

Metamorphosis, an Hermès story



Les Nécessaires
d'Hermès
Cheval-d'arçons
in Essentiel bullskin
에르메스 코리아
02 544 7722
Hermes.com

Style

조선일보

OCTOBER 2014 vol.116



RALPH LAUREN

The Alligator Soft Ricky Bag

SEOUL DOSAN PARK 631-34 SINSANG-DONG, GANGNAM-GU 02 545 8200
RALPHLAUREN.COM/RICKY

Cartier





Breguet
Depuis 1775

Breguet, the innovator.

Invention of the Breguet balance spring, 1795

The balance spring gives time rhythm and sets its rate – the key to a watch's precision. With its many patented innovations, the Tradition 7047PT with fusee tourbillon pushes the limits of precision time-keeping by combining the accuracy of the Breguet balance-spring's terminal curve, conceived in 1795, and the anti-magnetic properties of silicon. History is still being written...



**MONT
BLANC** 



Bohème Perpetual Calendar

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

Visit Montblanc.com



표지에 등장한 이미지는 반티지 브라운 컬러가 돋보이는 랄프 로렌의 엘라게이터 소재 소프트 리키백. 리키 백은 디자이너 윌트 로렌의 아이코닉 그 의 유즈. 리키 로렌의 이름에서 유래한 랄프 로렌의 대표 제품이다. 클래식한 디자인에 유연한 실루엣을 적용해 고급스럽고도 특별한 스타일로 연출했다. 문의 02-545-8200



- 16 **창조적 협업의 미학, 환상의 짝꿍을 찾아라** 단순한 역할 분담이 아니라 영혼의 단짝처럼 일에서 긍정적인 시너지를 낼 수 있는 파트너십은 인생 최고의 행운이 아닐까. 고군분투하지 말고 주위를 잘 둘러보라!
- 18 **THE ANTIQUE BIENNALE 2014** 살아 숨 쉬는 예술품인 하이 주얼리가 선사하는 엔틱 비엔날레의 특별한 순간을 <스타일 조선일보>가 직접 취재했다.
- 20 **LOTS OF LOVE** 만남과 인연, 그리고 영원한 사랑의 의미를 담은 로 맨틱 주얼리와 함께 그녀에게 전하는 달콤한 메시지.
- 22 **LOVE BLOSSOM** 행복의 상징인 장미를 모티브로 한 루시 로즈 클라시크 링이 당신의 손에서 아름답고 우아하게 피어난다.
- 24 **HEEL SO COOL** 향형색의 낙엽이 떨어질 무렵, 그녀의 우아한 발 걸음에 시선이 머문다. 클래식하고 세련된 미들 힐 컬렉션.
- 26 **WEEKEND FOR HER A4** 용지는 물론 두어 권의 책과 화장품 파우치, 여벌의 옷도 거뜬히 들어가는 워크엔드 백은 보는 것만으로도 넉넉한 여유로움을 안겨준다. 다가오는 주말, 떠날 준비 되었는가.
- 28 **THE STORY OF GREAT MAISON** 품격과 문화, 그리고 역동성을 품은 서울과 상하이의 매종 에르메스는 시간을 잊게 만드는 마법 같은 공간으로 2014년 가을, 우리에게 다가왔다.
- 30 **EDITOR'S PICK** 급격한 계절의 변화에 맞서는 <스타일 조선일보> 기자들의 코즈메틱 리스트로 화장대를 업데이트하라.
- 32 **SOME SCENES** TV조선 주말 드라마 <최고의 결혼>에서 지금까지 볼 수 없었던 새로운 모습을 연기하는 박시연과 배수빈.
- 40 **A LASTING TOUCH** 동대문 디자인 플라자(DDP)에 나비가 날아 들었다. 오메가 '드 빌 프레스티지 버터플라이'(De Ville Prestige Butterfly)의 드라마틱한 론칭 행사가 개최된 것.
- 42 **40년 넘는 내공의 시계 전문 경영인 STEPHEN URQUHART** 신 제품 론칭 행사를 위해 오메가의 브랜드 홍보대사인 영화배우 니콜 키드먼과 함께 방한한 우르ardt 사장에게서 특히 아시아 시장을 중심으로 여성들을 매혹하는 오트메틱 워치의 미학에 대해 들어봤다.
- 44 **BACKPACK ATTACK** 하이 패션의 주요 아이템으로 떠오른 남자의 백팩.
- 45 **CHIC DOUBLE LIFE** 이탈리아 패션 브랜드, 페이(Fay)가 전세계 백화점 본점에 아시아 최초 부티크를 오픈했다.
- 46 **HOLD ME TIGHT** 흔하지 않아서 더 관심이 간다. 신세계백화점 본점 핸드백 컬렉션의 트리오, 파올라 카티마토리, 마크 크로스, 매종 모로우가 그 얼굴들이다.
- 47 **SHOE HOLIC** 올해도 쇼핑 리스트에 어김없이 올라온 신발을 구입 할 작정이면 신세계백화점에 있는 프리미엄 슈즈 멀티숍, 슈 컬렉션으로 향할 것.
- 48 **DREAM STONES** 프레데릭 부세론이 1858년 창립한 부세론 하우스는 엔틱 비엔날레에서도 가장 눈에 띄는 유서 깊은 주얼리 브랜드다. 정통성 있는 손목시계를 선보일 뿐 아니라 자연에서 받은 영감을 보석에 접목한 창의적인 예술가인 부세론 하우스, 올해 엔틱 비엔날레를 위해 준비한 드라마틱한 하이 주얼리를 방동에 위치한 부세론 공방에서 직접 만날 수 있었다.

Style 조선일보

Issue.116 October 2014



stylechosun.com

<스타일 조선일보> 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트를, 실질적인 정보의 리서치 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. 허서지 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 <스타일 조선일보> 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

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 | 이은숙 okida@chosun.com 교열 | 이정현
 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com
 조동일 ci@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 · 재판 | 세빛 그래픽스
 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패러온 비즈니스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529

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

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



GUCCI.COM



Jewel TIMELESS CLASSICS

시선을 사로잡아야 하는 순간, 주인공을 위한 하이주얼리로 완성한 브로치 컬렉션.

(왼쪽부터 시계 방향으로) 블루 사파이어로 나비 날갯짓을 표현한 비아틀라이 브로치 가격 미정 **타미니**, 핑크 펄과 마더오브펄로 오카드를 표현한 캐레스 데 오카드 컬렉션 네크리스 밴드, 브로치로 변형해 사용할 수 있다. 6천4백만원대, 그린 에메랄드로 팬더의 눈을 표현한 팬더 브로치 3천 6백만원대 모두 **가르디에**, 벨의 머리에서 영감을 받은 밴드네트 데 아몬드 옷핀을 다채 브로치로 변신시켰다. 가격 미정 **부비엔**, 에디터 **베아민**

포토그래피 박인주

Interview FOR BRILLIANT EYES

SK-II가 맹맹한 눈가를, 사프한 눈고리, 쫘뻛한 눈 밑을 위한 신제품 '마그네틱 아이 케어'를 선보였다. 론칭 이벤트에 참석한 P&G 글로벌 R&D 총괄 책임자 수다사나 수다(Sudarsana Suda)와 만나 제품에 대한 궁금증을 풀었다.

StyleChosun(이하 SC) : 신제품 '마그네틱 아이 케어'를 전 세계 최초로 한국에서 출시하게 된 이유는 무엇인가. **수다사나 수다(이하 SS)** : 한국 여성들의 눈가 관리는 전 세계에서 인정을 정도로 차별하다. 뷰티 시장의 발전 속도가 빠르고 수준도 높은 한국 시장에서 인정받는다면 아시아는 물론 전 세계적으로도 충분히 성공을 거두리라는 확신을 가졌다. **SC** : 애플리케이션에 사용하는 수많은 소재 중 '마그네틱'을 선택한 이유를 알고 싶다. **SS** : 그동안 얇은 눈가 피부 장벽에 손상을 주거나 유효 성분을 충분히 흡수시키지 못하는 애플리케이션을 많이 봐왔다. SK-II가 제품을 개발할 때 가장 중요하게 생각하는 부분은 첨단 기술을 기반으로 한 효능과 혁신, 안정성이다. 화장품의 성분이 반자성을 띠는 것을 이용해 마그네틱 스틱으로 마사지하면 스템파워 아이크림의 성분이 피부 속으로 풍부하게 침투한다는 사실을 발견했다. 손으로 사용했을 때보다 흡수율이 3배나 더 높았으며, 부작용이 없다는 점도 중요했다. 눈 밑, 눈가물, 눈고리를 공략할 수 있는 커브 형태를 고안했고, 자력의 미세 배열을 연구한 패턴을 스틱에 담았다. **SC** : 마그네틱 스틱 외에 기존의 스킨 시크너처 아이크림과 달라진 점이 있다. **SS** : 아티초크 추출물, 농축 피테라™, 스템 아카넥스를 더한 '스템파워 트리오 액티브 콤플렉스'와 눈 밑 탄력을 책임지는 '루판-알파파 추출물', 주름을 다스리는 'PAL-VB 콤플렉스'를 결합한 '스템 아카넥스 아이 콤플렉스'가 업그레이드되었다. **SC** : 눈가 노화 중 특이하던 문제가 있다면 우리에게 추천하고 싶다. **SS** : 눈가 피부는 다른 부위보다 3분의 1이 앞은 데다 매일 2만 번 이상 움직일뿐더러 안구의 중력으로 특별한 케어가 필요하다. 눈가 노화가 시작되는 스무 살부터 전문적인 제품으로 데일리 아이 케어를 시작한다면 사실보다 더 큰 효과를 오랫동안 지속할 수 있다. 에디터 **이예진**



수다사나 수다



Beauty HAND RENEWAL

이유리 얼굴이 20대를 방불케 할 만큼 팽팽하고 탄력있어지고 손등에 자리 잡은 주름과 검은 잡티를 보면 나이를 속일 수 없다. 최근엔 아가미가 보드랍고 통통한 손을 위한 '손등 필러 시술'이 유행할 정도라고 하니 매끄러운 손을 위한 얼굴을 가꾸는 것만 큼이나 노력과 노화 예방이 필수다. 보습, 잡티 예방, 주름 개선, 자외선 차단까지, 손의 피부 노화를 복합적으로 개선해줄 기능성 핸드크림을 소개한다. (왼쪽 아래부터 시계 방향으로) **말레드보 보베 크림**으로 **부르 레방**은 업계 최초로 주름, 마백, 자외선 차단 및 3중 기능성을 인종별로 핸드크림, 쫘뻛한 집라인 얼굴에 크림을 바른 것처럼 지속적으로 손 피부를 촉촉하고 매끄럽게 가꿔준다(75ml 9만2천원대). **사벨 비디 액셀방스 나리상 앤 리뉴브에이징 핸드크림**은 파뮈 벵글 PFA를 함유해 피부에 탄력을 부여하고, 카사아 잉구스티폴리아 씨앗 추출물이 8시간 동안 피부를 부드럽고 촉촉하게 가꿔준다. 더불어 시아버타가 보습력을 강화하며 김초 추출물이 디크 스프트 형성을 예방하는 것이 특징이다(75ml 8만원). **비비 브리온 엑스트라 핸드크림**은 시아버타와 클레리 세이지 성분은 수분 보호막을 강화해 건조한 손을 촉촉하게 개선한다. 또 아스트와 김초 추출물이 손등을 환하게 깨끗하게 가꿔준다(50ml 4만2천원대). **디올 캡쉬 토탈 나처링 핸드 리페어 크림 SPF 15**은 자외선 차단 효과와 함께 다량의 대표 안티에이징 라인인 캡쉬 토탈의 유효 성분을 담은 핸드크림으로, 건조한 손에 풍부하고 영양과 탄력을 부여한다(75ml 8만5천원). **아도레퍼시픽 타임 레스폰스 인텐시브 핸드 리뉴얼 크림**은 강력한 누치 인티에이징 효과를 발휘해 손 노화의 고민을 복합적으로 해결한다. 어드밴스드 타임 레스폰스 콤플렉스™ 성분이 피부 톤, 탄력, 수분도를 월등하게 선하고 외부 스트레스로부터 손 피부를 보호한다(30mlX3개 8만원), 에디터 **권유진**

포토그래피 박인주

INSIGHT

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

Living 프리미엄 비즈니스호텔 신라스테이, 서울에 등장하다

이탈리아 대가의 디자인 감성이 물씬 묻어 있는 프리미엄 비즈니스호텔 신라스테이가 서울 강남 한복판에 모습을 드러냈다. 신라스테이는 신라 호텔의 비즈니스호텔 브랜드. 지난해 11월 개장한 경기도 동탄점에 이어 신라스테이 역삼이 문을 열었다. 단순함과 '우아함'. 이 호텔의 전반적인 인테리어를 맡은 이탈리아 건축가이자 디자이너 파올로 리스니는 서울을 찾아 가진 오픈 기념 기자 간담회에서 미니멀리스트인 자신의 디자인 규칙에는 변함이 없지만 신라스테이의 경우에는 한국적인 정서를 살짝 곁들였다고 설명했다. "제가 지난 이탈리아의 감각과 한국적인 감성을 결합했습니다. 한국 디자인에는 뭔가 절제된 느낌이 있거든요. 디자인의 결함이라고 할 수 있지요." 호텔 안 로비의 벽을 장식한 타일 같은 경우, 실제로 한국의 도자기를 활용한 핸드메이드 작업으로 탄생했다고. 사실 비즈니스호텔은 아무래도 자연과 공간의 제약 때문에 특급 호텔에 비해 디자인을 하기 더 까다로운 수도 있다. 그런 맥락에서 볼 때 합리적인 가격에도 모던하고 깔끔한 디자인에 신라 호텔 수준의 고급 매트리스와 향긋한 거위털 침구를 갖추고 아베다(Aveda) 제품을 객실 어메니티로 구성된 점은 이 호텔이 '스마트 스테이'라는 콘셉트를 내세우려는 생각이 들게 한다. 방 자체는 대부분 크지는 않지만 객실 내에 욕실과 침실을 분리하는 메탈 슬라이딩 도어, 오렌지색 미니바 수납장 등은 실내 공간에 활기를 더해준다. 지상 15층, 지하 5층에 들어선 객실 수는 총 3백여개. 비즈니스 미팅 공간도 예약제로 이용할 수 있다. 신라스테이는 오는 2016년까지 10개 지역에 추가로 들어설 예정이다. "공간이 주는 느낌만 중중한다면 다른 것에서는 자유로울 수 있다고 생각합니다. 신라스테이라는 이유로는 기본적인 디자인 언어는 유지하되 각 지역과 건물에 맞는 디자인의 변주를 자연스럽게 더해 나갈 계획입니다." 서울이라는 도시에 의미 있는 자취를 남길 글로벌 프로젝트로 여기고 앞으로도 지속적인 협업을 해 나갈 예정이라는 파올로 리스니와 신라의 행보가 자못 흥미롭다. 홈페이지 www.shillastay.com 에디터 **고성연**



Exhibition <로저 비비에 - 아이콘스 캐넥티드>展

전 세계적으로 두터운 마니아층을 거느리고 있는 프랑스 명품 슈즈 브랜드 로저 비비에의 창조적 여정을 엿볼 수 있는 전시회가 열린다. 오는 11월 6일부터 16일까지 서울 송원아트센터에서 <로저 비비에 - 아이콘스 캐넥티드(Roger Vivier - Icons Connected)>전이 열리는 것. 전 세계를 순회하는 이번 로저 비비에 전시는 갤러리이벤트장에 자리 잡은 한국 최초 부티크의 오픈을 기념하며 중국과 일본에서도 이어질 예정이다. 우리나라에서는 다소 생소할 수도 있지만 프랑스 구두 디자이너 로저 비비에(1907~1998)는 유럽에서는 못 여성들의 마음을 사로잡아온 유서 깊은 명품 브랜드다. 1930년대부터 매우적인 슈즈 브랜드로 시작해 현대적인 파리의 스타일을 담은 럭셔리 액세서리 브랜드로 자리매김했다. 특히 이 브랜드는 2003년 이탈리아 토스 그룹의 설립자인 디에고 델라 발레에게 인수되면서 다시 한 번 도약의 발판을 마련했다. 현재 크리에이티브 디렉터인 브루노 마그리시와 프랑스 패션 아이콘인 브랜드 홍보대사 이네스 드 라 프레스주는 창립자인 로저 비비에의 창의적 오라를 널리 알리는 데 적극 나서고 있다. 프레스니는 크리에이티브 디렉터로 임명된 2003년부터 1967년 제작된 고전 영화 <세브린>의 주인공 키티 린드브를 통해 유명세를 탄 버클 펌프스를 비롯한 로저 비비에의 시그니처 스타일에 찬사한 개성을 보여줬다는 평가를 받는다. 이번 전시에서는 로저 비비에의 상징적인 컬렉션을 보여주는 대체로운 이미지를 비롯해 새롭고 영감을 자극하는 멋진 빈티지 슈즈, 그리고 프랜차이즈의 액세서리를 두루 볼 수 있다. 또 로저 비비에라는 브랜드를 사랑했던 셀럽들의 사진도 감상할 수 있는 기회다. 문의 02-3448-8198 에디터 **고성연**



로저 비비에 마스크 컬렉션(Collection Mask). 1967년 일생력을 위해 파리에 제작했다. Photo by Aguttes Aubert



PRADA EYEWEAR

James McAvoy
England, May 2014

Art. SPR18P prada.com



송이자기족과 벨가죽이 조화를 이룬 럭셔리한 체인 숄더백. 31X17cm, 4백만원대 보태가베네타.

벨가죽과 벨트 디자인과 벨트 디테일을 세련된 소가죽 벨트. 1백만원대 토토.

벨가죽으로 포인트를 준 워킹 미니 클러치. 20X12cm, 1백만원대 보태가베네타.

