이셔스 립스틱 보디를 보며 컬러를 즐기고, 단 한 번의 터치만으로 매트하고 우아해지는 립스틱을 입술에 더하며 아름다움 고전 배우가 된 착각에 빠져들어도 좋다. 지금은 조금 더 대담해질 때다. 문의 02-6905-3747 에디터 배미진

**INVITATION Audacious NARS Space**  
 모던한 감성의 메이크업 아티스트 브랜드 나스의 탄생 20주년을 기념해 신사동 가로수길에 특별한 공간 '에데이셔스 나스 스페이스'를 마련했습니다. 신제품 에데이셔스 립스틱을 테스트해보는 것은 물론 다양한 이벤트와 선물을 만나보세요.  
 기간 2014년 9월 26일(금)~28일(일) 장소 신사동 가로수길 메그 포 레퍼(서울시 강남구 논현로159길 65) 문의 02-3445-4057

**CONCEALER**  
 White, Natural, Peach, Shimmery, Orange, Yellow

**FOUNDATION**  
 CLARET, Ivory, Sand, Pink, Sun, Golden, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**BLUSH**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**EYELINER**  
 Black, Green, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**EYEBROW PENCIL**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**LIPSTICK**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**LOOSE POWDER**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**SHIMMER**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**SKIN CARE**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**TOOL KIT**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**MAKEUP ARTIST**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

**DATE**  
 Claret, Peach, Natural, Warm, Pink, Sun, Golden

# Super anti-aging

단 하나의 주름이 그 주변에 깊거나 얇은, 다양한 주름을 불러온다는 것을 알고 있는지? 입가와 눈가, 볼 주위를 살펴보자. 주름이 마치 나뭇가지처럼 주름줄기를 형성하고 있다면 차오르는 탄력으로 주름줄기의 원인을 케어하는 안티에이징, 설화수 자여진에센스를 만나볼 때다. *photographed by park gun zoo*



## 주름은 줄기를 이룬다

주름줄기 현상을 알고 있는지? 올해 설화수에서 새롭게 정의한 '주름줄기 현상'은 주름이 하나 생기면 마치 가지를 치듯, 그 주변에 확장되며 깊고 넓게 뻗어나가는 것을 묘사한 용어다. 화장품 회사들은 해마다 새로운 개념의 피부 노화 원인을 정의하고 그에 대한 해결책을 제시하는데, 설화수에서 이야기하는 주름줄기 현상은 왜 지금까지 몰랐을까 싶을 정도로 설득력이 뛰어나다. 주름이라는 것이 참 무서워서 한번 생기면 마치 가지를 치듯 끝없이 뻗어나가는데, 30대 이상 여성이라면 이 급격한 변화를 느껴본 적이 있을 것이다. 20대 후반에는 신경 쓰이지 않을 만큼만 생기던 미세한 주름들이 조금씩 깊어지다가 어느 순간, 꼬리에 꼬리를 물고 마치 나무줄기처럼 여러 가닥이 되어 눈가와 입가에 번진다. 그리고 보면 눈가 주름도 점점 길어지고 옆으로 확장되는 모습이 꼭 나무줄기처럼 보이는데 왜 지금까지 주름이 하나 생긴 이후에 가지를 치듯 줄기를 이룬다는 사실을 생각하지 못했는지 신기할 정도다. 설화수는 이러한 현상을 '주름줄기 현상'이라고 정의했고, 새로운 안티에이징 에센스인 '자여진에센스'를 출시했다. 주름이 생기는 원인은 믿을 수 없을 만큼 간단하다. 피부를 탱탱하게 잡아주는 탄성이 약해지면서 위로 차오르는 피부 힘이 중력의 영향을 받아 아래로 향하는 힘으로 바뀌게 되는 것. 턱 라인이 무너지고, 눈 아래 촘촘하게 차올랐던 동안 포인트가 꺼지는 이유도 같기에 설화수에서는 피부 탄성을 키우고, 깊어지는 주름을 탄력으로 차오르게 하는 인삼 성분의 안티에이징 에센스를 새롭게 선보이게 된 것이다.

## 주름줄기를 케어하는 설화수 자여진에센스

인삼은 설화수에서 가장 중요한 성분이고, 많은 여성들이 설화수를 사랑하는 이유이기도 하다. 한국만큼 좋은 인삼을 생산하는 곳이 없는 데다, 50년간 인삼 연구를 이어온 설화수만큼 인삼에 대한 노하우를 가장 많이 보유한 화장품 브랜드도 없기에 이번 신제품을 통해 최상의 결과를 낳았다. 설화수에서 자여진에센스를 위해 새롭게 개발한 기술은 인삼 성분을 캡슐화해 피부 속까지 전달하는 '진세니스피어™', 육안으로 보아도 선명하게 보이는 매크로 진세니스피어™와 미세한 입자라 눈에 보이지 않는 마이크로 진세니스피어™, 두 가지 기술을 담았다. 피부 골격과 밀도를 촘촘하게 해주는 홍삼 다당체 성분을 신선한 상태로 피부에 고스란히 전달하는 것. 일반 기술 대비 피부 전달력이 4배 높은 최신 캡슐화 기술을 적용했기에 유효 성분인 사포닌이 피부 깊은 곳까지 안전하게 전달된다. 영양 물질을 피부 깊은 곳까지 잘 전달할 수 있도록 설화수가 얼마나 많은 고민과 투자를 했는지 느낄 수 있는 대목이다. 피부 탄성을 키워주는 인삼의 성분을 담은 이 에센스는 깊어지는 주름은 밀어내고, 탄력은 키워준다. 하나의 주름이 줄기를 이루어 널리 뻗어나가는, 피부 전반에 일어나는 고민을 종합적으로 케어해주는 안티에이징 에센스인 것. 피부 탄력도와 밀집도 자체를 개선하기에 깊은 주름과 잔주름 모두에 효과를 기대할 수 있다. 흡수력이 뛰어나고 텍스처의 발림성과 느낌 모두 탄력감이 뛰어나 사용하는 순간에도 만족도가 높다. 아시아를 대표하는 인삼 고유의 가치를 과학으로 풀어내 주름 줄기 현상의 원인을 케어하는 설화수의 자여진에센스는 주름에 대한 그 어떤 고민이라도 효과적으로 해결해줄 것이다. 35ml 15만 원 대, 문의 080-023-5454 **에디터 배미진**

# ultimate Power serum

어김없이 시간은 흐르고 피부에는 피할 수 없는 노화가 찾아온다. 이뿐만이 아니다. 살면서 쌓이는 스트레스, 자외선 등의 외부 자극은 우리 피부를 내외적으로 괴롭힌다. 이 모든 악조건에서 피부를 지켜내려면 피부 스스로 이겨내는 힘을 키워야 한다. 시세이도의 신제품, '얼티뮴 파워 인퓨징 컨센트레이트'가 있다면 지금 당신이 가지고 있는 피부 고민을 케어하는 것을 넘어 어떠한 외부 자극에도 피부 스스로 맞서 싸울 힘을 기를 수 있다. *photographed by park gun zoo*