레트로풍의 캐츠 아이 프레임 선글라스 20만원대 프린 by 유티칼 더블유.

가죽 디테일을 더한 초 케이스 50만원대 에르메스.

for her Selection

1980년대를 풍미했던 우아하고 아방가르드한 디자인과 클래식 아이템의 조우. *photographed by kim do hyun*

복고풍 디자인과 강렬한 소재가 어우러진 0.9어령 가격 미장 샤넬.

미-잡한 버클 디테일의 레드 소가죽 벨트 35만원대 마린 마르지엘라.

날렵한 안코 라인과 이국적인 가죽 포인트가 매력적인 로퍼 가격 미장 셀린느.

레드 컬러 캐시미어 터틀넥 1백30만원대, 옴아트 프린트의 옐로 실크 드레스 4백10만원 모두 프라다.

스트라이프 실크 블라우스 1백25만원, 레오파드 패턴 재킷 2백37만원 모두 구찌.

패시빌리 패턴이 새겨진 가죽이 고급스러운 앙드레 카세린 트롤레 28X21cm, 1백82만원 에르메스.

벨트를 장식하는 벨트인 동화에는 미니벨트 디자인이 벨트 50만원 루이비통.

골드 자물쇠 버클 장식이 포인트인 파울 스웨이드 펌프스 80만원대 페라가모.

고급스러운 디테일과 디테일한 디자인을 더한 초 케이스 50만원대 에르메스.

스타일링 포인트 유망한 아시스트 아이템 에디터 김유진

보태가베네타 02-3438-7682 토즈 02-3438-6008
 에르메스 02-544-7722 프라다 02-3218-5331
 셀린느 02-540-0486 유티칼 더블유 02-6911-0845
 마린 마르지엘라 02-6905-3676 샤넬 02-543-8700
 구찌 1577-1921 에트로 02-511-2573 루이비통 02-3432-1854
 페라가모 02-2140-9642 펜디 02-2056-9022

婁

雪花秀

주름줄기에 맞서는 강력한 힘이
 깊어지는 주름을 탄력으로 차올리다

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

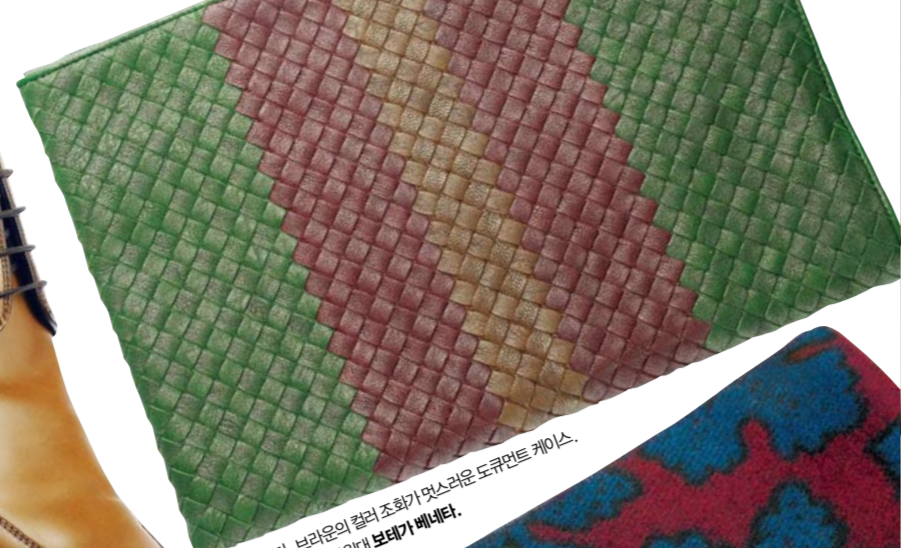




카키 컬러 울란빌 재킷 3백만원대, 터틀넥 스웨터 1백만원대 모두 보테가 베네타.



브라운 컬러의 슈가투스 캐시미어 구두 30만원대 보테가 베네타.



그린, 버건디, 브라운의 컬러 조합이 멋진 도큐먼트 케이스. 34x23.5cm, 1백만원대 보테가 베네타.



블루, 버건디, 브라운으로 포인트 준 버건디 컬러의 스카프 52만원대 보테가 베네타.



흑단 가죽의 키체인으로 구두를 30만원대 보테가 베네타.



1935년 창립 80주년을 기념하여 블랙 컬러의 블랙 레퍼런스 워치 2백만원대 보테가 베네타.



1935년 창립 80주년을 기념하여 블랙 컬러의 블랙 레퍼런스 워치 2백만원대 보테가 베네타.

1935년 창립 80주년을 기념하여 블랙 컬러의 블랙 레퍼런스 워치 2백만원대 보테가 베네타.

for him Selection

가을이 무르익어 가면 깊고 풍부한 덩 컬러의 향연이 시작된다.
photographed by kim do hyun



벨벳 소재가 유니크한 레드 프레임 인경 30만원대 레이벤 by 록스타코리아.



흑단 소재가 포인트인 미니멀한 디자인의 큐브스 링크 1백만원대 루이비통.



가죽 워싱 디테일이 고급스러운 장갑 50만원대 보테가 베네타.

가죽 워싱 디테일이 고급스러운 장갑 50만원대 보테가 베네타.



가죽 워싱 디테일이 고급스러운 장갑 50만원대 보테가 베네타.



담 브라운 컬러의 숄더가죽 브리프 케이스 41.5x31cm, 2백만원대 보테가 베네타.



메카닉 라인에 테슬 장식미 스타일링을 매를 스웨이드 슈즈 1백39만원 크리산 루부탱.



실크 비버 소재의 브라운 컬러 재킷 3백64만원. 마이크로 체크 패턴 셔츠 42만원, 캐시미어 라운드 넥 니트 94만원 모두 에르메네집도 제나.

- 구찌 1577-1921
- 몬진 02-3149-9532
- 카톤 02-6905-3787
- 벨루티 02-547-1895
- 루이비통 02-3432-1854
- 버버리 02-3385-6536
- 록스타코리아 02-501-4436
- 몽블랑 02-3485-6627
- 브리오니 02-6905-3760
- 크리산 루부탱 02-6905-3795
- 에르메네집도 제나 02-2240-6521
- 보테가 베네타 02-3438-7682



BURBERRY

버버리의 신상품 블룸스버리를 소개합니다

BURBERRY.COM



창조적 협업의 미학, 환상의 짝꿍을 찾아라

근대 사회학의 거장 에밀 뒤르켐은 사회적 연대는 개인들의 유사성에 기초한 기계적 연대, 그리고 노동의 분화와 서로를 채워줄 수 있는 상호 보완성에 바탕을 둔 유기적 연대로 나뉜다고 주장했다. 보다 이상적인 형태의 연대는 당연히 후자일 것이다. 오늘날엔 유기적 연대의 궁극으로 진화된 듯한 창의적 협업이 주목받고 있다. 세상은 홀로 서기에도 버티기 어려운 이들이 많지만 혼자서는 반으로 잘린 수레바퀴나 마찬가지라는 말을 곱씹어볼 필요가 있다. 단순한 역할 분담이 아니라 영혼의 단짝처럼 일에서 긍정적인 시너지를 낼 수 있는 파트너십은 인생 최고의 행운이 아닐까. 고군분투하지 말고 주위를 잘 둘러보라!

협업적 창의성(collaborative creativity)에 대해 많은 글을 쓴 영국의 저널리스트 출신 학자 찰스 리드비터는 창의성이란 다양한 기술과 관점, 통찰력을 지닌 사람들이 아이디어를 공유하고 공동 작업을 펼치며 개발하는 끊임없는 사회 활동이라고 했다. 다시 말해 창의성이란 기본적으로 협업과 관련돼 있다는 주장이다. 그리고 모두를 하나로 연결할 수 있는 인터넷이 발달로 이런 협업 활동을 증진시키는 새로운 방식을 제공한다는 부연 설명이 자연스레 따라붙는다. 상당수 학자들이 서비스와 정보의 유통 방식이 달라진 21세기에는 한 사람이 다채로운 영역을 아우르면서 1인 기업을 운영하고, 개개인의 수요를 충족시키면서 1인 시장이 형성되는 이른바 '네오 르네상스' 시대가 펼쳐질 것이라고 예측했는데, 이 논리가 설득력을 얻으려면 바로 협업이 뒷받침돼야 한다. 과학이든 예술이든 갈수록 복잡다단해지는 현 시대에 다양한 분야를 넘나들며 조율하는 내공을 갖추기란 만만한 일이 아니기 때문이다. 그래서일까? 건축가, 디자이너, 작가 같은 크리에이티브 사이에 창조적인 협업으로 두각을 나타내는 사례가 눈에 많이 띈다. 듀엣도 있고, 트리오도 있고, 4인조도 있는 뮤지션처럼 말이다. 심지어 세계 최초의 심리학자 듀오를 표방하는 독일의 작가 2인조도 있다. 폴커 키즈와 마누엘 투슈라는 심리학자들인데, 이들은 최근 공동 저자로 맹활약하고 있다. 이러한 관계는 물론 불세출의 스페인 건축가 가우디와 그를 아꼈던 후원한 구엘, 고전 명작인 영화 <갈>에서 펠리시 감독과 그의 페르소나이자 연인, 배우자였던 줄리아타 마시나, 또는 팀 버튼 감독과 조니 뎀 같은 형태의 파트너십은 아니다. 예술가와 후원자, 감독과 배우, PD와 작가의 관계처럼 하나의 작업 영역에서 각기 다른 역할을 하면서 서로에게 필수적인 존재로 작용하는 게 아니라, 동등한 위치에서 같은 역할을 함께 수행해나가는 진정한 파트너십을 말한다. 그렇다고 빛과 그림자처럼 한 사람만 집중적인 조명을 받고 다른 이는 부각되지 못하는, 다시 말해 협의의 균형에서 한쪽이 심하게 기울어지는 관계도 아니다. 따로 또 같이, 즉 전체로서 두각을 나타내는 동시에 각각의 구성원이 저마다 목소리를 내고 대우를 받는다.

협업의 불문율, '나 혼자만의 공'은 없다

사실 단순히 생각하면 서로가 힘을 합치면 당연히 효과가 커지지 않겠냐고 반문할 수도 있다. 하지만 것처럼 모든 게 간단하다면 누구나 쉽게 옆 사람 손을 잡을 것이다. 실제로는 개성이 강하고 주관이 뚜렷한 크리에이티브들 사이에서는 좀처럼 타협하지 못해 일을 망치는 경우가 많다. 누가 아이디어 주장자인지를 놓고 자존심이 걸린 미묘한 신경전이 불거지게 마련이다. 그렇다면 협업의 달인은 대체 어떤 식으로 시너지를 낼까? "혼자 작업하면 단일한 관점에 얽매기가 쉬운데, 셋이 함께하기 때문에 서로의 아이디어에 대해 더욱 도전적으로 대응할 수 있습니다. 각기 다른 관점을 제시하면서 아이디어를 발전시켜나갑니다. 따라서 사실상 누가 최초의 아이디어를 냈느냐는 질문에 답을 할 수 없을 만큼 협업 체계가 독특한 것이지요." 최근까지 시선을 대미술품에서 전시회를 개최한 honest 3인조 크리에이티브 그룹 트로이카(Troika)의 세바스찬 노엘은 방안을 기념해 열린 기자 간담회에서 이렇게 설명했다.

분명히 특정한 지점에서 누군가 더 많이 기여했을 수는 있을 것이다. 하지만 진정한 파트너십이란 굳이 그렇게 공을 따지지도 않으며, 공헌도를 계산하지 않아도 될 만큼 협업의 면면이 공고하고 유기적인 것이 아닐까. 이점에서 짐작할 수 있듯이 '삼총사로 활동하는 트로이카는 런던의 왕립예술학교(RCA) 동창생으로 이뤄져 있다. 지금도 런던을 무대로 활약하고 있지만 영국 출신은 아무도 없으며, 전공도 저마다 다르다. 이 중 '청일집'인 세바스찬 노엘은 프랑스 출신으로 엔지니어링과 제품 디자인을 전공했는데, RCA에 입학하기 전에 안토니오 치테리오, 마리오 벨리니 같은 이탈리아 거장들의 스튜디오에서 경험을 쌓았다. 에바 루키와 코니 프리어는 둘 다 독일 출신. 네덜란드에서 학부 과정을 마치고 RCA에서 커뮤니케이션 아트 & 디자인으로 석사 학위를 딴 에바는 디자이너와 에디터 경력이 있다. 코니 역시 다문화적 경험이 풍부하다. 대학 시절 몬트리올에서 커뮤니케이션 디자인과 사진을 전공한 그녀는 캐나다와 독일에서 그래픽 디자이너이자 일러스트레이터로 활동했다. 이처럼 특색은 저마다 다르지만 이들은 자신들의 작업은 분업이 아니라 철저한 협업이라고 한목소리를 낸다. "많이 싸우기도 하지만, 각자 아이디어를 내면 그에 대해 진지하게 비판적인 토론을 하고, 새로운 관점을 제기하는 과정이 이어집니다. 우리 작업은 스스로 던진 질문에 대한 해답을 찾는 공동의 탐색 과정이라고 보면 될 것 같아요." 코니 프리어의 말이다.

공동의 작업 과정, 그 자체가 예술이다

협업적 창의성이 얼마나 근사하게 펼쳐질 수 있는지는 트로이카의 작품 세계를 조금만 유심히 들여다보면 금세 알 수 있다. 수많은 만남과 이별이 교차하는 공정의 풍경을 수천 개의 플립 장치를 달아 움직이는 구름 모양으로 표현한 설치 작품 '클라우드(Cloud)', 빗물처럼 내리는 빛의 방울을 기계장치로 구현한 '폴링 라이트(Falling Light)', 목재 구조와 파란 양초를 활용해 미로 속에서 최적의 경로를 찾아가는 검은 그늘음을 그려낸 '레버린스(Labyrinth)'. 테크놀로지와 인본주의의 관계에 대한 궁금증과 통찰을 첨단 기술과 아날로그적 느낌을 조화시키는 흥미로운 방식으로 작품에 투영하는 그들의 공동 작업은 확실히 다면적인 매력과 깊이를 동시에 품고 있다. 3인조의 주장대로 각자 지닌 특장점을 한데 녹여내며 공통된 관점을 갖고 장시간의 논의를 거쳐 아이디어를 발전시킨 과정이 집약된 결과물다운 오라가 풍겨난다. 스웨덴의 여성 3인방으로 유명한 디자인 그룹 프론트(Front)도 뱀이 파리를 토 모양을 연상케 하는 곡선의 옷걸이처럼 범상치 않은 발상을 과감히 실행으로 옮기는 창조적 리더십을 높이 평가받고 있는데, 이들 역시 발상부터 생산까지 셋이 다 같이 참여하는 과정에서 대중의 마음을 잡아끄는 실험적인 감각이 또다른 생명체처럼 불거져나온다. 물론 작품의 성격에 따라서는 혼자서도 탁월한 성과를 내는 경우도 많다. 하지만 레오나르도 다빈치 같은 천재적인 역량에 갖춘 인물도 고도로 복잡해진 오늘날의 세계를 다층적인 시각과 방식으로 담아내기는 결코 쉽지 않을 것이다. 트로이카의 나머지 한 멤버인 에바 루키는 국내 언론과 가진 인터뷰에서 이 점에 동의를 표했다. "우리는 같은 문제로 똑같은 영향

을 받지만, 그 문제를 한 사람이 해결할 수 없어요. 복잡한 세상을 이해하려고 노력하는 과정에서 여러 사람이 함께 토론해야 하고, 그 과정이 예술이지요." 스승과 제자로 만난 인연인 '영혼의 파트너' 관계로 승화시켜 인터랙티브 디자인 분야에서 크게 활약하고 있는 런던의 2인조 스튜디오 러키바이트(Luckybite)도 비슷한 경우다. 이 세계 듀오는 끊임없이 대화를 해가며 창조하는 과정의 매력에 흠뻑 빠져들어 좋은 직장까지 박차고 나와 작은 인터랙션 회사를 차렸다. 파동장이 넘는 나이 차에도 서로의 강점을 인정하는 대등한 파트너로서 환상의 궁합을 자랑한다. 이처럼 자신의 한계를 분명히 인식하고 타인의 장점을 존중하며 공동 작업을 해나가는 과정 자체를 진정으로 즐기는 태도야말로 협업의 요체일 것이다. 그런데 자신이 보유한 자산을 거의 바닥까지 드러내면서도 대등하게 작업하려면 서로에 대한 확고한 믿음이 뒷받침돼야 한다. 서로의 창조적 영혼을 채워주는 상호 보완적인 요소 말고도 나를 저버리지 않을 것이라는 신뢰는 자속적인 관계의 핵심이 아니냐. 크리에이티브 그룹에 형제나 연인, 부부, 사제, 동창생 같은 끈끈한 인연이 많은 것도 아마도 그런 맥락에서 이해할 수 있지 않을까 싶다.