## 피부 건강을 좌우하는 피부 본연의 회복력

3백65일 24시간 동안 끊임없이 반복되는 노화, 외부 자극, 각종 스트레스... 만약 피부가 이 모든 것을 이겨낼 수 있는 강력한 힘을 갖게 된다면? 여자라면 누구나 꿈꾸는, 유리처럼 맑고 매끄럽게 빛나는 건강한 피부로 바꾸려면 피부 내부에 존재하는 본연의 힘에 주목해야 한다. 건강한 피부는 본연의 회복력만으로도 충분히 외부 환경이나 스트레스 등으로부터 스스로 방어하고 복구하는 능력을 가지고 있다. 그러나 피부 자생력이 저하되었을 때 자율적인 조절 능력을 잃어 작은 자극에도 쉽게 탈이 나는, 일촉즉발 예민한 피부가 되고 마는 것. 그렇다면 피부 본연의 힘을 강화하는 방법은 무엇일까? 물론 즉각적인 효과를 볼 수 있는 물리적인 방법으로 피부 적신호를 당장 해결할 수도 있다. 하지만 피부는 하루 24시간 내내 노화와 외부 자극, 스트레스에 노출되어 있다는 것을 기억해야 한다. 각종 유해 요소가 한시도 실 틈 없이 피부를 괴롭히는데, 매년 특별한 방법을 통해 그때그때 문제를 해결한다 한들 미봉책에 그칠 뿐이다. 결국은 피부 기저에 이 모든 것을 스스로 이겨낼 수 있는 탄탄한 힘이 뒷받침되어야 하는 것이다. 이에 착안해 피부를 자극하는 어떠한 적신호에도 맞서 싸울 수 있는 강력한 힘을 지닌 제품이 새롭게 출시되어 관심을 모으고 있다. 빨간색 병에 담겨 일명 '레드 세럼'이라고 불리는 '얼티뮴 파워 인퓨징 컨센트레이트'가 바로 그것이다.

## 96% 여성이 감동한 기적의 레드 세럼 얼티뮴

시세이도는 오랜 세월 동안 아름답고 건강한 피부를 만들기 위한 요소는 이미 피부 내부에 있다고 여겨왔다. 이에 대한 믿음은 1백40여 년간의 긴 여정 동안 그들이 피부 내부에 존재하는 힘에 대해 집중적으로 연구하도록 이끌었다. 연구를 이어가는 동안 우리 피부는 그 어떤 트리플에도 스스로 맞서 싸울 힘을 내포하고 있다는 점을 거듭 발견했고, 그 자생력을 키우는 데 도움을 줄 만한 명쾌한 제품이 필요하다고 판단했다. 마침내 시세이도는 20년 이상 피부 스스로 회복하는 힘의 근원에 대한 집중적인 연구를 했으며, 주요한 결과를 토대로 신 개념 제품인 얼티뮴 파워 인퓨징 컨센트레이트를 개발하게 되었다. 이 제품을 통해 우리는 시세이도가 개발한 특별한 성분인 얼티뮴 콤플렉스™에 주목할 필요가 있다. 이는 노화와 스트레스, 그리고 각종 외부 자극을 피부 스스로 이겨낼 수 있도록 힘을 강화하는 시세이도의 독자적인 성분. 이를 통해 외부 자극에 맞서 싸울 수 있는 피부 자생력이 강해지면서 트리플에서 자유로워지고 더욱 매끄럽고 건강한 피부를 만들 수 있는 것이다. 검증된 효과도 놀랍다. 얼티뮴을 사용해본 여성 중 96%가 1주 사용 후 피부의 자연스러운 윤기가 살아났다고 답했고, 4주 뒤에는 주름 개선과 함께 피부가 깊은 탄력으로 꼭 찬 듯한 피부 변화를 경험했다. 30ml 9만5천원, 50ml 14만7천원. 문의 080-564-7700 **에디터 권유진**



# Jackie forever

구찌의 2014 F/W 여성복 컬렉션 런웨이 현장. 드레스 룸에 채워 넣고 싶은 만큼 매혹적인 의상과 함께 모델의 손에 가볍게 들린 부드러운 세이프의 가방에 시선이 머문다. 고급스러운 색상과 소재, 현대적인 디자인이 돋보이는 재키 소프트 백 컬렉션이 바로 그것. 이는 여성스러운 레이디 라이크 룩의 매력을 극대화하며 특유의 우아함과 오리를 발산한다. *photographed by park gun zoo*

세련 스타일링 상차별 룩의 극연장

## 클래식과 모던이 공존하는 2014 F/W 구찌 여성 컬렉션

GG 로고, 홀스빗 장식, 재키 백, 모카신 등 브랜드의 시그니처를 넘어 패션과 시대를 아우르는 수많은 역사적인 아이콘을 탄생시킨 럭셔리 패션 하우스 구찌. 이번 시즌 구찌의 본질을 구체화하고 싶었다는 크리에이티브 디렉터 프라다 지아니니의 설명처럼 2014 F/W 구찌 여성 컬렉션은 장인 정신을 바탕으로 한 브랜드의 전통과 현대적인 감각이 조화를 이루는 모던하고 우아한 룩들이 런웨이를 가득 채웠다. 매력적인 구찌의 1960년대 무드를 반영한 이번 컬렉션에서는 베이비 블루, 블러시 핑크, 파스텔 그린 등 부드럽고 로맨틱한 컬러의 향연과 함께 몸에 꼭 피트되는 정화하고 깔끔한 실루엣에 강렬하면서도 우아한 앙고라, 가죽, 모피 등의 다양한 소재를 믹스해 구찌만의 로맨틱하고 순수한 여성성을 극대화했다. 더불어 다양한 길이의 홀스빗 버클 부츠와 한 시대를 풍미했던 재키 백을 재해석한 재키 소프트 백을 감각적으로 매치한 스타일에는 과거의 클래식과 현대의 모던함을 공존시키고자 하는 브랜드의 철학이 담겨 있다.

## 우아한 클래식 백의 성공적인 귀환

여기, 재클린 케네디의 흑백사진 한 장이 있다. 사진 속 그녀의 스타일은 촌스럽기는커녕 1960년대의 사진이라는 것이 믿기지 않을 만큼 우아하고 클래식하다. 당시 그녀의 스타일은 전 세계적으로 센세이션을 일으킬 정도로 큰 이슈가 되었는데, 특히 그녀의 낙넫을 탄 헨드백의 이름에서 눈치챌 수 있듯이 그녀의 손에 가볍게 들린 구찌의 재키 백은 재클린 케네디를 스타일 아이콘으로 만든 상징적인 아이템이다. 이는 형태가 잡혀 있지 않은 부드러운 실루엣과 간결한 디자인이 특징으로 리즈 테일러, 사티엘 베케트, 피터 쉐러스 같은 저명인사들에게도 많은 사랑을 받으며 1960년대의 문화 아이콘으로 등극했다. 시대를 초월하며 지금까지 큰 사랑을 받아온 호보 스타일의 재키 백은 이번 시즌 보다 모던하고 원초적인 아름다움을 더해 '재키 소프트 헨드백' 컬렉션으로 다시 세상에 모습을 드러냈다. 재키 소프트라는 이름에서 느껴지듯 송아지가죽 특유의 결이 살아 있는 최상급 그랑프리 가죽을 사용해 부드러우며, 안감이 없어 가볍고 다양한 형태로 변형 가능한 헨드백이다. 가장 기본적인 호보 백 스타일부터 여자라면 하나쯤 갖춰야 할, 잘 다듬어진 디자인의 토트백, 간결한 디자인의 완벽한 슬더백, 과감한 사이즈의 클러치와 브리프케이스까지, 오리지널 재키 백을 다양한 비율로 변형해 선보인다. 무난하게 선택할 수 있는 블랙, 닛 브라운, 클래식 캐멜, 미스틱 화이트와 같은 기품 있고 클래식한 컬러에서부터, 세룰리안 블루, 샤토데이, 로지 핑크, 다크 레몬, 아라마린, 유칼립투스 그린 등 강렬한 파스텔컬러로 선택의 폭을 넓혔다. 재키 백의 상징인 피스톤 모양의 메탈 클로저는 전체 헨드백 라인에 등장하며 구찌의 역사와 전통을 다시 한 번 강조한다. 재키 소프트는 그랑프리 가죽 외에 파이톤, 크로커, 레오포드 프린트의 송치 소재로도 제작해 재키 소프트를 순식간에 화려하고 멋진 이브닝 백으로 탈바꿈했다. 구찌의 2014~15 F/W 헨드백 컬렉션은 전 세계 지점 부티크와 [gucci.com](http://gucci.com)에서 만날 수 있다. 문의 1577-1921 에디터 권유진, 이예진



1 깊은 갈라망이 돋보이는 닛 브라운 컬러부터 미스틱 화이트, 송사탕같이 소프트한 파스텔컬러까지, 다양하고 매혹적인 컬러로 선보이는 2014 F/W 뉴 재키 소프트 백 컬렉션. 2 재클린 케네디를 스타일 아이콘으로 만든 상징적인 아이템, 구찌 재키 백을 든 재클린 케네디. 3 우아하고 로맨틱한 무드가 가득한 2014 F/W 구찌 컬렉션 광고. 4 럭셔리 세련되고 진귀한 파이톤 소재로 만든 재키 소프트 백. 5 울거울 캐이 트 모스는 로이에서 촬영한 구찌의 2014~15 F/W 패션 필름에 출연하며 재키 소프트 디자인 캠페인의 주인공이 되었다.



최신 테크놀로지와 내구성의 결합, 레이벤 티타늄 아이웨어 기본에 충실한 디자인과 세련된 감성을 겸비한 아이웨어 브랜드 레이벤. 멋의 상징으로 통하는 이 브랜드는 아이웨어가 갖춰야 할 덕목인 최상급 렌즈와 편안한 착용감으로 명성을 이어오고 있다. 레이벤은 에비에이터나 웨이퍼어러 등 아이코닉한 선글라스 컬렉션으로 더 잘 알려져 있지만 안경 역시 세분화된 컬렉션이 증명하듯, 수많은 마니아층을 거느리며 인기를 누린다. 특히 수준 높은 기술력을 엿볼 수 있는 테크라인은 티타늄(titanium), 카본 파이버(carbon fiber), 메모 레이(memo ray), 라이트 레이(light ray), 라이트 포스(lite force)로 구성되어 소재와 디자인에 따라 각기 다른 매력을 선보인다. 이번 시즌 새롭게 선보이는 '티타늄' 아이웨어 컬렉션은 나셀이 함유되지 않은 품질 높은 티타늄 합금만으로 만들어 알레르기에서 자유롭다는 점이 특징. 가볍고 유연성이 좋아 장시간 쓰고 있어도 피로감이 덜하고 우수한 탄력성 덕분에 얼굴형에 맞게 변형되는 피팅 기능이 뛰어나다. 오랜 시간이 흘러도 부식되거나 산화되지 않아 처음의 깨끗한 상태로 색이 유지되는 것도 강점. 여기에는 10년 동안 티타늄 사용의 안정성에 대해 연구해온 레이벤의 기술이 집약되었기에 신뢰를 더한다. 레이벤을 대변하는 깨끗하고 미니멀한 디자인은 그대로 이어가며 다크 브라운, 블랙 건메탈, 샌드 베이지, 다크 네이비 건메탈까지 총 네 가지 컬러로 출시한다. 안경이 무거워 콧잔등과 관자놀이가 지끈거렸거나 저가의 메탈 소재 때문에 가려움에 시달린 이들에게 레이벤의 티타늄 컬렉션은 세련된 대안이 되어줄 것이 분명하다. 문의 02-501-4436 에디터 이예진

(왼쪽부터 시계 방향으로) 매트한 다크 브라운 컬러 RB8728D col.1178, 오묘한 샌드 베이지 컬러 RB8728D col.1177, 매트한 다크 네이비 컬러 RB8728D col.1179, 청동을 조합한 매트한 블랙 컬러 RB8728D col.1176, 가벼우면서도 단단하고 부식이 잘 되지 않는 티타늄으로 내구성이 강한 아이웨어는 모두 레이벤 by 폭스타카 코라야.

# technical Shade

가볍고, 강하고, 편안한 착용감에서 단연 앞서는 소재 티타늄. 이번 시즌 레이벤은 독자적인 테크놀로지를 담은 진보된 방식의 티타늄 아이웨어 컬렉션을 선보인다. *photographed by park gun zoo*



# refined Perfection

백화점이 패션 브랜드 중심의 대형 편집매장으로 변모하는 요즘, 여유로운 라이프스타일을 지향하는 여성들의 마음을 채워줄 럭셔리 클래식 셀렉트 숍, 트리니티(Trinity)가 주목받고 있다. *photographed by park gun-zoo*

## 신세계백화점에서 운영하는 럭셔리 클래식 셀렉트 숍, 트리니티

외모를 가꾸고 자기 관리에 능통한 이 시대 여자들은 실제 나이를 가늠하기 어려울 정도로 젊게 생활한다. 중년이라고 일컫는 40~50대 여성들 역시 감각적인 스타일과 세련된 감성을 지닌 패션 브랜드를 선호하는 경향을 보인다. 이런 취향을 반영한 곳이 바로 신세계백화점이 직접 운영하는 럭셔리 클래식 셀렉트 숍, 트리니티(Trinity)다. 시간이 흘러도 변하지 않고(timeless), 자신만의 희소가치가 있는(exclusivity), 패션을 완성한다(perfection)는 의미를 담았다. 이탈리아, 프랑스, 미국 등에서 수입한 브랜드 제품으로 구성되어 있으며, 잘 알려지지 않은 참신한 신진 디자이너의 컬렉션을 선보이며 젊고 감각적인 분위기를 주입하고 있다. 베이시한 아이템을 중심으로 한 세련된 실루엣, 고급스러운 소재는 30대가 보다 라도 충분히 탐낼 만큼 모던하다. 특히 한국 여성들의 체형을 고려한 트리니티의 자체 제작 상품(private label)으로 선보이는 니트 역시 호응을 얻고 있는데, 최고급 원사를 사용한 전 공정이 이탈리아 현지에서 이루어져 품질에 대한 만족도가 높다.

## ELEGANT PADDING STYLE

늘 입어도 질리지 않는 데일리 패딩 룩. 캐시미어를 갈친 듯 가볍고 보온성이 뛰어난 롱 패딩은 포켓과 지퍼 부분에 톤온톤 컬러를 덧댄 감각적인 디테일이 돋보인다. 은은한 비즈 장식의 그레이 롱 니트와 팬츠를 매치하면 우아하면서도 차분한 룩을 완성할 수 있다.