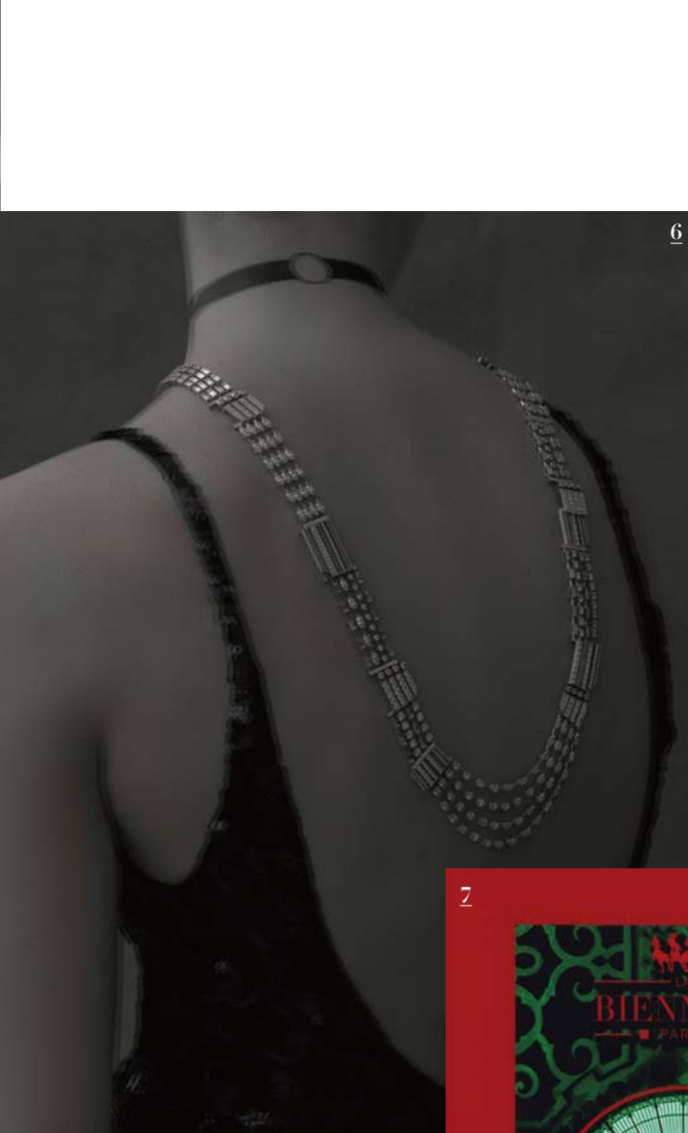
형제는 닮았다, 유기적인 연대의 바탕은 굳건한 믿음일까

디자인업계 큰 별인 브라질 출신의 캄파나 형제. 뱀이 영겨 있는 듯한 스파, 질 터미를 연상케 하는 옷장 등 진위적인 분위기 물씬 나는 독특하고 기발한 디자인으로 유명한 이 형제는 원래 각자의 길을 걷다가 합친 사례다. 예술에 관심이 무척 많았던 형 움베르토 캄파나는 원래 법학을 전공한 변호사 출신이지만 혼자 조각 작업을 할 만큼 손으로 뭔가를 만드는 걸 좋아했다. 건축을 공부한 동생 페르난도는 이를 지켜보다 형을 돕게 됐고, 결국 둘은 '시너지'를 택했다. 형이 법조계를 떠나 동생과 함께 스튜디오를 차리면서 국보급 디자인 듀오가 탄생하게 되었다. 페르난도 캄파나는 웹진 <디자인본>과 가진 인터뷰에서 자신이 형의 작품에 가능성을 불어넣으면서 작품 세계에 성숙도가 더해졌다고 말하기도 했다. 자매는 드물지만 요즘 세계적으로 주목받는 형제 크리에이티브들은 캄파나 형제 외에도 많다. 미술계에서는 페드물체 '스타 브러더스'로 자리 잡은 영국의 체프먼 형제가 있고, 세계적으로 가장 각광받고 있는 2인조 산업 디자이너 로랑 & 에르완 부를레도 친형제 사이다. 20세기 최고의 디자인 아이콘이었던 필립 스타크의 시대가 저물면서 생겨난 빈자리를 부를레 형제가 채워주고 있는데, 1999년 스튜디오를 차린 뒤 엄청난 활약을 펼치고 있다. 자연에서 영감을 받아 유기적인 형태의 디자인을 주로 선보이는 부를레 형제는 우리나라에서는 인기 드라마 <시크릿 가든> 속 남주 주인공의 집 디자인 룸에 걸린 패브릭 작품 '클라우드(Clouds)'로 은근한 입소문을 타기도 했다. 영화계로 넘어가면 좀 더 익숙한 이름들이 눈에 띈다. 우선 우리나라의 경우에는 박찬욱, 박찬경 감독이 가끔 공동 작업을 펼치고, 김국과 김선 감독이 형제 감독으로 활동하고 있다. 해외로 시선을 돌려보면 칸 영화제가 사랑하는 벨기어 다르렌 형제, <매트릭스>로 유명한 할리우드의 워쇼스키 형제(이제는 남매), 코미디 장르의 황제로 여겨지는

페렐리 형제가 그 대표적인 예다. 그리고 명실공히 현재 최고의 주가를 올리는 코인 형제가 있다. 뉴욕에 영화계를 졸업한 형 조엘 코언이 B급 호러 영화를 편집하는 등 업계에 먼저 뛰어들었고, 프린스턴대 철학과를 나온 세 살 터울의 동생 에단 코언이 합류했다. 공식적으로 감독은 형이, 프로듀서는 에단이 맡고 있지만 실제로는 모든 작업을 공동으로 한다고, "서로 머뭇거리는 상태의 말을 알아서 마무리해주고, 무채색 옷을 입고, 같은 상표의 담배를 피우는 코인 형제는 점점 더 구별하기 불가능해지고 있다." <위대한 영화감독들의 기상천외한 인생 이야기>라는 책을 보면 둘은 쌍둥이처럼 닮아가는 진정한 짝꿍으로 묘사하고 있다. 활발한 성격의 조엘과 달리 에단은 몹시 내향적인 괴짜인 데다 둘은 나이는 물론 키 차이도 제법 나는데도 말이다. 오죽하면 코인 형제의 대표작 <노인을 위한 나라는 없다>에 출연한 배우가 몸은 하나, 머리는 둘인 괴물이라고 표현했을까.

모든 케미스트리에는 균형이 필요하다

"예술은 팀 스포츠다." 지구상에서 가장 창의적인 조직 중 하나로 꼽히는 영화 스튜디오 픽사(Pixar)에서는 이런 말로 협업의 미학을 누구도 강요해왔다. 굳이 픽사를 예로 들지 않더라도 창의적 재능이 즐겁게 노니는 놀이터를 공유할 수 있는 누군가를 옆에 두었다는 건, 고단하고 외로운 인생에서 얼마나 큰 행운이겠는가? 그러므로 개인이든, 팀이든 자신과 '긍정적인 케미'를 창출하는 영혼의 짝꿍을 찾는 건 분명 좋은 생각이 것이다. 영화감독이나 디자이너가 아니라도 회사의 팀 내에서 '짝짓기'를 제대로 하면, 즉 좋은 동료(workmate)만 잘 만나더라도 참신한 '아웃풋'이 쏟아져나올 수 있으니 말이다. 스탠퍼드대 경영대학원의 다니엘 맥팔랜드(Daniel McFarland) 교수는 '행복한 컬래버레이션의 비결'이란 글에서 귀 기울일 만한 조언을 내놓았다. "가장 성공한 조직의 핵심에는 단짝처럼 함께 일하는 사람들이 버티고 있다." 시너지를 낼 수 있는 동료들 간의 파트너십이 조직을 성공으로 이끄는 데 굉장한 보탬이 된다는 설명이다. 맥팔랜드 교수는 이처럼 긍정적인 경험을 공유하고 상호 보완적인 조합이 많은 조직일수록 생산성이 높고 이직률은 낮아지면서 이런 관계가 무렵감에 빠질 경우를 대비해 가끔 서로의 역할을 바꿔보거나 새로운 영역을 탐험하게 함으로써 '건강한 결혼'의 구도를 유지할 필요성도 강하게 어필했다. 이처럼 건강한 파트너십의 수명을 늘리려면 픽사가 실패하고자 하는 혁신의 원칙을 새겨들어야 할 듯하다. <픽사웨이>라는 책에서 저자 빌 कै포터클리는 창의적인 재능은 흔히 볼 수 있지만 그 재능을 제대로 꽃피우려면 어린아이 같은 몽상가와 업무 지향의 실형가 사이에서 적절한 균형을 잡아야 한다고 주장했다. 이는 조직의 구성원이 몇 명이든, 협업의 시너지를 오래도록 지속해나가고 싶다면 금과옥조처럼 새겨둘 대목이 아닐까 싶다. 소규모 그룹이라면 서로 다잡아주는 식으로 구성원 각자가 나름의 리더십을 발휘할 필요가 있을 테고, 좀 더 큰 규모의 조직이라면 인재들이 현실과 몽상의 균형을 유지하고 지나치게 익숙해져 관성에 젖지 않으면서 창의성을 키워나도록 '시스템'으로 뒷받침해주는 역할을 해야 하지 않을까. **스타디오** **고성연**



the antique biennale 2014

주얼리의 수도가 파리 방돔이라면 완벽한 하이 주얼리의 데뷔 무대는 파리 그랑 팔레에서 2년에 한 번씩 열리는 앤티크 비엔날레다. 올해도 어김없이 9월 11일부터 21일까지 열린 앤티크 비엔날레의 화려함과 품격, 고귀한 아름다움을 기사로 전하기 위해 그랑 팔레를 찾았다. 샹젤리제의 끝자락, 1900년에 세워진 이 유서 깊은 전시장을 가득 메운 수많은 예술품들 사이에서 가장 빛나는 것은 위대한 주얼리 브랜드들이 선보이는, 한 자리에 모이기 어려운 하이 주얼리 컬렉션이다. 최고의 주얼리 하우스가 완성한, 살아 숨쉬는 예술품인 하이 주얼리가 선사하는 앤티크 비엔날레의 특별한 순간을 <스타일 조션일보>가 직접 취재했다.

특별한 보석들의 시대, 파리 앤티크 비엔날레 2014

1962년에 시작해 올해로 27회를 맞은 앤티크 비엔날레, 베르사유 거든에서 영감을 얻은 7000㎡의 전시장은 눈부신 스톤과 주얼리에 깃든 고귀한 영혼 장인 정신을 기념하는 화려한 축제의 장이다. 샹젤리제와 루브르 거리를 잇는 이곳에서 우리는 보석에 관해 알고 있는 모든 것을 확인하거나, 미처 깨닫지 못한 진실을 알 수 있다. 바젤 월드, 엑스포, 리빙 페어 등 세계적으로 수많은 전시회가 있지만 이만큼 고상하고 드라마틱한 볼품이 출몰되는 행사는 없을 것이다. 세계적인 경매장에서도 만나기 어려운 진귀한 앤티크 피스는 물론 새로운 하이 주얼리의 데뷔 무대가 되는 이곳은 주얼리 브랜드에 있어 성지와도 같은 곳이다. 2년에 한 번 개최되는 앤티크 비엔날레에 참가하기 위해서는 몇 가지 조건이 필요하다. 이것은 마치 돈을 주고도 살 수 없는, 가문의 문장이나 귀족임을 증명하는 서훈 같은 것이다. 유서 깊은 브랜드의 정신, 상당한 양의 새로운 원석, 그리고 누구에게나 인정받을 수 있는 공교한 히스토리가 없다면 감히 이곳에 발을 들일 수 없다. 주얼리 브랜드뿐 아니라 갖가지 작품을 전시하는 갤러리들도 마찬가지다. 지난 9월 10일 하루 먼저 개최되는 프리뷰 개막식에 찾은 앤티크 비엔날레 전시장은 말 그대로 파티장이자 사교계 인사들이 모이는 자리였다. 실제로 눈에 익은 하이 주얼리를 착용하고 나타난 각 브랜드의 VIP들부터 브랜드의 주요 인사, 초대받은 프레스들이 이 특별한 공간을 가득 메웠다. 베르사유 정원에서 영감을 얻은 부스와 부스를 잇는 길을 따라 삼매인과 와인, 그리고 카바레로 가득 찬 테이블이 늘어서 있고, 사람들은 자유롭게 진귀한 예술품들 사이에서 의견을 나누었다. 이 고귀한 작품들은 예술품

이기도 하지만 이곳을 찾은 사람들에게는 투자나 컬렉팅을 위한 쇼핑 대상이 되기도 한다. 박물관의 예술품이 유물이 되어 공공재로서 가치를 발한다면 이곳의 앤티크 주얼리 피스와 그림, 고가구, 조각품은 품격 있는 쇼케이스에 담겨 소유했을 수 있는, 살아 숨 쉬는 예술품이 된다.

앤티크 비엔날레의 꽃, 하이 주얼리 컬렉션

앤티크 비엔날레를 가장 화려하게 수놓는 것은 바로 하이 주얼리 컬렉션이다. 각 브랜드들은 떠나 할 것 없이 총력을 기울여 자신만의 개성을 펼친다. 아주 진귀한 원석부터 장인 정신이 느껴지는 섬세한 세공의 주얼리들이 한 자리에 모인다. 이곳에서 상당한 양의 하이 주얼리가 판매되기에 모든 브랜드는 집중을 집중을 거듭한다. 올해 가장 눈길을 끈 것은 최근 앤티크 비엔날레에 새롭게 데뷔한 그라프. 기존 앤티크 비엔날레에서 보기 힘들었던 원석 자체에 포커스를 맞춘 드라마틱한 다이아몬드 브로치는 주얼리에 대한 식견을 갖춘 이들은 물론 보석에 대해 문화인인 사람들까지도 감탄할 수밖에 없는 볼륨이 특징이다. 107.46캐럿 쿠션 컷 옐로 다이아몬드와 역시 1백캐럿 D FL 페어 셰이프 화이트 다이아몬드로 이루어진 이 브로치는 보는 이를 압도한다. 특별히 설명하지 않아도 투명하고 완벽한 커팅, 뛰어난 밸런스는 보석이라는 가치를 다시금 깨닫게 한다. "가장 완벽한 원석을 찾기 위해서는 그런 에메랄드는 초록빛을, 레드 루비는 붉은빛을, 블루 사파이어는 파란빛을 더 많이 내는 것을 선택해야 한다고 생각한다"라는 그라프 회장의 말처럼 아름다운 보석 컬러, 원석 그 자체의 가치를 중요하게 여기는 그라프 부스에 놓인 주얼리들은 까다로운 브랜드의 기준에 정확히 맞아떨어지는 퀄리티를 자랑한다. 유리장을 가득 채운 아름답고 퀄리티 높은 주얼리 덕분에 그라프 부스는 발 더

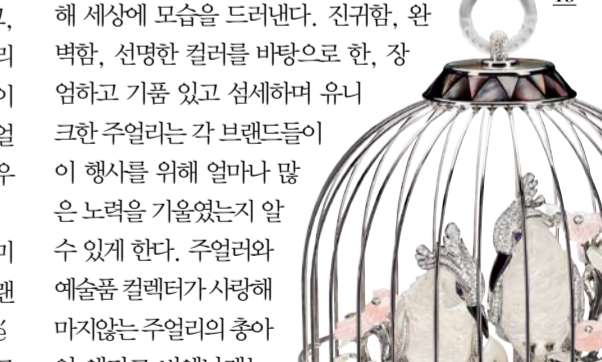
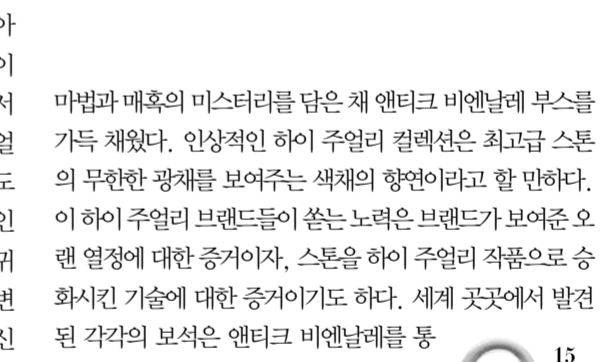
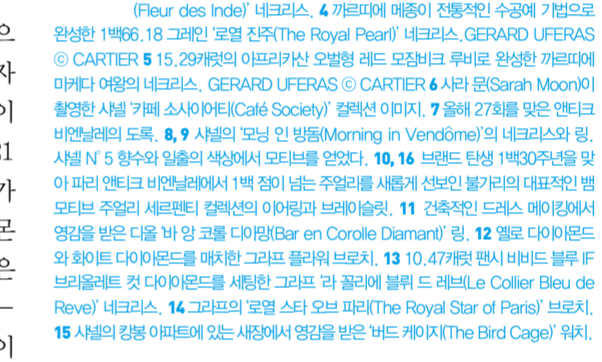
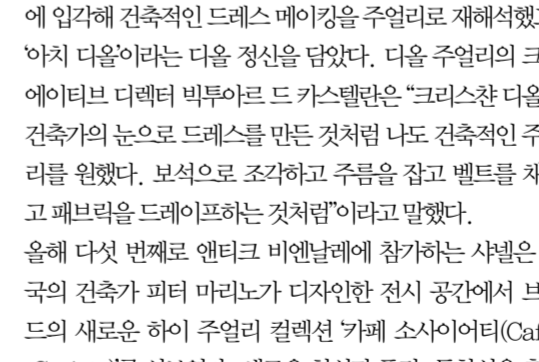
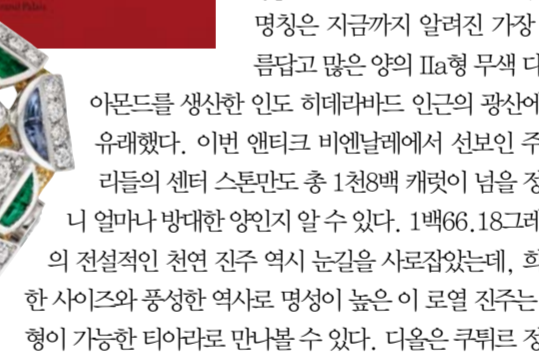
덜 틀이 없을 정도로 보였다. 방돔에서 매장을 운영하는 프랑스 브랜드가 주를 이루는 앤티크 비엔날레에서 쉽게 찾아볼 수 없는 영국 브랜드라는 독특한 배경에도 성공적인 전시였다는 평이다. 하이 주얼리를 이야기할 때 빼놓을 수 없는 부세론의 새로운 컬렉션은 올해도 역시 대담함 그 자체. 록 크리스털 안에 다이아몬드를 세팅한 꽃 모티브를 넣어 마치 투명한 구슬 속에 꽃이 피어난 것처럼 보이도록 완성한 네크리스는 1백50여 년이 넘는 역사를 지닌 부세론이 아니면 불가능한 작품이다. 지난 앤티크 비엔날레에서도 가장 다재롭고 상상을 초월하는 세공으로 완성한 컬렉션을 선보여 찬사를 받았는데, 올해 역시 여행을 테마로 일본과 러시아, 중국, 인도, 페르시아 등에서 영감을 받은 환상적인 에메랄드와 루비, 블루 사파이어 세팅을 선보였다. 마치 보물선에서 발굴한 듯한 앤티크한 느낌의 새로운 하이 주얼리들은 역시 부세론이라는 찬사를 이끌어내기도 했다.