롱 패딩 **에르노**, 아너로 매치한 니트 베스트 **그란 사쏘(Gran Sasso)**, 팬츠 **알베르토 비아니(Alberto Biani)**.



## 트리니티를 구성하는 감각적인 브랜드

매장을 둘러보면 요란한 장식이나 컬러를 강조한 디자인보다는 두고두고 입을 만한 기본 아이템이 옷을 찬찬히 들여다보게 된다. 세계 각지에서 온 브랜드만 해도 30여 개에 이르는데, 그중 듀산(Dusan)과 에르노(Herno)가 대표적. 듀산은 캐시미어와 같은 고급 천연 소재의 질감을 살린 미니멀한 디자인이 특징이다. 몸에 피트되지 않는 여유로운 실루엣은 체형을 커버하기에도 좋다. 이탈리아 브랜드 에르노는 현대적인 디자인에 하이테크 소재를 접목한 초경량 패딩과 재킷 등을 선보인다. 에르메스, 프라다의 아우터 생산 라인을 관리한 경력이 증명하듯 흔치 않은 디자인과 컬러, 보온성으로 사랑받는다. 그 밖에 주얼리 버튼과 레이스 벨트로 여성미를 강조한 파우(PAUW), 돌체앤가바나 출신의 디자이너가 총괄하는 관능적인 브랜드 만추(Mantu), 이탈리아 핸드메이드 가죽 전문 브랜드 뱀타일 하우스(Reptile's House) 등도 꾸준한 인기를 얻고 있다. 트리니티는 신세계백화점 본점, 강남점, 부산 센텀시티점까지 3개의 스토어에서 만날 수 있다. 문의 1588-1234 **이예진**

## URBAN NOMAD CHIC

도시의 세련된 유목민 스타일을 완성하는 캐시미어 롱 후드. 부드럽게 떨어지는 어깨 라인은 입을었을 때 실루엣이 멋지게 살아난다. 알자만 최고급 소재를 사용해 무척 따뜻하며, 유행을 타지 않는 베이지 컬러로 가을부터 활용하기 좋은 에센셜 아이템이다.

캐시미어 롱 후드 **모두 듀산**, 목에 자연스럽게 주름이 생기는 터틀넥 **로코 일리아리 니스트리(Roque liaria Nistri)**, 스카프 **로다(Roda)**.



스타일리스트 유원정

## GENTLE GREYSUIT



핀 스트라이프 그레이 수트 **볼리올리**, 스트라이프 셔츠와 니트 타이 모두 **분다샵(클래식)**.

진한 그레이 컬러에 화이트 핀 스트라이프가 들어간 볼리올리의 시그니처 투 버튼 수트. 최상급 울이 선사하는 부드러운 촉감과 고급스러운 광택은 시간이 지나도 바래지지 않는다. 어깨와 몸판이 편안하게 감기는 레귤러 피트로 착용감과 활동성을 극대화했다. 간격이 좁은 블루 스트라이프 셔츠와 니트 타이로 캐주얼한 요소를 더하거나 드레스 셔츠와 폭이 넓은 타이로 포멀하게 연출해보자.

## MODERN RETRO STYLE



체크 패턴 울 재킷, 코트 팬츠 모두 **볼리올리**, 체크 셔츠와 폴오버 **분다샵(클래식)**.

이탈리아 재킷의 대명사라고 불릴 만큼 볼리올리 재킷은 멋쟁이 신사들 사이에서 명성이 드높다. 브랜드의 독자적인 가공법을 가진 울 소재 체크 패턴 재킷은 입어본 사람만이 진가를 알 수 있을 것. 감각적인 컬러 조합과 실루엣은 다른 브랜드에서 쉽게 볼 수 없다. 생동감을 주는 체크 셔츠를 이너로 선택하고, 클래식한 폴오버 니트를 레이어링하면 재킷을 벗었을 때도 갖춰 입을 듯한 느낌을 준다.

제품 사진: 박민주, 스타일리스트: 유원정



# unconstructed Classic

재킷에 능통한 남자라면 한 번쯤 들어봤을 이름, 볼리올리(Boglioli). 클래식 수트든 캐주얼 룩이든 스타일과 관계없이 사랑받는 이탈리아 브랜드가 어떤 이유로 전 세계 남성들을 매료시켰을까. 아시아 최초이자 전 세계에서 두 번째로 오픈하는 신세계백화점 본점의 볼리올리 단독 스토어에서 그 해답을 찾을 수 있다.

## 클래식과 캐주얼을 유연하게 넘나드는 재킷의 왕국, 볼리올리

“볼리올리(Boglioli)?” 한국식 표기는 물론 발음마저 독특한 이름의 정체는 이탈리아를 기반으로 한 남성복 브랜드다. 패션에 관심이 없는 평범한 비즈니스맨에게는 무척 생소하겠지만 남성지를 정독하고 패션 블로그와 해외 사이트를 드나드는 멋쟁이 남성들은 친숙하게 알아듣는 이름. ‘견고하다’, ‘잘 만든 옷이다’, ‘입으면 편하지만 클래식한 품위가 유지된다’, ‘컬러가 예술이다...’. 주변 남자들에게 볼리올리의 제품에 대해 어떻게 생각하냐고 물었을 때 속사포같이 쏟아진 대답이다. 국내에서는 수트 편집매장을 중심으로 선보이며 이름을 알렸고, 지난 해 겨울 시즌부터 분다샵(클래식)에서 본격적으로 소개하며 보다 많은 이들과 마주하기 시작했다. 볼리올리는 1900년대 초 이탈리아 브레시아의 김바라 지방에서 볼리올리 형제가 만든 개인 테일러 숍에서 출발했다. 이후 1백여 년이 넘는 시간 동안 전통과 혁신을 결합한 테일러링과 최고급 원단 제조 시설로 명성을 얻었다. 4대에 걸친 사르토(재단사) 가문에서 탄생한 브랜드인 만큼 원단에 대한 이해도와 축적된 노하우, 기술적인 완성도는 의심할 여지가 없다. 독자적으로 개발한 세탁법과 아이폰 공정, 실용적인 소재는 곧 볼리올리를 대변하는 단어들이다. 다루기 까다로운 울과 캐시미어 소재도 그들의 특별한 가공을 거치면 부드러움과 광택이 다른 차별화된 수트로 완성되는 것. 볼리올리의 핵심은 가먼트 다이잉(Garment Dyeing)이라는 염색 기법을 도입한 ‘컬러를 뽑을 수 있다. 가먼트 다이잉은 워싱한 원단으로 옷을 만드는 것이 아니라, 옷이 완성된 상태에서 염색하는 방식을 말한다. 완제품에 염색을 하면 소매나 단추 주위는 자연스럽게 물이 빠져 세련된 느낌이 묻어 나는데, 시간이 지날수록 빈티지한 맛이 드러나는 게 장점이다. 일찍이 가먼트 다이잉 기법을 적극적으로 도입한 볼리올리의 재킷은 완성도 면에서 확연한 차이가 있다는 것을 경험해보도록. 염색 방식에 따라 가장 기본적인 ‘K-재킷(K-Jacket)’부터 빈티지한 워싱을 강조한 ‘이튼(Eton)’까지 포멀과 캐주얼을 유연하게 넘나드는 스타일이 대표적이다. 오는 9월 26일, 신세계백화점 본점에 볼리올리 단독 매장을 오픈할 예정이다. 볼리올리의 전 세계 두 번째 매장이자 아시아 최초 매장이자. 특히 한국 내 독점 전개를 계기로 전년 대비 약 20% 할인한 가격을 책정해 접근성을 높였다. 볼리올리의 오너 스테파노 볼리올리는 한 인터뷰에서 브랜드에 대해 이렇게 정의했다. “개성 있으면서도 많은 사람들이 좋아하는 옷. 다른 브랜드와 잘 어울리면서도 고유의 이미지가 확실히 드러나는 옷.” 요즘 남자들이 원하는 바로 그 옷을 볼리올리에서 찾을 수 있다. 문의 02-727-1054 **이예진**