까르띠에와 불가리, 디올, 샤넬 화인 주얼리까지

까르띠에에는 완벽하게 순수한 다이아몬드를 선보였는데, 사실 그 어떤 세공보다 이 다이아몬드를 보유하고 있다는 사실만으로 브랜드의 가치는 높아진다. 자연산 다이아몬드 중 저우 1%만이 승인받을 수 있는 IIa 타입 30.21캐럿의 이 스톤은 화학적으로 가장 순수한 최고 품질의 다이아몬드라는 의미이기도 하다. 이 같은 보물들은 골콘다타인(Golconda-type) 다이아몬드라 불리는데, 이 명칭은 지금까지 알려진 가장 아

름답고 많은 양의 IIa형 무색 다이아몬드를 생산한 인도 히데라바드 인근의 광산에서 유래했다. 이번 앤티크 비엔날레에서 선보인 주얼리들의 센터 스톤만도 총 1천8백캐럿이 넘는 정도니 얼마나 방대한 양인지 알 수 있다. 1백66.18캐럿의 전설적인 천연 진주 역시 눈길을 사로잡았는데, 희귀한 사이즈와 풍성한 역사로 명성이 높음 이 로열 진주는 변형이 가능한 티아라로 만나볼 수 있다. 디올은 쿠티르 정신에 입각해 건축적인 드레스 메이킹을 주얼리로 재해석했고, 이치 디올이라는 디올 정신을 담았다. 디올 주얼리의 크리에이티브 디렉터 빅투아르 드 카스텔란은 "크리스찬 디올이 건축가의 눈으로 드레스를 만든 것처럼 나도 건축적인 주얼리를 원했다. 보석으로 조각하고 주름을 잡고 벨트를 채우고 페트릭을 드레이프하는 것처럼"이라고 말했다. 올해 다섯 번째로 앤티크 비엔날레에 참가하는 샤넬은 미국의 건축가 피터 마리노가 디자인한 전시 공간에서 브랜드의 새로운 하이 주얼리 컬렉션 카페 소사이어티(Café Society)를 선보였다. 새로운 형식과 품격, 독창성을 추구한 하이-보헤미안적 감성을 담은 이번 컬렉션은 모두 87점으로 구성되었으며 다양한 젤스톤과 커팅의 조화를 보여주어 대담한 독창성의 숨결을 생생히 느낄 수 있다. 체크 패턴의 꽃잎 형상, 폴딩 프리즘, 리듬감, 스트라이프 패턴 등을 통해 샤넬이 주얼리 분야에서도 놀라운 성장을 하고 있다는 사실을 확인해 주는 컬렉션인 것이다. 충만한 광채와 감동을 담아 온전한 작품으로 태어난 이 수많은 주얼리들은

마법과 매혹의 미스터리를 담은 채 앤티크 비엔날레 부스를 가득 채웠다. 인상적인 하이 주얼리 컬렉션은 최고급 스톤의 무한한 광채를 보여주는 색채의 향연이라고 할 만하다. 이 하이 주얼리 브랜드들이 쏟은 노력은 브랜드가 보여준 오랜 열정에 대한 증거이자, 스톤을 하이 주얼리 작품으로 승화시킨 기술에 대한 증거이기도 하다. 세계 곳곳에서 발견된 각각의 보석은 앤티크 비엔날레를 통해 세상에 모습을 드러낸다. 진귀함, 완벽함, 선명한 컬러를 바탕으로 한, 장엄하고 기품 있고 섬세하며 유니크한 주얼리는 각 브랜드들이 이 행사를 위해 얼마나 많은 노력을 기울였는지 알 수 있게 한다. 주얼리와 예술품 컬렉터가 시시때때로 마주하는 주얼리의 총아인 앤티크 비엔날레는 하이 주얼리의 가치를 높이고 예술을 사랑하는 모든 사람들이 공유할 수 있는 고귀한 성지임이 분명하다. 에디트 바이엔(파리 현지 취재)



lots of Love

만남과 인연, 그리고 영원한 사랑의 의미를 담은 로맨틱 주얼리와 함께 그녀에게 전하는 달콤한 사랑의 메시지. *photographed by park gun zo*

(왼쪽 상단 컵 위 제품부터 시계 방향) 예로부터 결혼의 상징으로 인식되어온 왕관과 꽃에서 영감을 받은 다이아몬드 브레이슬릿 3천원대 **불가리**, 이름답고 상세하게 세공한 하트 자물쇠 모양으로 사랑을 상징하는 팔디그리 하트 펜던트 네크리스 1천8백원대 **타파니**, 두 연인이 만들어내는 아름다운 사랑의 약속을 풀어지지 않는 리본 매듭으로 표현한 누 브라운 핑크 골드 네크리스 1백만 원대 **루시예**, 로맨틱함의 상징인 리앙 웨딩 밴드를 형상화한 디자인이 돋보이는 18K 화이트 골드 리앙 펜던트 네크리스 7백만 원대 **소메**, 18K 옐로 골드의 하트 모티브에 핑크 투르말린을 세팅해 정밀적인 사랑을 표현한 하츠 에파이어 링 5백50만 원대 **타사키**, 프라데리 부세인이 여행을 떠나기 전날 아내에게 선물한 부세인의 대표 아이콘으로, 사랑, 보호, 행복을 상징하는 벨에서 영감을 받은 새행 보호 헬 옐로 골드 뉴 윌헤드 스몰 링 7백만 원대 **부세인**, 사랑으로 활짝 핀 꽃을 의미하며 꽃잎을 이루는 마이즈 컷 다이아몬드를 정교하게 세팅한 비토리아 라인 브레이슬릿 3천만 원대 **타파니**, 왕관과 꽃에서 모티브를 얻어 로맨틱한 분위기를 자아내는 코로나 다이아몬드 슬로터어 링 1개씩 기준 3천원대 **불가리**, 열쇠와 자물쇠 모양 펜던트에 사랑을 자물쇠로 잠가 아무도 열지 못하게 한다는 의미를 담은 18K 옐로 골드 아스트릿 네크리스 1백50만 원대 **타사키**, 사랑하는 그녀에게 선물하는 아름다운 데이지 꽃 흰 송이를 연상케 하는 옐로 다이아몬드 데이지 링 0.44캐럿 기준 1천8백만 원대 **타파니**, 변지 없는 인연을 뜻하는 리앙 칼레션의 시그니처인 X자 링크에 총 0.11캐럿의 브릴리언트 컷 다이아몬드를 세팅한 리앙 크루아제 핑크 골드 오픈워크 링 3백만 원대 **소메**, 사랑하는 이에게 방향을 잃을 뻔을 선물한다는 로맨틱한 의미를 담은 에푸랄 핑크 골드 밴드 링 1백40만 원 **루시예**, 핑크 시아이어와 다이아몬드를 세팅한 러브 칼레션 밴드 2개를 우아한 형태로 엮은 러브 링 3백40만 원대 **카르띠에**, 사랑, 보호, 행복의 상징인 벨 모티브를 형상화해 벨 표면의 질감을 표현한 새행 보호 옐로 골드 스몰 드롭 이어링 4천5백만 원대 **부세인**, 별칭 모양으로 세팅한 다이아몬드와 두 사람을 이어주는 사랑의 의미를 담고 있는 고인 장식으로 하트 모티브를 표현한 하트 투세이드 네크리스 4백20만 원대 **카르띠에**, 화분에 사용된 모자이크 패턴 커피잔 세트와 스틸 소재의 스티어링 로드, 골드 패턴 플레이트 모두 **에르메스**, 에디터 권유진

※ 다이아몬드 주얼리는 동일한 캐럿일지라도 다이아몬드의 투영도와 등급에 따라 가격이 달라질 수 있습니다.
불가리 02-2056-0172 타파니 02-547-9488 루시예 02-512-6914 소메 02-3467-8872 타사키 02-3461-5558 부세인 02-543-6523 카르띠에 1566-7277 에르메스 02-544-7722

Punctually
Unpredictable



Love blossom

행복의 상징인 장미를 모티브로 한 '루시에 로즈 클래식' 링이 당신의 손에서 아름답고 우아하게 피어난다.
photographed by park gun zoo

사랑하는 이를 위한 한 송이의 장미, '로즈 클래식'

섬세하고 로맨틱한 디테일과 영롱하게 반짝이는 다이아몬드가 시선을 사로잡는다. 그 주인공은 바로 일본을 대표하는 카렐라리 오토 쿠튀르 주얼리 브랜드 루시에의 '로즈 클래식 컬렉션'. 한 송이 탐스러운 장미를 연상케 하는 로즈 클래식 주얼리는 엔틱한 디자인과 여성스럽고 섬세한 디테일로 수년간 큰 사랑을 받고 있는 루시에의 베스트셀러 컬렉션이다. 까다로운 공정과 고도의 장인 정신을 바탕으로 한 루시에의 제품인 만큼 가까이에서 보았을 때 그 진가를 느낄 수 있다. 다른 브랜드에서는 쉽게 볼 수 없는 완성도 높은 디테일과 개성 있는 디자인, 그리고 GIA 감정의 다이아몬드까지, 안목 높은 사람이라면 그 가치를 단번에 캐치할 수 있을 것이다. 로즈 클래식 컬렉션은 플래티넘, 핑크 골드, 옐로 골드 소재로 선보이며, 카팅이 아름다운 다이아몬드와 정교한 밀그레인 기법이 조화를 이룬 섬세한 디테일이 특징이다. 행복이 넘쳐흐르는 장미꽃 바구니를 모티브로 한 파니에, 장미 꽃잎을 섬세하게 표현한 페탈, 아름다운 레이스 디테일의 코르셋, 장미 가지와 그 끝에 핀 꽃에서 영감을 받은 브랑슈 등 장미를 소재로 한 13가지 컬렉션에 클린스, 그라스, 샤페에 등 세 가지 디자인을 새롭게 추가해 선택의 폭을 더욱 넓혔다. 빈지 하나만 단독으로 착용해도 화려하고 볼륨감 있게 연출할 수 있으며, 슬리터어 링과 밴드 링을 매치하거나 여러 개의 밴드 링을 레이어드해 나만의 개성 있는 룩을 완성할 수 있다는 것도 큰 장점이다. 더불어 베스트셀러 시리즈인 브랑슈, 파니에, 파르름, 로즈레는 피어스와 네크리스도 선보인다고 하니 로즈 클래식 마니아들에게는 희소식이 아닐 수 없다. 이번 시즌 더욱 다채로워진 구성으로 여성을 흔들 때 훌륭한 로즈 클래식 컬렉션은 신세계백화점 본점·강남점·경기점, 현대백화점 본점·목동점·대구점, 롯데백화점 본점·에비뉴엘 월드타워점에서 만날 수 있다. 문의 02-512-6914 에디터 권유진

(왼쪽 위에서 아래로) 작은 가지 끝에 피는 한 송이 장미를 형상화한 디자인으로, 작은 다이아몬드를 메인 스톤 옆 라인을 따라 세팅해 장미 꽃잎을 표현한 브랑슈 핑크 골드 슬리터어 링 1캐럿 기준 2천만원대, 프랑스 북부에서 볼 수 있는 개채한 탐인 종루와 그 안에 비쳐진 카리용이라는 악기에서 영감을 받은 클로세 플래티넘 슬리터어 링 1캐럿 기준 2천만원대, 장인의 손길로 장미 가지를 섬세하게 표현한 브랑슈 플래티넘 밴드 링 1백만원대, 마치 장미 잎이 밴드 양쪽으로 뻗어 나듯 메인 스톤 양쪽에 작은 다이아몬드를 세팅한 로즈레 핑크 골드 슬리터어 링 1캐럿 기준 2천만원대, 장미 정원을 표현한 디자인으로 로즈레 슬리터어 링과 매치하면 볼륨감 있게 연출할 수 있는 로즈레 핑크 골드 밴드 링 70만원대, 워터레 조각 라인에 어울린 골게 벨은 스트레이트 라인의 파르름 플래티넘 다이아몬드 밴드 링 각 1백90만원대, 파르름 밴드 링 가운데에 레이어드한 섬세한 꽃바구니 디자인과 엔틱한 밀그레인 기법이 여성스럽고 유니크한 파니에 플래티넘 골드 다이아몬드 링 1백90만원대 모두 루시에, (오른쪽 위에서 아래로) 장미의 줄기과 잎에서 영감을 받아 밴드에 섬세하게 적은 잎 모양을 새긴 파우 핑크 골드 밴드 링 40만원대, 섬세한 장미의 줄기와 잎, 꽃봉오리같이 섬세하게 세팅한 다이아몬드가 매력적인 파우 핑크 골드 슬리터어 링 1캐럿 기준 2천만원대, 밀그레인 기법으로 장미 꽃잎을 섬세하게 표현한 페탈 로즈 골드 다이아몬드 링 1백60만원대, 아름다운 레이스의 프릴에서 영감을 받은 디자인으로 화이트 다이아몬드와 핑크 사파이어를 세팅한 코르셋 핑크 골드 밴드 링 2백만원대, 프랑스의 눈부신 장미 공전을 표현한 클린스한 디자인의 핏레 다이아몬드 링 1백90만원대, 두 사람이 함께 앞으로 파헤칠 것 같은 꽃봉오리들을 밀그레인 금속 볼로 표현한 브랑슈 핑크 골드 밴드 링 50만원대, 종루와 그 안에 비쳐진 카리용 악기에서 모티브를 얻었으며 섬세한 세공이 돋보이는 클로세 핑크 골드 밴드 링 1백20만원대 모두 루시에.

※ 다이아몬드 주얼리는 동일한 캐럿이라도 다이아몬드의 투명도와 등급에 따라 가격이 달라질 수 있습니다.



FROM A MOMENT TO ETERNITY

COLOMBO
VIA DELLA SPIGA



COLOMBO KOREA Co., Ltd. T 070 7130 9200 www.colomboviadellaspiiga.com Giardino di COLOMBO Dosan
 SHILLA HOTEL Arcade GALLERIA Luxury Hall East GALLERIA Timeworld SHINSEGAE Main SHINSEGAE Centum city HYUNDAI Main
 HYUNDAI Coex HYUNDAI Mokdong HYUNDAI Busan HYUNDAI Daegu HYUNDAI Ulsan LOTTE Avenuel LOTTE Avenuel World Tower

Heel so cool

형형색색의 낙엽이 떨어질 무렵,
그녀의 우아한 발걸음에 시선이 머물다.
클래식하고 세련된 미들 힐 컬렉션.
photographed by yum jung hoon



(맨 아래 가운데부터 시계 방향으로) 5cm의 미들 힐에 크리스탈을 화려하게 세팅한 스가죽 베르나체 슈즈 90만원대 미우미우, 그레이와 라일락 컬러를 톤으로 매치한 페이퍼트 미들 힐 85만원 밴디, 날렵한 알코와 버클 장식의 조화가 세련된 나이비 페이퍼트 미들 힐 79만원 토즈, 주문 제작으로 선보이는 시안스라운 로즈 핑크 컬러의 버라 MTO 미들 힐 가격 미정 페라기오, 알코의 블루 포인트와 두꺼운 굽 디자인이 유행이던 구두 99만원 콜로에, 브랜드를 대표하는 GG 로고를 크리스탈로 화려하게 장식한 스웨이드 미들 힐 71만원 구찌, 우아하고 세련된 디자인의 메탈 버클 버건디 미들 힐 1백30만원 로저 비비에, 에디터 권유진

콜로에 02-6905-3670 토즈 02-3438-6008 페라기오 02-3430-7854 구찌 1577-1921 밴디 02-2056-9022 미우미우 02-3218-5341 로저 비비에 02-6905-3370

스타일링: 김민서, 유현정, 이소영



www.elord.com / tel 02.3677.8831

Weekend for her

A4 용지는 물론 두어 권의 책과 화장품 파우치, 여벌의 옷도 거뜬히 들어가는 위크엔드 백은 보는 것만으로도 넉넉한 여유로움을 안겨준다. 다가오는 주말, 떠날 준비 되었는가.
photographed by park gun zoo

(왼쪽부터 시계 방향으로) 광택이 도는 매끈한 송아지가죽 소재의 블랙 더블백, 46X29cm, 4백만원대 **셀로랑**, 사다리꼴의 소가죽 기방인 소멧 백은 스몰부터 라지까지 다양한 사이즈로 선보인다. 차분한 색상과 견고한 형태로 데일리 백으로도 제격이다. 39X28cm, 2백95만원 **발리**, 카드 리더에 벨벳 소재를 매치한 볼륨자바리 컬렉션의 토트백, 세로로 긴 형태가 독특하다. 44X36cm, 5백40만원 **버버리**, 스트랩을 크로스 형태로 매면 몸에 잘 밀착되어 무게를 덜어주는 소가죽 소재 비벨로 소프트 백, 아웃 포켓 장식이 실용적이다. 45X32cm, 2백만원대 **마우미우**, 브랜드를 상징하는 캐릭 터틀 엠브 차민한 토트백, 오래 들어도 질리지 않는 디자인과 가볍고 유연한 가죽이 특징이다. 44X32cm, 2백73만원 **헨리베글린**, 가장 클래식한 패턴인 모노그램 캔버스 소재의 스피드 보스턴백, 자신의 아나그램을 새길 수 있다. 40X28cm, 1백70만원대 **루이 비통**, 깊은 바깥과 줄무늬 새겨진 인상을 주며 스크래치가 쉽게 나지 않는 소가죽 소재 소호 더블백, 48X39cm, 3백15만원 **구찌**, 에디터 **이예진**

셀로랑 02-6905-3924 발리 02-3467-8935 버버리 02-3485-6536
마우미우 02-3218-5331 루이 비통 02-3432-1854 구찌 1577-1921
헨리베글린 02-547-0076



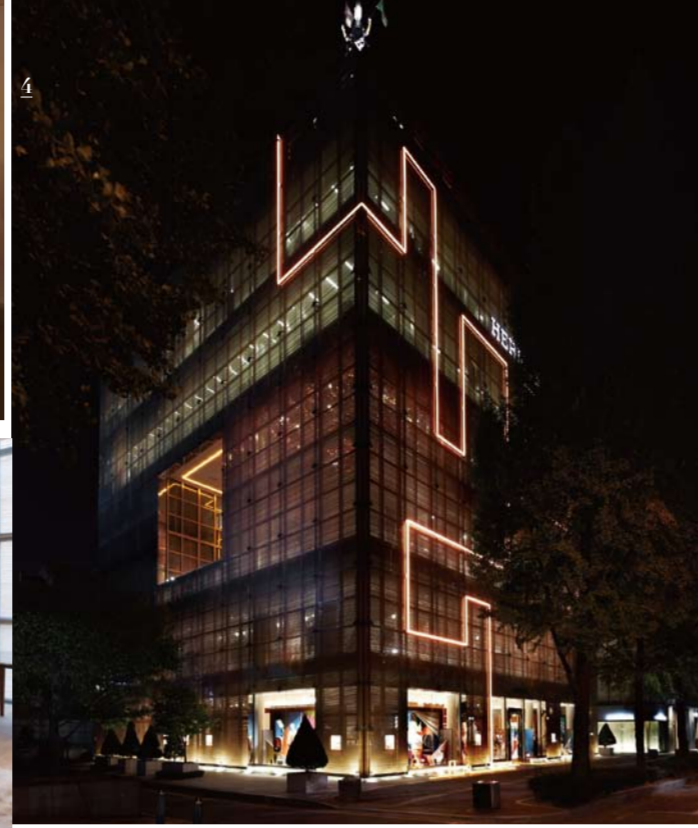
스타루스 유통망 이노베이션 이싱



MOOSE KNUCKLES

공식 수입원 (주) starluxe www.starluxe.co.kr

신세계 강남 3F 02.3479.1333 신세계 북점 본관 5F 02.310.1743 현대 무직빌딩 6F 02.3467.8826 신세계 센텀시티 2F 051.743.1395 캄페리아 WEST 2F 오픈이팅
www.facebook.com/mooseknuckleskorea



the story of great Maison

아름다웠고 놀라웠다. 새롭게 단장한 서울 메종 에르메스 도산파크와 상하이의 첫 번째 메종 에르메스. 마침 비슷한 시기에 오픈한 이 어메이징한 장소들은 에르메스가 늘 그러하듯이 상상 그 이상의 것을 보여준다. 품격과 문화, 그리고 역동성을 품은 서울과 상하이의 메종 에르메스는 시간을 잊게 만드는 마법 같은 공간으로 2014년 가을, 우리에게 다가왔다.

신선하고 인상적인 변신, 메종 에르메스 도산파크

메종 에르메스 도산파크는 2006년 오픈한 이후 8년에 걸쳐 변화한 메종의 모습을 반영하며 주목할 만한 내부 공간의 변신을 시도했다. 274㎡ 면적의 3층은 홈 컬렉션 전용 공간으로, 지하 1층은 북 카페와 컨템퍼러리 아트 전시 공간으로 탈바꿈해 새로운 모습을 공개한다. 지하 1층에 위치한 카페 마당은 완전히 새로운 모습으로 디자인되었다. 벽, 천장, 바닥은 회색 톤의 오크를 사용해 상차 속 상자를 연상시키는 콘셉트로 꾸몄다. 천장 중앙에 설치한 빌트인 조명은 선묘화를 연상시키듯 아래로 내려오며 점차 유기적으로 확산된다. 겉으로 보이지 않는 상층에는 천장에서 빛이 새어나오게 해 마치 건축물이 나무를 뚫고 나온 듯한 효과를 낸다. 카페는 건물의 심장부라 할 수 있는 매종 중앙의 지하에서부터 길게 뻗은 아트리움과도 연결된다. 맞은편에 위치한 380㎡ 규모의 전시 공간 아틀리에 에르메스는 흰색 벽과 회색 콘크리트의 혼합체로 완성되었다. 다양한 활용도를 고려한 이 공간 또한 아트리움으로 자연스럽게 이어진다. 2014년 10월, 큐레이터 가엘 샤르보(Gaël Charbau)가 기획한 <컨덴세이션(Condensation)> 전시를 필두로 새로워진 아틀리에 에르메스를 오픈한다. 274㎡ 규모의 3층 전체는 홈 컬렉션만을 위한 공간. 고객에게 홈 컬렉션을 제대로 소개하기 위한 전용 VIP룸도 마련되었다. 메종의 이번 변신은 르나 뒤마 건축사무소(RDA)가 맡아 진행했으며, 이곳의 아티스트 디렉터 드니 몽텔(Denis Montel)이 총괄 지휘했다. 새로운 공간을 마련해 활용도를 높이고 에르메스의 16개 제품군의 풍부함을 보다 잘 보여주면서도 기존 건물의 구조와 정신은 그대로 유지했다. 항상 새로운 혁신을 추구하는 메종 에르메스 도산파크는 빛나는 외관을 통해 파리자영의 매력을 드러내고 위용을 발휘하며 감동을 전할 것이다.

중국의 첫 메종 에르메스, 상하이에 첫발을 내딛다

조명으로 밝힌 건물 외벽과 마천루에 에워싸인 지붕에 정원까지 갖춘 4층 높이의 메종 에르메스 건물은 상하이 도심 회이하이 이중루와 송산의 길을 따라 길게 뻗어 있다. 남쪽 외벽을 올려다보면 테라코타 지붕을 질주하는 친숙한 조각상, 에르메스의 기수가 보인다. 상하이 메종은 아름다운 벽과 시멘트 외벽, 발코니가 있는, 플라타너스 가로수길을 따라 위치한 유서 깊은 20세기 초 건물에 자리 잡았다. 프린트와 이중 외벽이 H 형태를 띠는 이 건물은 1,174㎡의 매장과 전시 공간을 제공하며 이번 공간은 역시 르나 뒤마 건축사무소가 디자인을 맡았다. 340㎡ 넓이의 1층에 마련된 오픈된 공간은 에르메스 부티크의 특징인 계단으로 나누어져 있는데, 계단은 중국 신화 속 동물인 용처럼 완만한 커브를 그리며 우측에서 좌측으로 뻗어나간다. 첫 번째로 보이는 제품군은 여성과 남성용 실크 컬렉션이며, 그 좌측에는 여행 가방, 가죽 가방, 아젠다와 가죽 소품이 빛나 무 선반에 전시되어 있고, 옆에는 새로운 필기류와 실크 커버 노트북이 자리 잡고 있다. 말은 에르메스의 가장 중요한 테마 이기에 승마용품이 1층에 위치한 것이 매우 자연스럽게 느껴진다. 우측은 에나멜 팔찌, 가죽이나 뿔로 만든 액세서리 등 패션 주얼리의 무한 에너지를 보여주는 공간이다. 향수 코너는 에르메스 향수의 기술을 직접 경험할 수 있도록 한다. 중국 장인이 심혈을 기울여 열다섯 겹을 입힌 로즈 크라클리 래커로 장식한 특별한 살롱은 오토 비주테리(Haute Bijouterie)를 포함한 시계와 보석류를 전시한 공간이다. 340㎡의 2층 공간에는 은은한 광택이 도는 중국 모직과 실크 직조 카펫이 깔려 있으며 기성복 컬렉션, 장갑, 실크 제품, 슈즈 등 남성과 여성에게 필요한 모든 것이 갖추어져 있다. 284㎡의 3층은 홈 컬렉션을 위한 공간. 박물관 수준의 시설을 갖춘 210㎡의 4층은 특별 전시와 이벤트 공간으로 사용된다. 이 전시 공간은 아티스트이자 에르메스가의 5대손인 필리프 뒤마(Philippe Dumas)가 큐레이터로 참여한 <The Hermès Horse>를 통해 공식 개관했다. 프랑스와 중국 최고의 자재에 오랜 노하우를 담아 만든 새로운 상하이 메종은 집과 같이 따뜻하고 인력한 분위기를 자랑한다. 역사적 과거를 기반으로 지은 현대적인 건축을 통해 에르메스의 전설은 상하이에서도 계속될 것이다.



1 서울의 도산 메종 지하 1층 카페는 건물의 심장부라 할 수 있는 중앙의 지하에서부터 길게 뻗은 아트리움과도 연결된다. 맞은편은 전시 공간인 아틀리에 에르메스로 흰색 벽과 회색 콘크리트의 혼합체로 완성되었다. 2 메종 에르메스 도산파크에는 2014년 10월, 큐레이터 가엘 샤르보가 기획한 <컨덴세이션(Condensation)> 전시를 필두로 새로워진 아틀리에 에르메스가 오픈한다. 3 메종 에르메스 도산파크의 3층은 홈 컬렉션을 위한 공간으로 탈바꿈했다. 4 이미 서울의 남다른 랜드마크로 자리매김한 메종 에르메스 도산파크. 넓게 트인 나직형 부대에 새로 빛나는 유리 건물로, 2006년 르나 뒤마 건축사무소에서 디자인했다. 5 메종 도산파크의 문보이는 특징인, 오픈된 유선형 계단의 멋진 전경. 6 상하이 메종은 아름다운 벽들과 시멘트 외벽, 발코니가 있는, 플라타너스 가로수길을 따라 위치한 유서 깊은 20세기 초 건물에 자리잡았다. 근사한 재량과 우거진 나무가 고조되고 품격 있는 분위기를 완성한다. 7 상하이 메종의 내부는 따뜻하고 친숙한 컬러의 배색한 석회로 마감했고, 나무는 고풍하지만 시원하게 오픈되어 있다. 각 층의 공간은 에르메스 부티크의 특징인 계단으로 나누어져 있는데, 계단은 중국 신화 속 동물인 용처럼 완만한 커브를 그리며 뻗어나간다. 8 상하이 메종 4층은 박물관 수준의 시설을 갖춘 특별 전시와 이벤트 공간. 개관 기념으로 말을 주제로 한 다양한 작품을 볼 수 있는 <에르메스의 말들>을 전시 중이다.

메종 에르메스 도산파크 사진 마리오 니시카와(Mario Nishikawa)



www.jacknicklaus.co.kr / tel. 02.3677.9831


JACK NICKLAUS
 SINCE 1962

editor's Pick

뷰티 브랜드의 아이코닉한 향수와 보다 크림, 건조해지는 모발과 손을 위한 트리트먼트, 빼놓기 쉬운 자외선 차단제 등 급격한 계절의 변화에 맞서는 <스타일 조선일보> 기자들의 코즈메틱 리스트로 화장대를 업데이트하라.
photographed by yum jung hoon

가운데 위에서 시계 방향으로 시세이도 쉬어 앤 퍼펙트 컴팩트 보습화장품도 매끈한 피부 표현을 원하는 여성에게 추천하는 콤팩트 파우더. 두껍게 덧바르지 않아도 모공과 잡티가 자연스럽게 커버된다. 피부 톤에 따라 6개의 컬러 중에서 선택할 수 있는데, 특히 핑크 아이보리 120은 알록달록한 피부 톤과 노란 기를 효과적으로 보정해준다. 10g 6282천원. 문의 080-564-7700_by 에디터 이재진

나스 에메이샤스 립스틱 오드리 출사처까지 품질을 기록한 나스의 브랜드 탄생 20주년 기념 컬러인 오드리. 진한 자줏빛의 이 독특한 립스틱은 여배우 오드리 헵번을 연상케 할 만큼 우아하다. 나스 매장을 찾아 웨이빙 리스트에 이름을 올리려는 수고스러움을 감수할 만큼 매력적인 립스틱이다. 4.2g 3219천원. 문의 02-6905-3747_by 에디터 배미진

룩사몽 네롤리 오이드 당장이라도 내비가 날아들 듯 달콤하고 따뜻한 느낌의 사랑스러운 향수. 여성스럽고 보드라운 프루티 플로럴 계열의 향수로 단 한 번의 스프레이만으로도 풍부함을 느낄 수 있다. 핑크빛 보틀 디자인도 눈에 띈다. 사랑스러운 여성에게 첫 번째 향수로 선물하기 좋은 아이템. 75ml 8212천원. 문의 02-3014-2972_by 에디터 배미진

맥 프로 콜웨어 블러셔 과하지 않으면서 자연스럽고 생기 있는 페이스 메이킹을 완성해줄 차분한 핑크 톤의 블러셔. 뽀얗지 않고 부드럽게 발리는 것은 물론 뛰어난 지속력으로 오후가 되어도 컬러가 지워지거나 피부 톤이 칙칙해지지 않는다. 6g 3219천원. 문의 02-3440-2645_by 에디터 권유진

글레드보 보에 크림은 부르 레앙 글레드보 보에 자외선 차단제의 외관을 꼭 빼놓을 핸드크림. 손이 건조해지지 않도록 보습력을 키워주는 것은 기본이고 주름 개선, 미백, 자외선 차단 기능까지 담아 핸드크림계의 안티에이징 트리트먼트 제품으로 보면 되겠다. 스크래치가 나지 않도록 특수 처리한 패키지가 역시 고급스럽다. 75ml 9218천원. 문의 080-564-7700_by 에디터 이재진

버버리 마이 바버리 오이드 퍼플 무개개미 왜 느끼는 건조한 보물, 트랜스코트 단추로 만든 목차한 캡, 골드 리본으로 자름사를 부른다. 영국에서 비롯된 버버리의 시그니처 향수인 만큼 향 역시 비례 축축이 젖은 런던 정원의 싱그러움을 표현했다. 케이트 모스와 카라 델라비안이 활약한 캠페인은 이 향수의 매력을 잘 드러낸다. 30ml 9218천원. 문의 02-3485-6583_by 에디터 이재진

조 말론 런던 섀드 샤라운드 플 스프레이 음식 냄새가 났을 때, 불쾌한 냄새가 나는 옷장과 자동차 안 등 이 스프레이만 가볍게 분사하면 신기한 향이 공간에 가득 퍼진다. 라임 바질 앤 민트, 잉글리시 페어 앤 프라자 등 두 가지 향으로, 여자는 물론 남자들도 좋아할 만큼 가벼운 것이 특징이다. 175ml 8218천원. 문의 02-3440-2750_by 에디터 권유진

멜비타 아르간 비오 바디 크림 멜비타 하면 떠오르는 유기농 아르간 오일과 시어 버터, 해바라기 씨 오일, 밀랍 등 보습에 좋은 성분을 풍부하게 담은 바디 크림. 고농축 질감이 발림성보다는 보습과 재생에 초점을 맞춘 제품이다. 바른 후 바로 옷을 입어도 될 만큼 완벽하게 흡수된다. 175ml 3215천원. 문의 02-3014-2997_by 에디터 이재진

바비 브라운 SPF 50/PA+++ 프로텍티브 페이스 베이스 가볍고 촉촉하게 발리는 모이스처라이저 질감이 최대 강점. 메이크업한 얼굴에 덧발라도 밀리거나 걸리지 않고 무거운 느낌이 없어 만족스럽다. 베이스 기능을 갖추어 피부 표면에 오일을 바른 듯한 윤기와 광채를 입혀준다. 50ml 7218천원. 문의 02-3440-2538_by 에디터 이재진

모로칸오일 트리트먼트 유명한 트리트먼트 오일보다 씻어내는 타입의 헤어 팩을 먼저 사용해보고 빈한 모로칸오일. 다양한 제품 중 도드더 트리트먼트를 사용해보았는데 결과는 대만족. 평소 끈적임이 심한 헤어 오일은 물론 애센스도 사용하지 않는 편인데 이 제품은 끈적임이 전혀 없고 영성 모발도 촉촉하게 케어해준다. 샴푸 후 머리를 말리기 전 소량 바른 후, 드라이 마지막 단계에 다시 한 번 소량 바르면 부드러운 컬링까지 연출할 수 있다. 100ml 6218천원. 문의 1666-5125_by 에디터 배미진

이솝 마케시 인텐스 어느덧 한 바램이 불어오는 지금, 따스하고 포근한 향의 향수를 누릴 때다. 깊고 풍부한 오라엔탈 블렌드에 산뜻한 플로럴 노트를 가미한 이 향수는 모로코의 마라케시에서 영감을 받아 이국적이고 따스한 향이 매력적이다. 50ml 9215천원. 문의 1800-1987_by 에디터 권유진

프래쉬 블레 티 인스텐트 퍼펙팅 마스크 하루에 딱 10분만 투자할 것. 이 마스크 팩을 하는 것만으로도 피부를 놀라도록 매끄럽고 촉촉하게 가꿀 수 있을 테니 말이다. 씻어내는 워시오프 타입의 안티에이징 영양 마스크로, 강력한 항산화 성분을 함유한 블랙 티를 비롯해 천연 식물성 안티에이징 성분을 함유해 스트레스와 노화에 따른 피부 고민을 집중 관리한다. 100ml 13218천원. 문의 080-822-9500_by 에디터 권유진



THE FRONT TELLS THE TIME



THE BACK TELLS THE STORY

가로수길 02-3446-9401 현대목동 02-2163-2260
현대중동 032-623-2494 신세계센텀 051-745-1640

swatch SYSTEM 51

오프숄더 그린 드레스 맥앤로건,
와인 컬러 레이스 힐 지미후,
이어링 스와로브스키.