# great Masterpieces

함부르크에서 경험한 유려한 펜의 움직임과 피렌체의 장인 정신이 살아 숨 쉬는 가족 공방의 섬세한 공정은 명품에 대해, 그들의 열정에 대해, 그리고 지금까지 단 한 번도 포기하지 않고 그 길을 꿋꿋하게 걸어온 몽블랑의 정도(正道)에 대해 다시 생각하는 기회가 되었다. 명품 브랜드에 역사가 왜 중요한지, 최상의 퀄리티를 위해 한시도 쉬지 않고 노력한다는 것이 어떤 의미인지 생생하게 목격할 수 있었던, 몽블랑과의 특별한 여정.



**2** **품격을 대변하는 몽블랑**  
몽블랑은 명품이면서도 대중적인 레이블이다. 사회에 첫발을 내딛는 이들을 위한 선물로 한 번쯤 몽블랑의 가족 제품을 떠올리고, 승진이나 퇴임과 같은 중요한 순간을 기리기 위한 가장 멋진 기념품으로 통용되는 것 역시 몽블랑의 만년필이다. 몽블랑의 앰블럼인 화이트 스타는 만년필로 덮인 알프스 몽블랑 산의 봉우리 6개를 상징한다. 이 작고 하얀 별처럼 보이는 몽블랑의 작은 표식이 새겨진 제품이라면 품격을 갖춘 퀄리티 높은 제품일 것이라는 믿음이 있기에, 수많은 사람들이 가장 가치 있는 선물로 몽블랑을 꼽는다. 몽블랑이 지적인 이미지의 브랜드라는 것 역시 대중의 호감을 사는 데 큰 부분을 차지한다. 헤밍웨이가 《노인과 바다》를 집필할 때 사용했던 펜이 몽블랑이라는 것, 몽블랑을 대표하는 시그니처 마스터티프 149 만년필이 1990년 10월 3일, 서독의 헬무트 콜 총리와 동독의 로타르 데 메지에르 총리가 통일 조약에 서명할 때 사용하며 역사의 순간을 기록했다는 사실은 어떤 브랜드와도 비교할 수 없는 몽블랑만의 자부심이다. 지난 7월 몽블랑의 이 모든 이야기를 자세히 들을 수 있는 여행을 떠났다. 함부르크에 위치한 몽블랑의 펜 공장에서 시작해 피렌체 가족 공방까지 이어지는 긴 여정 끝에 남은 것은 독일의 실용



**3** **주의에서 시작해 이탈리아의 장인 정신까지 품고 있는 브랜드의 깊은 역사와 진취적인 정신이었다.**

**4** **펜촉은 펜의 모든 것을 담고 있는 얼굴이다**  
이번 여정의 첫 번째 관문은 함부르크의 펜 공방. 시계, 신발, 주얼리 공방 등 다양한 공방에 가보았지만 펜 공방은 처음이었다. 그만큼 정교한 펜을 오래도록 만들어온 브랜드는 드물기 때문이라. 몽블랑 펜 공방의 모습은 마치 단정하고 유기적인 디자인 스킴 같다. 건물 곳곳에는 몽블랑이 후원하는 신진 작가들의 작품이 배치되어 있고 동선은 간결하다. 몽블랑의 펜 공방에서 가장 인상적으로 다가온 것은 품질에 대한 엄청난 집착이었다. 브랜드 초창기부터 단 순히 아름다운 펜이 아닌, 잉크가 흐르지 않는 펜을 콘셉트로 광고를 할 정도로 기술력에 자부심과 노력을 투영한다. 펜의 핵심인 펜촉을 만드는 과정을 집중적으로 볼 수 있었는데, 몽블랑의 펜촉 문양은 에디션에 따라 각기 다른 고유한 디자인을 적용한다. 몽블랑의 시그니처 펜인 마스터티프 펜촉의 경우 몽블랑 산의 높이를 나타내는 '4810'이 각인되어 있고, 장인들이 모두 수공으로 만들어 하나의 펜이 완성되기까지 6주 이상의 긴 시간이 필요하다. 이후 펜촉 끝부



**5** **피렌체의 장인 정신이 살아 있는 몽블랑 익스트림 레더**  
독일 함부르크에서 펜 공방 투어를 마치고 이탈리아 피렌체까지 긴 구간을 이동한 것은 몽블랑의 새로운 가족 라인 론칭을 기념하는 행사에 참석하기 위해서다. 독일에서 시작한 브랜드지만, 가족 제품은 이탈리아의 장인 정신과 가치를 이어받아 피렌체의 공방에서 만들고 있다. 이곳에서 개발한 '익스트림(Extrem)'이라는 새로운 가족 라인을 공개하기 위해 선택한 장소는 피렌체에서 가장 유서 깊은 장소인 베기오 궁전(Palazzo Vecchio). 이 궁전에서 이러한 행사가 열린 적이 거의 없는 만큼 몽블랑 측은 피렌체의 위대한 유산에 대한 경의를 표하며 행사를 시작했다. 성문이 열리자 베기오 궁전을 가로지르는 말한 마리가 등장했다. 놀라운 것은 말을 탄 기수가 붉은 머리를 포니테일로 땀은 여성이라는 사실. 말은 드라마틱한 배경음악에 맞춰 리듬감 있게 발굽을 움직였다. 이 놀라운 퍼포먼스는 아무리 여러 번 반복해도 지치지도, 질리지 않았다. 몽블랑의 글로벌 앰배서더로 초청된 할리우드의 스타 휴 잭맨(Hugh Jackman)도 이 장면을 놓치지 않으려고 연신 자신의 휴대폰 셔터를 눌렀다. 끊임 없이 이어진 이 퍼포먼스는 음악과 공간과 어우러져 더 큰 드라마를 만들어냈고, 분위기를 뜨겁게 달구



분에 이라들을 융접해 골드로 이뤄진 펜촉의 끝이 무너지지 않도록 하며 펜촉 가장자리를 연마하는 작업을 더한다. 그리고 거대한 돋보기를 이용해 보기 힘들 정도로 아주 작은 흠집까지 찾아내는 면밀한 검사를 반드시 거치게 된다. 그 섬세함과 정확함을 직접 눈으로 확인하니 결점을 찾을 수 없을 정도로 완벽에 완벽을 기한다는 것을 느낄 수 있었다. 모든 소재와 공정은 철저히 관리되고 단 하나의 펜촉에도 소홀함이 없다. 심지어 리미티드 에디션은 정해진 수량을 생산한 후 더 이상 생산할 수 없도록 파기한다. 독일인의 꼼꼼함이 그대로 발휘되는 순간이다. 닙 테스트 전문가들이 직접 수작업으로 만년필 펜촉의 필기 테스트를 하는데, 이 과정도 마치 예술적인 작업처럼 느껴진다. 쉬지 않고 끊임없이 유려한 라인을 이어가는 전문가들의 손길에서 펜이 진정한 예술품이라는 것을 확인할 수 있었다. 지속적으로 8자를 그리며 선을 이어가는 과정을 통해 어떠한 스타일로 필기를 하더라도 완벽할 정도의 부드러움을 느낄 수 있는지, 어떤 각도에서든 잘 사용할 수 있는지 확인하는 단계다. 눈으로 면밀하게 관찰할 뿐만 아니라 손으로 느끼고, 잉크가 나오면서 종이에 스며드는 아주 작은 소리까지 주의를 기울인다. 이 테스트를 무작위로 시행하는 것이 아니라 모든 만년필을 전부 테스트한다는 것이 가장 놀라운 점이다. 몽블랑의 펜촉은 1백 단계 이상의 공정을 거쳐 완성되며 이 모든 작업에는 단순히 숙련된 경험뿐 아니라 정교함과 완벽을 추구하는 강한 열정이 필요하다.

**6** **21세기의 살아 있는 바우하우스, 몽블랑**  
함부르크의 펜 공방과 피렌체의 펠레테리아 가족 공방, 그리고 몽블랑의 역사를 되짚어본 이 여정을 통해 발견한 것은 바우하우스(Bauhaus, 독일어로 집을 짓는다는 의미)의 정신과 꼭 닮은 몽블랑의 정신이었다. 실용성과 예술성을 모두 갖춘 몽블랑은 1924년 탄생한 이후, 1919년 독일 바이마르에서 설립된 조형 학교인 바우하우스의 디자인 사조가 널리 퍼진 시기와 정확히 같은 때를 보냈다. 독일 모던 디자인의 대표 격인 바우하우스의 정신을 몽블랑의 제품에 그대로 담고 있는 것은 결코 우연이 아닐 것이다. 프랑스의 수많은 명품 브랜드가 예술성을 완성하기 위해 '실용성'을 경시한다면, 독일 실용주의의 선구자인 바우하우스는 실용성과 예술성의 완성을 동일안 가치로 평가한다. 실용성을 생각하지 않은, 겉보기에만 화려한 제품을 만드는 명품 브랜드가 많은 현실에서 몽블랑의 가치는 더욱 빛난다. 실용주의를 기반으로 예술을 완성하는 대학의 형태로 존재한 바우하우스는 긴 시간을 견디지 못하고 그 실체가 사라졌지만, 똑같은 기초를 추구하며 펜을 만들어 상업 활동을 펼친 몽블랑은 긴 역사를 만들어왔다. 이는 좋은 물건을 만들어 사람들의 마음을 사로잡은 브랜드의 힘 때문일 것이다. 만일 21세기에 바우하우스의 정신이 가장 많이 남아 있는 곳을 찾으려면 그 기반을 그대로 이어받았다고 알려진 시그의 미술 대학도, 독일의 예술 학교도 아닌 몽블랑이라고 이야기하고 싶다. 몽블랑이 세계적으로 성공하고 명품 브랜드이면서도 대중성을 갖춘 이유는 명백하다. 1920년대부터 지금까지 초기의 뛰어난 가치를 지켜온 노력과 인내, 장인 정신이 있었기에 이 위대한 유산이 지금까지 살아남은 것이다. 몽블랑의 장인 정신은 펜을 타고 흐르고, 가족으로 이어졌다. 앞으로 시계 분야에서도 두각을 드러낼 것이 분명한 몽블랑의 남다른 품질과 실용성으로 완성한 예술적 고집은 영원히 이어질 것이다. 에디터 배미진 함부르크&피렌체 현지 취재



**7** **1 필기 스타일에 따라 원하는 어떤 두께로도 만들 수 있는 몽블랑의 만년필 펜촉. 5개의 펜이 환경을 그리는 의미는 몽블랑의 장인 정신을 대변하며 펜 공방의 메인 홀에도 디스플레이되어 있다. 2 돋보기로 통해 펜촉의 마무리를 꼼꼼하게 확인한다. 3 몽블랑의 아티스트 장인은 원하는 그 어떤 디자인으로도 오도메트르가 가능하다. 제작 공정을 점검으로 확인할 수 있다. 마치 하이 주얼리와 하이 컴플리케이션 워치처럼 만년필 역시 장인 정신과 노력으로 완성하는 예술품이다. 4 펜촉에 미칠만한 정교함이 보이지 않고 또 세련된, 테스트를 위해 잉크를 사용하며 혼조를 유지하기 위해 투명한 잉크로 쓰는 작업이 아니다. 5 피렌체 익스트림 레더 컬렉션 론칭 행사에 참석한 몽블랑 CEO 제롬 랑트와 휴 잭맨. 6 피렌체 베기오 궁전에서 개최된 익스트림 레더 컬렉션의 프라판테이션 현장. 7 붉은 머리카락을 포니테일로 땀은 여성 기수가 말을 타고 베기오 궁전으로 입장하고 있다. 8, 9, 10 몽블랑 제품은 피렌체 근교의 펠레테리아 가족 공방 장인들의 손을 통해 완성된다. 11 올해 시계계는 보는 익스트림 레더로 완성한 시계 7백만 개. 광택이 나는 카본과 같은 느낌의 레더 소재는 몽블랑의 혁신적인 기술을 담은 매력적인 소재다. 물과 불, 마찰에 강하기 때문에 내구성이 뛰어난 활동적인 남성들에게 제격이다.**

**8** **11** **10**





# editor's Pick

하늘은 높고 맑은 살찌는 천고마비의 계절. <스타일 조선일보> 기자들의 화장대에도 새로운 뷰티 아이템이 문전성시를 이루고 있다. 신개념 에센스와 다채로운 향수, 에센셜 메이크업 제품이 강세를 보이는 이달의 코즈메틱, *photographed by yum jung hoon*

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) **베네딕트 하이드레이팅 틴트** 립 틴트의 시츄라 할 수 있는 베네딕트 틴트의 마...  
**아미넥실** AMINEXIL ADVANCED Antichute 6ml/0.21fl.oz.  
**LAB SERIES** AGE RESCUE WATER-CHARGED GEL CREAM 30ml/1.01fl.oz.