Some Scenes

TV조선 주말 드라마 <최고의 결혼>에서 지금까지 볼 수 없었던 새로운 모습을 연기하는 박시연과 배우빈. 아슬아슬한 줄타기를 하는 드라마 속 캐릭터를 고스란히 느낄 수 있는 두 배우의 비하인드 신. *photographed by zo sun hi*

(남자) 화이트 셔츠, 도트 패턴 베스트, 타이, 슈즈 모두 다울 음모, 블랙 팬츠 루이 비통, 그레이 모직 코트 브루넬로 쿠치넬리,
(여자) 블랙 미니드레스 피에르 발랑, 블랙 펌프스 힐 크리스찬 루부탱, 골드&실버 링 엠주.





화이트 원피스, 그레이 퍼,
그레이 부츠 모두 랩프 로렌.



그레이 스트라이프 수트 슈아르메,
버건디 터틀넥 니트 존 화이트,
그레이 모직 코트 버버리 프로섬,
레이스업 슈즈 로크.

(남자) 네이비 모직 코트, 펜츠 모두
반하트 디 알바자, 아이보리 터틀넥,
존 화이트, 핑거팁 티노버,
네이버 테슬 로퍼 안코, (여자) 블랙
플라워 프린트 백슬릿 드레스 아르케,
호피 패턴 하이힐 크리스찬 루부탱.



네이버 스킨 그레이 니트 롱,
키기 컬러 실크 스카프,
블랙 슈즈 모두 프라다.

(남자) 버건디 더블브레스트 수트,
그레이 셔츠 모두 루이 비통, 스카프,
헝커치프 모두 티노버, 브라운 슈즈
버버리 프로섬, (여자) 와인 컬러
레이스 웨피스 DVF, 와인 컬러
레이스 힐 지미 추.



(남자) 네이비 스트라이프 수트,
캐시미어 니트 모두 보기,
블랙 모직코트 에나더엔, (여자) 블랙
롱드레스 케이수 by 김연주.

* 본 회보에 나온 제품의 상세한
가격 정보는 (스타일 조차일부)
홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.
www.stylechosun.com



박시연 | 헤어 이현
메이크업 김주희
스타일리스트 박희경
배수빈 | 헤어·메이크업 김환
스타일리스트 박민현
에디터 배미진

다음 홈즈 02-513-3232
루이 비통 02-3432-1854
수아르떼 070-7717-6678
티노버 02-2277-0518
안코·로크 1661-2880
버버리 프로섬 02-3485-6536
반하트 디 알바자 02-3445-6427
에나더엔 070-4870-0229
존 화이트 02-3440-5375
프라다 02-3442-0839
랄프 로렌 02-545-8200
DVF 02-3442-7114
지미 추 02-3443-9469
크리스찬 루부탱 02-6905-3795
스위르브스키 1661-9060
피에르 발망 02-6905-3795
영주 02-3346-3068
케이수 by 김연주 02-3444-1730
맥앤로건 02-3443-7911
아르케 02-6911-0713
브루넬로 쿠치넬리·보기 02-3447-7701
장소 협조 소셜 호텔 02-507-0505



a lasting Touch

세계적인 건축가 자하 하디드(Zaha Hadid)가 건축한 동대문 디자인 플라자(DDP)에 나비가 날아들었다. 바로 여성 위치메이킹 시장에서 독보적인 위치를 고수하는 오메가의 드 빌 프레스티지 버터플라이(De Ville Prestige Butterfly)의 드라마틱한 론칭 행사가 개최된 것. 오메가의 앰배서더이자 오스카상 수상에 빛나는 세계적인 여배우 니콜 키드먼과 글로벌 CEO 스티븐 우콰드가 행사에 참석해 오메가의 성공과 미래를 축하했다.



진정한 여성 위치를 위한 오메가의 대장정

지난 10월 2일 세계적인 건축가 자하 하디드가 디자인한 동대문 디자인 플라자(DDP)에서 오메가의 새로운 여성 위치인 드 빌 프레스티지 버터플라이의 탄생을 기념하는, 마치 마법과 같은 갈라 디너가 열렸다. 영화의 한 장면처럼 행사장 주변에 스스로 빛을 발하는 2만1천 송이의 새하얀 꽃이 화려한 정원을 완성했고, 최고의 여배우 니콜 키드먼이 자리를 빛냈다. 오스카를 수상한 이 여배우가 한국을 찾았다는 것만으로도 언론의 이목을 끌었는데, 한국 스타 중에서는 배우 김혜수와 김성령, 김윤진, 권상우, 이범수, 박병의 탐(최송현)까지 참석해 분위기를 더욱 뜨겁게 했다. 이 행사를 기념하기 위해 셀 수 없을 만큼 많은 꽃으로 완성한 버터플라이 정원을 준비한 것은 바로 새로운 여성 컬렉션의 탄생을 성대하게 알리기 위해서다. 꽃봉오리마다 작은 불빛이 반짝이며 믿을 수 없는 장관을 선사해 지나가는 이들의 시선을 사로잡아, 최근 개최된 수많은 럭셔리 이벤트 중에서도 가장 아름다운 디스플레이였다는 평이다. 오메가는 시계에 관심 있는 사람이라면 누구나 익숙하게 느낄 정도로 세계 브랜드로서 최고의 인지도를 자랑한다. 우수한 성능과 섬세한 디자인, 오랜 역사까지 세계 브랜드가 갖춰야 할 모든 요소를 담고 있기에 지금까지 오랜 역사를 이어가고 있을 터. 과학과 예술의 완벽한 조화를 선보이는 브랜드로서 19세기 말 이후 끊임없이 수많은 경쟁자들의 도전을 받았지만, 시계 산업에서 오메가만큼 독보적인 브랜드를 찾기도 어렵다. 그런 오메가가 이번 행사를 통해 이야기하고자 하는 것은 오직 여성 위치에 관한 것이다. 여성을 위한 기계식 시계, 레이디메틱(오토메틱과 레이디의 합성어)을 완성할 만큼 여성 위치에 끊임없는 노력을 쏟아붓고 있는 오메가가 클래식 위치 컬렉션인 드 빌 프레스티지 라인에서 나비가 날아다니는 아름다운 꿈의 시계, 섬세한 아름다움을 담은 버터플라이 컬렉션을 선보인 것이다.

니콜 키드먼이 이야기하는 버터플라이 컬렉션의 가치

드 빌 라인은 처음 탄생했을 때부터 오메가의 클래식한 매력을 가득 담은 그릇 역할을 했다. 달 착륙으로 대변되는 스피드마스터, 오메가의 오랜 아이덴티티를 담고 있는 씨마스터, 올림픽 공식 타임키퍼 등 스포티한 이미지의 오메가에 고전적이고 클래식한 가치를 더해 오래도록 지닐 수 있는 컬렉션으로 완성한 것이 바로 드 빌(De Ville) 라인인 것. 그중 드 빌 프레스티지 라인에는 오메가의 세심한 세공과 럭셔리한 디테일을 모두 담았는데, 버터플라이 라인은 오직 여성만을 위한 우아한 클래식 위치다. 위치 다이얼을 보는 순간 화사한 아름다움이 그대로 느껴지는 드 빌 프레스티지 버터플라이는 나비가 바람을 타고 날아다니는 모습에서 느껴지는 우아함을 한껏 드러내며 자연의 아름다움을 표현한다. 정교하게 세공된 다이얼을 들여다보면 오메가가 여성을 위해 많은 준비를 했다는 것을 느낄 수 있다. 드 빌 프레스티지 버터플라이 컬렉션 론칭 행사를 위해 한국을 찾은 니콜 키드먼은 킨퍼런스에서 오메가 여성 위치의 가치에 대해 이렇게 이야기했다. “오메가와 함께한 지는 거의 10년이 넘었어요. 정말 대단한 관계죠. 이번에 새롭게 선보인 버터플라이 컬렉션도 오메가가 고객을 얼마나 중요하게 생각하는지 깨닫게 하는 작품이에요. 제가 오메가 시계를 차고 있는 것을 본 친구들은 항상 자신들도 꼭 사야겠다고 이야기하곤 해요. 시계 자체가 아름답기 때문이죠. 특히 항상 착용하던 레이디메틱, 그리고 지금 착용하고 있는 버터플라이 위치는 누구나 선택하는 시계가 될 것이라 생각합니다. 한국에서 열린 이번 버터플라이 론칭 행사는 마법 같았어요. 저는 오메가 행사에서 항상 퀄리티와 전문성을 느낄 수 있다고 이야기해왔는데, 이번 행사는 지금까지 본 오메가 행사 중 가장 훌륭했어요. 빛나는 꽃으로 완성한 정원은 너무나 놀라웠어요. ‘이제 저 꽃은 어떻게 되나요?’라고 묻기까지 했더니깐요, DDP에 거주한다고 하더군요.”



1 나비의 날갯짓을 표현한 오메가 드 빌 프레스티지 버터플라이의 비주얼, 자연의 아름다움을 여성스러움으로 해석한 특별한 타임피스다. 가장 작은 사이즈를 제외한 모든 컬렉션에 오메가 코-엑시얼 칼리버 2500을 장착해 오토메틱 위치를 원하는 여성들에게 좋은 선택이 될 것을 기대한다. 2, 6 오메가의 앰배서더로 한국을 찾은 세계적인 여배우 니콜 키드먼. 3 다이아몬드를 세팅한 다이얼에 로즈 골드 브레이슬릿을 매치한 버터플라이 컬렉션. 4 2만1천 송이 이상의 꽃을 세팅한 DDP 전경. 행사장을 찾은 모든 사람은 물론 니콜 키드먼까지 감탄을 금치 못했다. 5 최근 오메가의 앰배서더로 참여하게 된 스위스의 실용음악가 비스탈란 베이커(Bastian Baker). 행사 당일 갈라 디너 마저 더 콘서트의 주인공이었다. 7 오메가 버터플라이 컬렉션의 론칭을 축하하기 위해 행사를 찾은 배우 권상우, 8, 9 스릴과 골드의 품비 버전으로 선보이는 2014년 드 빌 프레스티지 버터플라이 컬렉션. 다양한 디자인의 다이얼 중 선택할 수 있다. 10 섬세한 화이트 컬러 스텐 스트랩을 매치한 버터플라이 컬렉션은 그 어떤 제품보다 여성스러움에 패셔너블하다. 워딩 워치로도 손색이 없다.

전 세계 위치 시장의 중심, 아시아, 그리고 한국

이번 행사를 위해 한국을 방문한 오메가의 CEO 스티븐 우콰드는 이번 컬렉션을 서울에서 론칭하는 이유에 대해 “베이징, 상하이, 도쿄 등 아시아의 많은 도시들이 급성장하고 있지만 그중에서도 서울은 성장하는 것을 넘어 패션 영역에서 선두적인 지위에 올랐다고 생각해요. 특히 여성 패션에서 두각을 나타낸다고 생각했기 때문에 이렇게 대대적인 행사를 서울에서 개최하게 되었습니다. 또 여성 시계의 성장 가능성이 무한하고 고객 베이스가 엄청나게 때문에 현재 오메가는 여성 시장을 개발하고 있습니다. 물론 어려운 점이 많겠지만 여성 위치 시장은 놀라운 잠재력이 있기에 더욱 중요하며 그 때문에 드 빌 프레스티지 버터플라이를 개발하게 된 것이라 볼 수 있어요. 여성 시계는 패션 스타일에 따라 착용할 수 있도록 다양한 선택지를 주는 것이 중요하다고 생각하기에 이번 컬렉션은 기존 오메가 제품보다 새롭고 신선한 이미지를 선보이려고 했습니다. 좀 더 심플하게 디자인했을 뿐 아니라 여성적이고 로맨틱한 디자인을 담기 위해 노력했지요. 오메가는 여성 시계 라인을 더욱 발전시켜나갈 예정입니다”라고 이야기했다. 이렇듯 드 빌 프레스티지 버터플라이 컬렉션은 아름답지만 오메가의 도전이 담겨 있는 열정의 산물이다. 기존 남성 시계 시장에서는 이미 큰 점유율을 기록한 브랜드임에도 여성들에게 기계식 시계의 매력, 여성용 위치의 매력을 전달하기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 스티븐 우콰드 CEO의 이야기처럼 기존 오메가의 보수적인 디자인에서 벗어나 보다 여성스럽고 우아할 뿐 아니라 모든 스타일에 매치할 수 있는 다양한 디자인을 만날 수 있다. 7시와 8시 방향 사이에 다이아몬드를 파베 세팅한, 나비가 날아다니는 머더오브펠 다이얼이 그중 하나다. 또 다른 모델은 머더오브펠 배경에 매트한 아우트라인으로 나비를 표현했다. 마지막으로 원형의 브리징 피니싱을 재현하는 기계식 기호세 테크닉

의 라몰레아주(ramolayage) 기법으로 완성한 유니크한 버터플라이가 실버 혹은 샴페인 컬러 다이얼 위에서 날아다니는 버전은 어떤 스타일이나 잘 어울린다. 소재 역시 다양화했는데 18K 화이트 골드, 레드 골드, 옐로 골드, 그리고 정제된 스테인리스 스틸, 그리고 스틸과 18K 골드를 믹스한 아름다운 바이 컬러 콤비네이션으로 선보인다. 36.8mm, 32.7mm, 27.4mm 등 세 가지 사이즈가 준비되어 있으며 머더오브펠 효과를 내는 화이트 세틴 브리징 레터 스트랩을 매치할 수 있다. 더 작은 사이즈는 케이스와 동일한 소재의 브레이슬릿 버전으로도 선보인다. 이 컬렉션이 그 무엇보다 매력적인 것은 오메가의 상징, 코-엑시얼 이스케이프먼트를 장착했다는 것. 기계식 위치메이킹업계에 일대 혁명을 일으킨 오메가의 도전과 탐의 산물인 오토메틱 무브먼트 ‘코-엑시얼 칼리버 2500’이 이 컬렉션의 주역이다. 아직 오토메틱 위치의 매력을 잘 모르는 여성이라도 무브먼트의 움직임을 느낀다면 그 매력이 꼭 빠지게 될 것이다. 보다 가볍고 작은 시계를 원하는 여성을 위해 27.4mm 사이즈 모델의 경우 쿼츠 칼리버 1376을 탑재해 선택의 폭을 넓혔다. 정통성을 지키며 끊임없는 혁신을 일으키는 진정한 위치 브랜드 오메가. 전 세계 어떤 곳에서도 개최하기 어려운 마법과도 같은 행사를 개최한 것은 한국 시장이 그만큼 성숙했다는 사실과 기대감이 담겨 있음을 보여준다. 발걸음하기 어려운 글로벌 앰배서더와 CEO가 서울을 찾은 것은 물론 행사의 시작부터 끝까지 수많은 취재진의 스포트라이트를 받았다는 것은 오메가가 이미 여성 위치메이킹의 주인공 자리에서 한 걸음 더 가까이 다가갔다는 뜻이다. 레이디메틱에서 시작해 드 빌 프레스티지 버터플라이 컬렉션으로 이어지는 오직 여성만을 위한 위치에 대한 오메가의 열정은 놀라울 정도다. 이것은 지금까지 쌓아온 모든 시계 노하우를 여자들도 누릴 수 있다는 의미이기도, 많은 여성들이 오메가 시계의 가치에 대해 이야기할 날을 기대해본다. 에디터 배미진





interview
40년 넘는 내공의 시계 전문 경영인

Stephen Urquhart

지칠 줄 모르고 상승세를 타고 있는 하이엔드 시계 산업의 21세기 르네상스. 이 눈부신 흐름에 대해 스위스 브랜드 오메가(Omega)의 수장 스티븐 우콰드는 더 이상 하이엔드 시계가 소수 수집가나 부유층의 전유물이 아닌 보다 많은 이들이 즐길 수 있는 '민주적인' 상품의 성격을 띠게 됐기 때문이라고 말한다. 인생을 통틀어 '단 하나의 좋은 시계를 간직하기보다는 한 사람의 수요도 여러 갈래로 나뉘고, 시계를 다채롭게 즐기는 이들이 많아졌다는 논리다. 그런 가운데 역동적인 기계 역학과 미학적 완성도의 조화에 폭 빠진 여성들도 눈에 띄게 늘어나고 있다는 건 더 이상 새로운 이야기가 아니다. 신제품 론칭 행사를 위해 오메가의 브랜드 홍보대사인 영화배우 니콜 키드먼과 함께 방한한 우콰드 사장에게서 특히 아시아 시장을 중심으로 여성들을 매혹하는 오토매틱 위치의 미학에 대해 들어봤다.