**메이크업 포어비 어쿠아 브로우 키트** 눈썹 컬러가 전체 인상이 강해 보이거나, 헤어 컬러와 눈썹 컬러가 맞지 않는다면 브로우 커버업 제품이 필수다. 평소 물에도 지워지지 않는 어쿠아 브로우 키트는 재질이 뽕처럼 부드럽고 한 올 한 올 깨끗하게 밀려 마치 본인의 눈썹인 듯 자연스러운 브로우 메이크업을 완성한다. 5만8천원. 문의 080-514-8942 *\_by 에디터 권유진*

**비야레도 플러워 헤드 오드 퍼플** 금요일 밤, 로맨틱한 데이트 약속이 있다면 이 향수를 갖기에 살짝 부러보자. 인도의 곁혼식 풍습에서 영감을 받아 탄생한 향으로, 오일드 재스의 산베, 튜베로즈, 옐버 등이 어우러져 관능적인 향을 발산한다. 흔하지 않은 유니크한 향이 당신의 매력을 더욱 북돋아줄 것. 100ml 29만원. 문의 02-3479-1688 *\_by 에디터 권유진*

**샤세이도 알토몬 파워 인퓨징 컨센트레이트** 올해 초부터 베일에 싸여 있던 샤세이도의 대작, 건강의 상징을 좌우하는 자선력을 피부에 도입한 콘센트르, 야생 외 부 환경에도 흔들리지 않는 힘을 갈라준다. 처음에는 정상이 느껴지지만 산기화게도 몇 번만 두드리면 바로 흡수되고 촉촉함이 지속된다. 30ml 9만5천원. 문의 080-564-7700 *\_by 에디터 이혜진*

**나스 블러쉬 오르기름** 야채가 아닌 나옴 게 이상하다 싶을 정도로 열렬히 쓰는 제품. 부드러운 피크닉 입자 사포로 올라오는 골든 시마가 양 볼을 은은하게 물들인다. 몇 번 터치하느냐, 어느 각도에서 보느냐에 따라 다른 색으로 보이는 것도 매력적이다. 4.8g 3만9천원. 문의 02-6905-3747 *\_by 에디터 이혜진*

**샤넬 N5 오드 파르퐁** 1921년 샤넬의 오랜 파트너였던 에르네스트 보가 제안한 가장 클래식한 향수. 향수업계 최초로 관능적인 향을 구현해 전 세계적으로 놀라운 성공을 거둔 향수의 클래식이며, 이제는 샤넬의 아이콘이 되었다. 사치품을 초월한 전설적인 향수인 만큼 꼭 한 번쯤 경험해보길 권한다. 35ml 9만5천원. 문의 080-332-2700 *\_by 에디터 배미진*

**클라린스 엑스트라-파워 아이크림** 일단 읽고 쓰는 파인 라인에 아이 케어 제품이 등장했다니 당황 사용하지 않을 수 없었다. 적당히 쫄쫄하면서도 수분감이 풍부한 텍스처와 부드러운 발림성에 높은 점수를 준다. 클라린스의 아이 케어 제품을 곁들이면 눈의 피로가 덜하고 눈가 피부가 한층 젊어진다. 15ml 7만5천원. 문의 080-542-9052 *\_by 에디터 이혜진*

**에스티 로더 마이크로 에센스** 촉촉하고 풍부한 수분감을 선사하는 에스티 로더의 워터 에센스. 에스티 로더의 스테디셀러인 걸스팩과 함께 사용하면 확실하 할된다. 아침자녀로 충분한 양을 바른 뒤 낮 동안 팔가는 느낌이 덜하고, 자외선 차단제를 바르기 전에 사용하면 자극이 줄어든다. 150ml 13만5천원. 문의 02-3440-2772 *\_by 에디터 배미진*

**카르메이 앤드 오드 퍼플** 지난 8월 첫선을 보인 카르메이의 새로운 향수, 시프레, 플라워, 마스크 등 세 가지 노트로 구성된 여성스러운 향기를 담은 향수로, 팬더의 얼굴을 형상화한 패키지가 디자인이 압권이다. 한 마리의 팬더가 유리 볼록 안에 보석처럼 각인되어 조각품이라 해도 손색없을 정도. 30ml 9만9천원. 1566-7277 *\_by 에디터 배미진*

**달콤 파파링 비디 스크럽** 피부에 자극을 주지 않는 고온 입자 스크럽에 대한 부담이 없다. 각질이 허형게 일어난 부위에는 알갱이 미사처럼 부드럽게 보습제를 충분히 바른 뒤 건조해질 일이 없다. 무릎이나 발꿈치 등 각질이 두꺼운 곳도 보습보로 들라게 만든다. 200ml 5만6천원. 문의 02-3440-2706 *\_by 에디터 이혜진*

**랑콤 라 비즈 프로 이드라 글로우** 피부 보습은 물론 주름 개선까지 한 번에 해결하는 메이크업 베이스. 허한 필 입자가 피부에 자연스러운 광채를, 펙크 필 입자가 건강한 피부빛을 더해 마치 티고나 피부가 좋은 듯 매끈함을 선사한다. 25ml 5만5천원. 문의 080-022-3332 *\_by 에디터 권유진*

**로레알 세라세스피트 아이크림 어드밴스드** 두피 케어에 집중하는 요즘, 두피 상부에 이은 두피 연골로 효과를 보고 있다. 상부 후 두피를 드라이로 말린 다음 정수리를 중심으로 도포하고 마사하면 끝. 두피가 갈라지는 시현상이 모근을 튼튼하게 만드는 것 같다. 따로 씻어주지 않아도 돼 편하다. 6ml/0.107fl.oz 7만 원대. 문의 080-099-5000 *\_by 에디터 이혜진*

**립사리즈 에이지 레스큐 워터-차저드 젤 크림** 매끈한 남성 피부에 즉각적으로 수분을 공급할 뿐만 아니라 강력한 안티에이징 효과를 선사할 안티에이징 수분 젤 크림. 안티에이징 제품이 무겁고 인자하다는 편견을 버리게 할 만큼 촉촉한 텍스처가 돋보인다. 50ml 6만9천원대. 문의 02-3440-2879 *\_by 에디터 권유진*



# So natural

1828년 이래 장인의 정성과 손길이 녹아든 역사를 이어온 프랑스 수제 비누 브랜드, 랭팔라투르. 인공의 요소를 느낄 수 없는 완성도 높은 이 브랜드의 근간에는 탄탄한 전통이 버티고 있다. 좋은 원료를 선별하는 노하우로 자연이 선사하는 순수한 매혹을 한껏 부각한 천연 비누의 세계가 눈길을 끈다.

*“제품이나 환경은 사람들의 욕망이라는 토양에서 거둔 ‘수확물’이다.” \_by 히라 겐이*  
 물건의 매력은 다채롭지만 모름지기 비누라고 하면 일단 ‘향’에서 욕망을 이끌어낼 수 있어야 할 것이다. 특히나 1828년부터 그 전통이 이어져 내려왔다면 그 천연의 향기는 강력 한 매력을 뽐아낼 수밖에 없다. 바로 프랑스 천연 수제 비누 브랜드 랭팔라투르가 주목받고 있는 이유다.

**전통의 깊이가 다르다**  
 랭팔라투르는 사방이 라벤다밭인 데다 올리브나무가 우거진 프랑스 프로방스의 마르세유에 오랫동안 터를 잡았다. 천연 에센스를 얻기에 안성맞춤인 환경이기에 마르세유는 비누의 도시로 불리기도 했다. 하지만 세월이 흐르면서 많은 비누업체들이 그 본질의 가치를 잃고 대량생산을 택했다. 이런 상황에서도 랭팔라투르는 곳곳하게 인공 향과 인공색소를 배제한 ‘순수’를 고집해왔다. 물론 단지 천연이라고 해서 프리미엄이 붙는 건 아니다. 진입 장벽이 높지 않은 비누라는 영역에서는 프리미엄을 얹을 만한 희소성으로 차별화한 브랜드들만이 경쟁 우위를 차지하기 마련이다. 마르세유 비누의 자존심을 지켜온 랭팔라투르는 1대부터 6대까지 경영자 1인에게만 원료를 선별하는 ‘비전(秘傳)’을 전수해왔다고 한다. 1백 년이 훨씬 넘는 시간에 걸쳐 소중하게 전해지고 다듬어진 노하우를 지닌 것이다.