인류 문명이 발달해 시계를 하나의 기계장치로 바라보게 되기 전까지 사람들은 시간이란 인간이 범접할 수 있는 영역이 아니라고 생각했다. 실제로 스위스 바젤의 물시계를 담아본 그림을 보면 '신의 손이 위에서 물을 붓는 것'으로 묘사돼 있다. 이처럼 시간이란 개념을 숭배했기에 시계도 기계로 여기지 못한 것이다. 하물며 정확성도 확연히 떨어졌는데 말이다. 그런데 16세기와 17세기를 거치면서 기계적 세계관이 심화되면서 많은 철학자와 과학자는 하나의 정밀한 장치로서의 시계에 깊은 관심을 보였다. <시계와 문명>이라는 책에 따르면 심지어는 신을 '빠어난 기계공'으로 묘사할 정도로 이런 기계적 사고가 심화됐다고 한다. 당시 독일의 천문학자 요하네스 케플러의 "우주는 신성한 존재와 유사한 게 아니라 시계와 비슷하다"라는 발언도 비슷한 맥락에서 이해할 수 있다. 오늘날 복합적인 함의를 품은 시간에 대한 성찰은 여전히 진행되고 있지만, 누구도 시계를 신의 섭리로 보지는 않는다. 하지만 파인 위치메이킹(fine watchmaking)이라고 불리는 하이엔드 시계 미학만큼은 '신의 숨씨'에 가깝다고 감탄할 정도로 눈부시다. 특히 정교한 기계 역학과 섬세한 장인 정신의 교집합에서 꽃을 피운 듯한 기계식 시계, 다시 말해 오토매틱 위치의 세계는 경이로운 정도다. 우리가 잘 알다시피 산업혁명을 계기로 시계 산업은 정밀성이라는 면에서는 혁혁한 발전을 이뤘지만 예술성은 후퇴했다는 평기도 받았는데, 21세기에는 꽤나 균형 잡힌 발전을 이뤄내고 있다. 새삼스럽지만 인류가 최초로 달에 착륙했을 때 나사(NASA)에서 정밀한 실험을 거쳐 선택한 브랜드로 유명한 오메가 역시 '시계 르네상스'를 만끽하고 있다. 정통성과 예술성을 동시에 갖춘 소수의 브랜드 중 하나인 오메가가 최근 엄청난 역할을 쏟아붓고 있는 영역은 여성용 하이엔드 시계. 손목시계는 마치 남성 고유의 영역처럼 여겨져 온 게 사실인데, 어째서 요즘 시장 판도가 빠르게 바뀌고 있는 것일까? 여

1 최근 신제품 론칭 행사를 위해 한국을 찾은 오메가의 스티븐 우콰드 CEO. 2 오메가의 브랜드 앰배서더로 활동하고 있는 영화배우 니콜 키드먼. 3번 사진의 오른쪽은 우콰드 CEO. 3 오메가에서 아반에 이상지게 선보인 여성용 시계 '드 빌 프레스티지 버터플라이 컬렉션, 화이트 스텔리 나비 모티프'가 새겨진 골드 프레임의 화사한 대피가 눈길을 끈다. 4 오메가는 고전적인 우아함과 정제된 디자인을 특징으로 하는 드 빌 컬렉션의 신제품을 론칭을 기념하는 글로벌 행사 장소로 서울의 영수로 새롭게 부각되고 있는 DDP를 택했다. 사진은 신제품의 특징인 나비 문양이 돋보이는 행사장 입구. 5 우콰드 CEO가 요즘 즐겨 착용한다는 시계로 조만간 공식 론칭될 예정이라는 신제품 '비파스터 300'. 7 스티븐 우콰드와 하늘색 나비 패턴의 은은한 조화가 단아하면서도 사랑스러운 느낌을 준다.



3



4



2

"서양에서는 나비가 그 자체로 섬세하고 아름다운 자연미를 내포하고 있다고 생각해요. 그런데 동양 문화에서는 나비가 사랑이나 영속성을 뜻하기도 한다고 들었습니다. 재미난 점은 우리 디자인팀이 '드 빌'이라는 단어가 중국어로 나비를 뜻하는 단어와 비슷하게 발음된다는 사실을 알게 됐다는 것입니다. 이런 흥미로운 우연 속에 오메가는 동서양을 막론하고 매력적인 자연의 테마인 나비를 드 빌 프레스티지 컬렉션에 적용해보기로 했지요."

성들이 점차 복잡다단한 시계의 세계에 관심을 보이는 데다 심지어 기계 메커니즘에도 눈을 뜨고 있다는 사실이 감지될 정도라는 게 전문가들의 전언이다.

오로지 여성만을 위한 하이엔드 시계 세상이 꽃피고 있다

"사실 여성 시계 시장은 항상 존재해왔습니다. 그런데 과거에는 그 성격이 달랐을 뿐이죠. 아주 값비싼 주얼리 위치나 매우 작은 액세서리 같은 '카테일 모델'이 주를 이뤘기 때문에 여성이 정말 좋은 시계를 원하면 아예 남성 시계를 구입해야 했죠. 여성만을 위한 하이엔드 시계가 존재하지 않았으니까요." 시계업에만 40년 남게 종사해온 오메가의 최고경영자(CEO)이자 사장인 스티븐 우콰드. 특히 프리미엄 브랜드를 꿰뚫고 있는 그는 하이엔드 시계 시장의 성장과 더불어 '여성만을 위한 위치'를 만든 건 획기적인 발상이지만 남성과 여성 고객의 다르게 접근해야 한다고 말했다. 여성은 아무래도 미학적으로 더 까다롭고 섬세하기 때문이라는 것이다. "남성은 시계가 비싸 보인다는 이유, 그리고 기술적인 특징이 남다르다는 이유만으로도 시계를 구입하는 경향이 있습니다. 여성은 확연히 다르지요. 핸드백이나 신발 같은 다른 패션 아이템에도 굉장히 신경 쓰지 않습니까? 당연히 취향이 다채롭고 까다로울 수밖에요." 그는 그래서인지 여성은 설득하기가 한층 더 힘든 것 같다고 웃으면서 고객에 대한 이해야말로 오메가에서 단지 남성용 시계량 생김새는 똑같은데 크기만 작은 버전이 아니라 여자들만을 위한 무브먼트를 별도로 만드는 건 물론이고 보다 풍부하고 다채로운 여성용 컬렉션을 선보이는 배경이라고 설명했다. 그는 또 아폴로11에 승선했던 시계 브랜드로서의 존재감 덕분에 다분히 남성적인 이미지를 갖고 있지만 오메가는 사실 여성용 위치 시장의 역사에도 큰 획을 그었다는 점을 기억해달라고 당부했다. 그런데 '여성을 위한 라인'의 시작점은 20여 년 전 오메가의 컨스텔레이션 컬렉션 위치와 브랜드 앰배서더 중 한 명인 슈퍼모델 신디 크로퍼드와의 만남이었다는 그의 설명이 자못 흥미롭다. "당시 신디의 시계는 원래는 남성을 위해 디자인한 남자 시계였어요. 그런데 사이즈를 줄이면서 변신을 꾀하는 게 낫겠다는 의견을 모으게 됐습니다. 신디 자신도 이 디자인 작업에 몸소 참여했는데, 그 결과물이 엄청난 반향을 일으켰죠. 한국, 일본, 중국에서도 큰 인기를 끌었고요." 그는 마치 그럴싸하게 지어낸 마케팅 에피소드처럼 들리겠지만 엄연한 '진실'이라고 강조하며 "그녀는 그저 좀 더 세련된 시계를 완성할 수 있도록 도움을 건넸을 뿐"이라고 덧붙혔다.

여성은 어떻게 변하고 있을까, 오토매틱을 사랑하는 그녀들

아직도 시계 시장은 남성 고객에 치우쳐 있는 것지만 20년 전과는 분명히 양상이 다르다. 예전과는 달리 '시계가 여성의 쇼핑 목록에 빈번히 오르곤 한다. 게다가 오토매틱 시계의 인기도 날이 갈수록 커지고 있다. 사실 많은 시계를 보유하고 싶은 여성들에게는 퀴즈 시계가 오토매틱 시계보다 실용적인 건 사실이다. 오토매틱 시계는 서랍에서 꺼낼 때마다 시간을



5

세팅하는 등 '공'을 들여야 하니까. 그런데도 오토매틱의 인기가 상승세를 타고 있는 건 아무래도 시계는 다른 패션 아이템과는 달리 후대까지 물려줄 수 있는 지속적인 가치를 지녔다는 생각 때문일까? 특히 아시아 여성들 사이에는 기계 미학을 이해하고 사랑하는 '오토매틱 마니아'층이 두꺼워지고 있다는 점이 이색적이다. "솔직히 이유는 저도 모르겠지만 아시아 여성들이 오토매틱 시계를 더 잘 받아들이는 건 맞는 것 같습니다. 그런데 요즘은 서양에서도 변화가 감지되고 있어요. 미학적으로 더 아름다운 기계식 시계를 만들어낸다면 동서양을 가리지 않고 시장이 커질 것이라고 믿습니다." 그는 '느낌(feel)'과 '룩(look)'을 아우르는 미학적 요소를 누차 강조했다. 남성은 차를 구입할 때 뛰어난 성능을 최우선 순위로 놓는 반면, 여성은 반드시 자신이 보기에 예뻐야 한다는 점을 절대적으로 중시한다는 것이다. 따라서 시계의 기계적 메커니즘과 더불어 여성에게 어필하는 '빠어난 디자인'이 관건이라는 생각을 한 오메가는 신디 크로퍼

드를 연상케 하는 컨스텔레이션의 여성 컬렉션 외에도 여성만을 위한 오토매틱 위치라는 개념으로 '레이디매틱(Ladymatic)'이라는 여성 전용 라인을 강화하고 있다. 오메가의 주력 라인은 앞서 언급한 컨스텔레이션과 스피드마스터(달 착륙 시계), 방수 라인인 씨마스터, 그리고 고전적인 DNA를 담으면서 절제된 디자인을 내세운 드 빌(De Ville) 등 4대 컬렉션으로 구성된다. 레이디매틱은 원래 1955년 첫선을 보인 최초의 여성용 오토매틱 라인으로, 반 세대 이상 지속되다가 드 빌 컬렉션에 속한 여성 라인으로 계승된 것이다. 우콰드 CEO가 이번엔 한국을 찾은 이유는 바로 드 빌의 여성 라인 위치 신제품 때문인데, 대대적인 글로벌 론칭 행사를 위한 장소로 서울을 택했다.

섬세하게 정제된 나비 모티프, 로맨티시즘을 읊조리다

"서울은 아시아에서 가장 큰 도시 중 하나이기도 하지만 음악, 패션, 문화 등 다양한 방면에서 '핫한' 곳이지 않습니까. 특히 여성 패션 분야에서는 두각을 나타낸다고 생각하는데, 그런 모습이 한 계층에만 한정된 게 아니라 여러 계층과 지위에서 나타나는 것 같습니다." 그는 서울이 비록 최대 규모의 시장은 아니지만 여러모로 패셔너블한 도시이기 때문에 여성들에게 패션에 대한 선택의 여지를 더 넓혀 줄 수 있는 '야심찬 신제품'의 론칭 장소로 안성맞춤이었다고 밝혔다. 이번에 그와 동반한 오메가 브랜드 앰배서더인 니콜 키드먼이 손목에 차고 나타난 '드 빌 프레스티지 버터플라이(De Ville Prestige Butterfly)'라는 오메가의 신제품 라인이 바로 그 야심의 결과물이다. 다이얼 위에 귀여운 듯하지만 우아함이 느껴지는 나비를 새긴 여성용 오토매틱 위치. 왜 나비를 선택했을까? "서양에서는 나비가 그 자체로 섬세하고 아름다운 자연미를 내포하고 있다고 생각해요. 그런데 동양 문화에서는 나비가 사랑이나 영속성을 뜻하기도 한다고 들었습니다. 재미난 점은 우리 디자인팀이 '드 빌'이라는 단어가 중국어로 나비를 뜻하는 단어와 비슷하게 발음된다는 사실을 알게 됐다는 것입니다. 이런 흥미로운 우연 속에 오메가는 동서양을 막론하고 매력적인 자연의 테마인 나비를 드 빌 프레스티지 컬렉션에 적용해보기로 했지요."

그리고 보니 인터뷰 내내 우콰드 CEO의 옆을 지키고 있는 젊은 본사 PR 담당자도 꽤 끈한 하얀 스트랩을 단 앙증맞은 시계를 차고 있었는데, 은근히 눈길을 사로잡았다. 그녀의 손목에 빛낸 드 빌 버터플라이 모델은 18K 화이트 골드와 스티일이 은은하게 어우러진 버전이다. 드 빌 버터플라이는 패션 취향에 따라 선택할 수 있도록 다이얼도 세 종류이고, 사이즈도 36.8mm, 32.7mm, 27.4mm 등 세 가지로 출시되었다. 나비를 모티브로 삼은 만큼 기본적으로는 클래식하지만 단아한 여성미를 은근하게 살려 부담스럽지 않도록 디자인했다고, 우콰드 CEO는 단순미와 로맨틱한 분위기를 갖춘 드 빌 버터플라이 라인이 기존 오메가 제품과는 차별되는 '참신함'을 품고 있기에 고객층을 더 넓힐 수 있지 않을까 하는 기대를 내비쳤다. 그렇지만 가장 중요한 건 고객이 정말로 좋아해야 하므로 자신들의 역할은 선택의 여지를 넓혀주는 것일 뿐이라는 그의 말에 동감한다. "브랜드, 스토리, 달에 갔다는 사실도 팔림의 요소가 될 수 있겠지요. 하지만 결국에는 누구나 자신이 진심으로 좋아하는 시계를 사야 한다고 생각해요. 왜냐하면 당신의 손목에 착용할 것이기 때문입니다." 그렇다. 매일 착용하는 것은 아닐지라도 '손목과의 공감'은 꼼꼼히 따져볼 덕목이다. **에디터 고성연**



6



7

Backpack attack

지금 백팩은 편안한 캐주얼 룩보다는 명숙한 슈트에 더 잘 어울리는 모습으로 진화 중이다. 하이 패션의 주요 아이템으로 떠오른 남자의 백팩. *photographed by park gun zoo*



(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 화색형이 도는 베이지 컬러가 세련된 느낌을 주는 소가죽 백팩, 30X38cm, 2만6000원 **비버리**, 장식 없는 견고한 형태와 스크래치에 강한 사파이노 소재를 접목한 백팩, 26.5X35cm, 3만2000원 **프라다**, 클래식한 사이즈의 베이비 캣 프린트 백팩, 31X38cm, 1만4900원 **구찌**, 브랜드를 상징하는 디미에 패턴을 강조한 백팩, 28X42cm, 1만9000원 **루이 비통**, 자연스럽게 구긴 듯한 양자국이 멋스러운 백팩, 톤 디오된 그린 컬러가 조화를 이룬다, 34X40cm, 1만9000원 **발렌시아가 by 본다살**, 화려한 프린트로 대변되는 스트리트 패션의 대가, 자형사의 백팩, 나일론 소재로 무게를 덜었다, 34.5X46cm, 1만5300원 **자형사**, 워킹 디테일과 플러시, 유연한 형태가 특징인 미니멀한 블랙 백팩, 2015 S/S 텐드 남성 컬렉션 소재처럼 한 손으로 들고 다닐 수 있는 43X41.5cm, 3만2000원 **보타가 베네타**, 겨울 룩에 최적화된 스웨이드 소재 백팩, 말리셔도 눈에 띄는 거대한 금장 지퍼가 포인트다, 32X40cm, 3만9000원 **폴 포드**, 코팅된 캔버스에 모노그램 패턴이 반복적으로 이어진 백팩, 테일라드 수트에도 어울리지 않고 잘 어울린다, 27X41cm, 1만4000원 **생로랑**, 에디터 **이예진**

비버리 02-3485-6536 본다살 02-3444-3300 폴 포드 02-6905-3640 루이 비통 02-3432-1854 자형사 02-517-7560 구찌 1577-1921 보타가 베네타 02-6905-3760 생로랑 02-6905-3924 프라다 02-3218-5331

스타일링: 김유환, 사진: 이예진



2



Chic double life

일과 휴식, 도심과 자연, 스타일과 실용성, 포멀과 캐주얼. 서로 상반된 요소를 균형 있게 추구하는 삶. 이러한 더블 라이프 정신을 담은 이탈리아 패션 브랜드, 페이(Fay)가 신세계백화점 본점에 아시아 최초 부티크를 오픈했다. 클래식한 아름다움의 이면에 존재하는 다이나믹한 요소들, 그리고 그들이 추구하는 우아한 라이프스타일의 세계.



3

더블 라이프 패션을 추구하는 이탈리아 브랜드, 페이

최근 해외 패션 브랜드의 국내 진출이 발 빠르게 이루어지고 있다. 지난 두 달간 처음 선보이는 브랜드와 공식 오픈한 매장 소식이 기자들의 핸드폰과 이메일, 우편함은 초대장과 RSVP 전화로 불이 날 지경이었으니. 특히 신세계백화점은 프랑스 수제와 브랜드 로베르 갈레제리와 이탈리아 재킷 명가 볼라올리에 이어 이탈리아를 대표하는 명품 하우스 페이(Fay)까지 접수하며 감격적인 셀렉션을 보여주었다. 지난해부터 분터숍에서 선보인 페이는 1년 만에 국내 정식 론칭한 경우인데, 이는 아시아 최초의 매장이라고, 다른 아시아 국가인 일본이나 홍콩보다도 한국 소비자가 패션을 받아들이는 태도와 감각이 앞선다는 증거일 것이다. 토즈 그룹이 만든 브랜드인 페이는 1970년대 말, 미국 소방관들이 주로 입던 '포-버튼' 코트에서 영감을 받아 탄생했다. 페이에 대해 들어본 적이 있는 이들이라면 여성복 브랜드라고 생각할지도 모른다. 하지만 내구성과 실용성에 바탕을 둔 워크웨어를 전문적으로 제작했던 브랜드답게 남성 컬렉션에서 비롯되었다. 나일론과 코듀로이 코트 소재에 4개의 메탈 후크가 달린 '4-후크' 남성용 재킷이 최초의 제품이고, 재킷은 곧바로 브랜드의 아이코닉한 스타일로 부상했다. 이후 페이는 비즈니스와 캐주얼, 시티 라이프와 아웃도어, 클래식과 모던함 등 상반된 가치를 동시에 실현하는 더블 라이프(double life)를 브랜드 철학으로 삼아 컬렉션을 발전시켜나갔다. 이후 1993년에 처음 선보인 여성 컬렉션 역시 남성복에 적용했던 디자인 모티브와 우아함과 실용성이라는 가치를 담아 여성복 버전의 '4-후크' 코트를 만들었다. 페이의 재킷과 아우터를 비롯해 핸드백을 보면 공통적으로 메탈 후크가 달려 있는 것을 알 수 있다. 불순물이 없는 백금류의 금속인 루테튬으로 만든 후크는 부드러운 곡선과 견고한 형태로, 페이의 정체성을 상징하는 역할을 한다.

우아함과 실용성이 공존하는 2014 F/W 컬렉션

남성복을 비롯해 여성복과 액세서리까지 컬렉션을 확장시킨 페이는 더블 라이프 정신을 모토로 꾸준히 성장해왔다. 2012 S/S 시즌에 영입한 듀오 디자이너 토마소 아퀼라노(Tommaso Aquilano)와 로베르토 리몬디(Roberto Rimondi)는 페이의 모던한 변화에 원동력이 되어주었다. 캐시미어로 잘 알려진 브랜드 말로(Malo)를 거쳐 지안프랑코 페레와 자신의 이름을 딴 아퀼라노, 리몬디까지 쌓아온 탄탄한 경력의 증명하듯 고급 소재를 다루는 기술과 테일러링, 컬러에 대한 감각이 뛰어나다. 그들은 이번 2014 F/W 시즌 여성 컬렉션에서 1960년대에 주목했다. 타탄 체크, 서로 다른 소재의 충돌, 과감한 컬러, 볼드한 패턴은 프레피 룩에 녹아들었고, 로고 엠블럼이 화려하게 부활했다. 승마 룩에서 착안한 블레이저, 초경량 퀼트 재킷, 어깨와 소매에 커다란 퍼를 덧댄 아우터 등에서 실용성과 우아함을 엿볼 수 있다. 지난 시즌 큰 반향을 일으켰던 스누피 캐릭터에 이어 이번 시즌에는 우드 스톱을 등장시켜 페이만의 유틸리티를 놓치지 않았다는 점도 주목할 것. 남성 컬렉션으로 넘어가면 한층 젊고 신선해진 룩을 만날 수 있다. 바이커 재킷에서 영감을 얻은 초경량 패딩, 울 보머 재킷, 패딩 디테일을 캐시미어에 접목한 아우터 등 도시적인 감각과 활동성을 강조한 다양한 재킷이 눈길을 끈다. 신세계백화점 본점 신관 6층에는 남성과 여성복을 비롯해 쇼 컬렉션까지 페이의 헤리티지와 더블 라이프 정신을 느낄 수 있는 풍부한 컬렉션이 준비되어 있다. 문의 02-310-1678 에디터 **이예진**

1 신세계백화점 본점에 아시아 최초 부티크를 오픈한 페이.
2 하운즈투스 체크 아우터와 우드 스톱이 그려진 니트, 스포티한 스카프 스타일과 실용성을 강조했다. 3 패딩 디테일을 다룬 구스다운 재킷과 셔츠, 코트 팬츠로 완성한 활동적인 포멀 룩.
4 스누피에 이어 이번 시즌엔 우드 스톱이다. 커다란 캐릭터가 그려진 니트웨어를 통해 페이만의 우아함과 유틸리티를 느낄 수 있다. 5 페이의 패딩 재킷을 멋스럽게 소화한 올덴도 블룸. 6 여성복과 남성복, 핸드백에 이르기까지 페이의 상징적인 디테일인 메탈 후크가 장식되어 있다.



제품 사진: 박민주



4

hold me Tight

“내 앞에 지나가는 저 여자가 맨 가방은 어디 거지?”
누구나 알 만한 로고도 없고, 본 적도 별로 없지만 분명
세련된 느낌을 주는 백, 흔하지 않아서 더 관심이 간다.
신세계백화점 본점 핸드백 컬렉션의 트리오, 파올라
카테마토리, 마크 크로스, 매종 모로우가 그 얼굴들이다.
photographed by yum jung hoon

다양한 취향과 개성을 담은 셀렉트 숄, 핸드백 컬렉션

너무 많이 든다 싶은 잇 백에 지친 여자들이 요즘 눈을 돌린 건 감각
적인 디자이너 브랜드. 해외 온라인 사이트를 누비고 다니거나 직
구에 목을 매고, 패션 셀렉트 숄에 숨어 있는 보석 같은 브랜드를 찾
아내며 '미이 백' 찾기에 여념이 없다. 요즘 인기의 척도를 알려주는
SNS 세상을 들여다봐도 개성 있는 백 브랜드가 해시태그를 꿰차고
있다. 같은 제품을 맨 사람과 마주칠 일이 적다는 안도감과 나만의
취향을 충분히 반영한 패션을 즐긴다는 충족감, 도대체 어떤 브랜
드의 백인지 궁금해하는 눈초리를 즐긴다. 오히려 해외에 잘 알려
진 이름을 한자리에 모아놓은 멀티숍 형태의 핸드백 매장은 이런 욕
구를 채워주기에 더할 나위 없이 적합하다. 신세계백화점 본점 본
관에 입점한 '핸드백 컬렉션'은 백화점 쇼핑에 익숙한 이들에게는 특
히 반가운 곳. 발렌시아가, 지방시, 끌로에, 발렌티노 등 이름만 대
면 알 만한 브랜드부터 낸시 곤잘레스, 주디스 라버, 잘리아니로 이
어지는 이그조틱 레더 브랜드, 파올라 카테마토리, 마크 크로스 등
해외 디자이너 컬렉션까지 갖춰 다양한 취향을 충족시킨다.

지금 주목해야 할 감각적인 백 브랜드

해외 디자이너 브랜드 중 이번 시즌 새롭게 영입한 3개의 신규 브랜
드는 단연 눈에 띄는 존재. 2010년 론칭한 브라질 태생의 이탈리아
핸드백 디자이너 파올라 카테마토리(Paula Cademartori)는 막강
한 지원군을 얻어 승승장구 중이다. 미라슬로바 듀마, 안나 델로 루
소, 수지 버블 등이 매고 여기저기 등장했으니 유명세는 시간문제.
미니멀한 디자인, 기하학적인 커팅과 로고를 대신하는 메탈 클로저
가 특징이다. 일명 '박스 백'으로 불리는 마크 크로스(Mark Cross)
는 1845년 뉴욕에서 탄생한 미국의 오래된 럭셔리 핸드백 브랜드.
1950년대 영화 <이창>에서 그레이스 켈리가 들고 등장한 그레이스
박스 백이 그 시초다. 지금도 그 당시 오리지널 공장에서 제품을 제
작한다는 자부심을 드러낸다. 19세기 초, 여행 가방과 트렁크에서
비롯된 프랑스 브랜드 매종 모로우(Maison Moreau)는 손끝에서
느껴지는 견고한 가죽과 튼튼한 스티치, 양면을 사용할 수 있는 리
버서블 방식이 인상적이다. 오직 신세계백화점 핸드백 컬렉션에서만
만날 수 있다. 문의 02-310-1814 에디터 **이예진**



(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 나무판에 매달려 있는 스트랩 숄더백과 그 아래 화려한 패턴의 토트백은 모두 **파올라 카테마토리**.
과감한 컬러 매치와 패턴, 메탈 클로저가 포인트다. 두꺼운 골드 플랫폼이 특징인 블루 컬러 스티레토 힐은
살롯 올림피아. 국내에서는 기미줄과 고양이 등이 그려진 스티레토 힐로 잘 알려진 영국 브랜드다. 히트 모양 일장,
독특한 솔 등 개성 넘치는 디테일로 사랑받는다. 시디리풀을 뒤집어놓은 듯한 형태의 각자무니 패턴 백과
아래 놓인 직사각형 백은 모두 **매종 모로우**. 양면을 사용할 수 있는 리버서블 형태로, 모든 가방에는 작은 클러치 백 형태의
파우치가 달려 있다. 레드 컬러와 스티드 장식, 컬러 블로킹으로 선보이는 박스 형태의 가방은 모두 **마크 크로스**.



Italian Classic
1930년대 프랑스 나스의 작은 스타일 수선 가게에서 비롯된 대표작인 가죽 부츠
브랜드. 모든 공정은 이탈리아에서 이루어지며, 송마 부츠를 모티브로 한 버클이
아이코닉한 장식이다. 알코가 뽀족한 앵글부츠와 모피 트리밍 미들 부츠, 블랙과
브라운 투톤 롱부츠 모두 **사르테(Sartore)**.



Eskimo Touch
런던에서 날아온 앵글 부츠. 프랑스어로 부드러움을
뜻하는 'mou'라는 이름에서 알 수 있듯 천연 가죽의 감촉과
편안한 착용감이 특징이다. 율리릭 스카와 친화적인
공법을 강조하는 '율리릭' 브랜드다. 스티드와 여러 개의
버클로 장식한 미들 부츠, 굽은 스티치 장식에 에스닉한
느낌을 강조한 시그처 부츠 모두 **모우(Mou)**.

Shoe holic

겨울엔 옷 입는 재미뿐만 아니라 신발 선택의 폭도 넓어진다. 올해도 쇼핑
리스트에 어김없이 올라온 신발을 구입할 작정이라면 신세계백화점에 있는
프리미엄 슈즈 멀티숍, 슈 컬렉션으로 향할 것. 클래식한 부츠, 굽에 포인트를 준
앵글 부티, 앵글 부츠 등 당신의 취향을 만족시킬 다양한 브랜드와 디자이너
모두 모여 있다. *photographed by yum jung hoon*



Comfortable Chic
1925년 론칭한 이후 30여 개 이어온 장인 정신을 담은 스페인
슈즈 브랜드. 독특한 장식과 소재, 편안한 착용감으로
사랑받는다. 미셀 오버마, 세라 제카가 파카가 신어 화제를
모았다. 반짝이는 미러볼을 연상시키는 굽을 장착한 스웨이드
롱부츠와 부티, 피로 발목을 장식한 슈즈 모두
페드로 가르시아(Pedro Garcia).



Artistic Heel
영국 슈즈 디자이너 브랜드로, 제2의 크리스찬 루부탱이라
불릴 만큼 화제를 몰고 왔다. 건축미를 담은 구조적인 형태와
독특한 플랫폼, 흰 듯한 이치형 힐이 시그처다. 삼각형
힐에 발목을 부드럽게 감싸는 그레이 앵글부츠와 블랙
롱부츠, 진주로 굽 인쪽과 뒤축을 장식한 슈즈 모두 **니콜라스
키르우드(Nicholas Kirkwood)**.
문의 02-310-1809 에디터 **이예진**



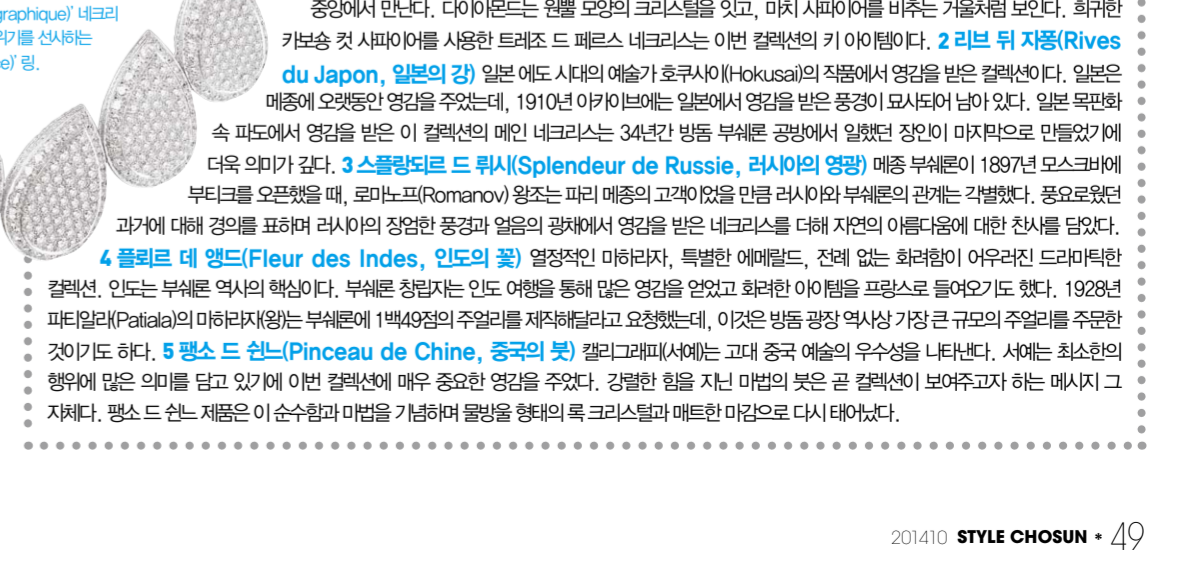
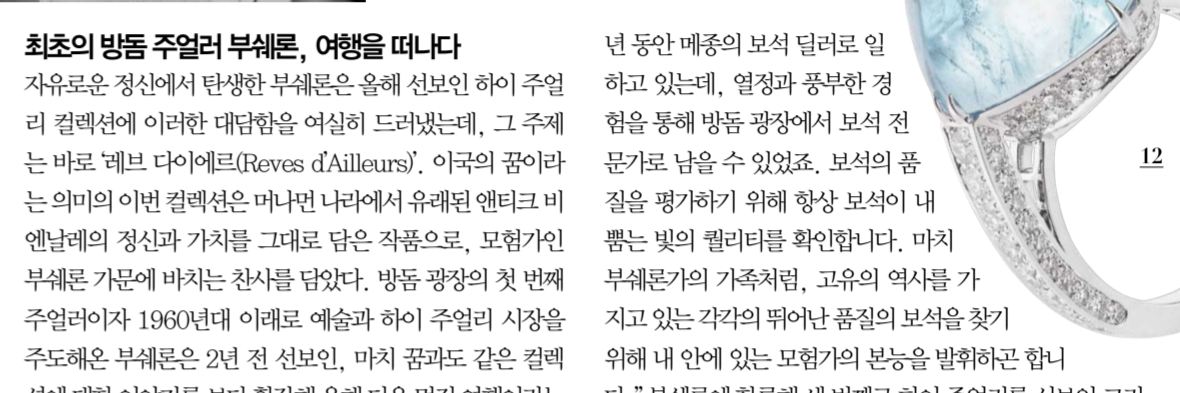
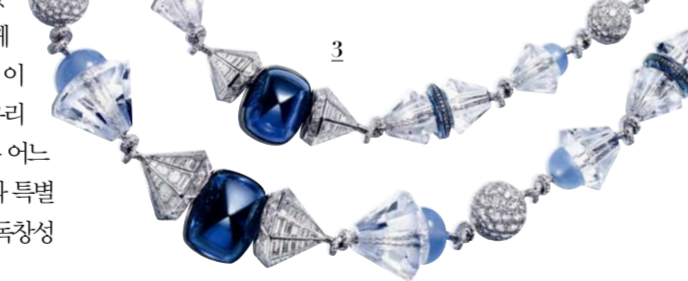
Dream stones

부쉐론은 1백50년 이상의 세월 동안 황홀하게 빛나는 보석의 세계를 창조하고 전 세계에 그 마법과 같은 이름을 각인시켰다. 프레데릭 부쉐론이 1858년 창립한 부쉐론 하우스는 엔틱 비엔날레에서도 가장 눈에 띄는 유서 깊은 주얼리 브랜드다. 정통성 있는 손목 시계를 선보일 뿐 아니라 자연에서 받은 영감을 보석에 접목한 창의적인 예술가인 부쉐론 하우스. 올해 엔틱 비엔날레를 위해 준비한 드라마틱한 하이 주얼리를 방돔에 위치한 부쉐론 공방에서 직접 만날 수 있었다.

최초의 방돔 주얼리, 부쉐론 공방에서 만난 하이 주얼리

부쉐론은 지난 9월 11일부터 20일까지 개최된 27회 엔틱 비엔날레를 맞아 전 세계 프레스를 초대해 방돔에 위치한 공방을 공개했다. 방돔에서 가장 빛이 잘 드는 곳, 부티크의 상층부에 위치한 이 공방에서 부쉐론을 대표하는 고귀한 하이 주얼리들이 태어났고, 지금도 항상 새로운 보석에 대한 갈망과 열정이 이 작은 공간에 가득 차 있다. 보석 세공에서 가장 기본 소재인 골드를 다루는 방법만 보아도 부쉐론은 그 어떤 브랜드와 비교할 수 없을 만큼 세심하고 다채롭다. 하이 주얼리 피스일수록 완성도는 타의 추종을 불허하기에 엔틱 비엔날레를 위한 작품을 파리 방돔 광장에 위치한 부쉐론 공방에서 직접 볼 수 있는 기회를 갖게 되었다는 것은 굉장한 기쁨이 아닐까 싶다. 드림 메이커, 기적의 미술사, 주얼리계의 마스터라 불리는 부쉐론은 1893년 파리 방돔 거리에 가장 처음 매장을 오픈한 주얼리다. 프랑스 보석상의 명가로 불리는 브랜드이기에 영화배우, 작가, 예술가를 비롯해 인도의 왕족과 억만장자가 주요 고객이다. 지금까지 선보인 수많은 하이 주얼리는 모두 진귀할 뿐 아니라 완성도가 뛰어나 구매자들이 쉽게 되팔지 않아 경매 시장에서도 찾아보기 어렵다. 아트와 하이 주얼리 영역에서 1960년대 이후 놓쳐서는 안 되는 행사로 자리 잡은 엔틱 비엔날레에서

는 초기부터 부쉐론의 제품을 전시했으며, 지난해 드라마틱한 작품을 선보인 테 이어 올해 역시 가장 주목받는 브랜드로 손꼽혔다. 지난 10년간 방돔 공방을 책임지고 있는 도미니크 뒤나(Dominique Dunas)는 주얼리를 만드는 것은 진정으로 인내가 필요한 일이라고 말한다. “이 일을 한 지 34년이 되었고 부쉐론 공방을 맡은 것은 10년 이상입니다. 이번 