**장인의 손길이 녹아든 세심한 공정**  
 재료는 두말할 것 없이 중요한 요소다. 랭팔라투르의 비누 베이스는 올리브 등 100% 식물성 오일을 주재료로 삼는데, 이 베이스를 분쇄하고 압착하는 여섯 번의 과정을 거쳐 완성된 제품이 탄생한다고 한다. 브랜드 관계자는 비누가 부드러우면서도 단단한 질감을 유지할 수 있는 이유라고 설명했다. 에센스 오일도 최대한 화학 첨가물을 배제하고 자연에서 낮은 온도로 추출한 재료를 바탕으로 만들어 민감성 피부에도 적합한 스킨을 품고 있다고. 이러한 품질을 인정받아 랭팔라투르 비누는 국제 유기농 인증 협회 ‘에코서트’가 정한 유기농 제품 통과 기준인 95% 이상의 천연 성분 함유, 10% 이상의 오가닉 성분 함유, 합성 성분 제한 등을 모두 통과했다. 이 때문에 한국에서도 이미 제법 인지도를 얻고 있다. 처음 주목받기 시작한 건 KBS 1TV의 <백년의 가게>라는 프로그램을 통해 ‘비누 명가로 소개’되면서부터다. 이를 계기로 입소문을 본격적으로 탄 랭팔라투르는 롯데백화점 잠실점에 입성했고, 순수 미학을 사랑하는 고객들을 접할 수 있는 매장을 늘려나가는 중이다.

1, 2 '백80년'이 넘는 오랜 역사를 지칭하는 비누 브랜드 랭팔라투르는 장인의 세심한 손길이 녹아든 천연 수제 방식으로 비누를 만든다. 3, 4 랭팔라투르는 사방이 라벤다밭인 데다 올리브나무가 우거진 천연 에센스를 얻기 적합한 환경을 지닌 프랑스 프로방스의 마르세유에서 탄생했다. 특히 마르세유 지역은 72% 이상의 순수 식물성 오일이 함유된 무향, 무염화물 비누다.

# 스타일을 입힌 위스키, 시선을 탐하다

1994년 국내 최초의 프리미엄 스카치위스키로 데뷔 한 이래 대중적인 인기를 구가하며 20년을 달려온 임페리얼. 보틀 디자인에서도 대중의 만족도를 높이기 위해 무던히 애써온 브랜드이기도 하다. 클래식한 전통에서 벗어나 모던한 감각을 지향하며 나름의 혁신을 추구해온 임페리얼 보틀 디자인의 변천사를 살펴보자.

세상에는 매일같이 새로운 제품이 등장한다. 그중에는 별다른 주목을 받지 못하고 소리 없이 사라지는 물건도 있고, 시리즌물로 장수하는 물건도 있다. 오래도록 살아남는 물건의 형태는 시대를 초월하며 진화를 거듭하기 마련이다. 브랜드의 본질을 잃지 않으면서도 꾸준히 팬들의 변화를 거처왔기에 대중의 사랑을 떠나보내지 않을 수 있었던 것이다. 지금으로부터 20년 전인 1994년, 대한민국 최초의 프리미엄 스카치위스키라는 영예를 안은 채 등장한 임페리얼(Imperial) 디자인의 변신을 꾀하는 노력을 계속해 리하지 않았다. 달은 듯 ‘다름’을 품고 있는 임페리얼의 보틀 디자인 변천사가 자못 흥미롭다.

**무게감 있는 클래식 디자인에서 모던한 다이아몬드 커팅까지**  
 1994년 임페리얼은 이름처럼 ‘황제의 위스키’를 표방하며 화려하게 등장했다. 초기 제품인 임페리얼 클래식 12는 성공을 꿈꾸는 남성의 욕망을 자극하려는 듯 자못 무게 있는 디자인을 입었는데, 소비자의 호응으로 연일 판매 기록을 갈아치웠을 정도로 인기를 모았다. ‘가장 대중적인 프리미엄 위스키’라는 이미지가 상당히 효과적이었던 임페리얼은 꾸준한 인기를 얻으며 8년 만에 1억 명의 판매고를 돌파했다. 이후 2010년, 임페리얼 디자인은 획기적인 변신을 시도했다. ‘임페리얼 19 퀀텀(Quantum)’을 새로 선보이면서 지금은 브랜드의 상징처럼 여겨지는 ‘다이아몬드 앵글 커팅’을 적용한 것이다. 이 커팅을 양각으로 처리해 모던한 감각을 살리는 한편 견고한 실버 프레임으로 보틀을 감싼 디자인은 풍부한 19년산 위스키의 위용과 고급스러움을 강조하기 위한 시도였다.

**혁신의 DNA를 잇기 위한 부단한 행동**  
 이처럼 모던함을 강조한 디자인은 임페리얼 12, 17, 21을 아우르는 변화로도 이어졌다. 임페리얼은 자체 다이아몬드 커팅이 연성되는 디자인으로 통 일하는 리뉴얼을 단행했다. 12는 레드 컬러에 중점을 뒀던 임페리얼 도시를 에너지를 담았다면 17은 브라운 컬러로 그라데이션을 넣어 깊은 맛을 표현하고자 했다. 21은 시크한 남성의 절제된 세련미를 부각하고자 ‘블랙’을 포인트 컬러로 선택했다. 보틀 디자인의 혁신을 위한 임페리얼의 부단한 행동은 주요 디자인 어워드 수상자에 이름을 올리는 성과로 보답받았다. 위스키 브랜드로는 이례적으로 ‘2011 코리아 스타 어워즈(Korea Star Awards)’에서 최고상인 지식경제부 장관상을 수상했으며, 세계 포장디자인(WPO)가 주최한 국제 패키징 콘테스트 ‘2011-2012 월드 스타 패키징 어워즈(World Star Packaging Awards)’의 ‘월드 스타 위너’에 선정됐다. 또 올해는 ‘2014 레드닷 디자인 어워드(Reddot Design Award)’에서 커뮤니케이션 부문 ‘위너(Winner)’를 수상했다. 레드닷은 3대 디자인 어워드이기도 하지만 소비자의 스토리를 주된 기준으로 하는 심사에서 거둔 소비자 만큼 ‘고객을 위한 디자인’에 애써온 임페리얼의 감회는 남다르다. 그리고 스무 번째 생일을 맞은 2014년을 기념하기 위해 한국 전통미의 상징인 청자화 백자를 모티브로 삼고 현대적인 세련미를 담은 새로운 디자인을 적용한 임페리얼 탄생 20주년 기념 리미티드 에디션도 선보였다. 이는 산업 디자이너 김영세와의 협업으로 이뤄진 결과물이다. ‘20’이라는 숫자를 보드에 새겨 넣은 이 기념 에디션은 스코틀랜드에서 20년 이상 숙성된 원액만을 엄선하고, 최상의 블렌딩을 거쳐 빚어냄으로써 소장 가치를 높였다.



(왼쪽 밑에서 시계 방향으로) 병 표면을 감싸는 다이아몬드 앵글 커팅이 돋보이는 임페리얼 21, 17, 19, 12의 보틀 디자인.

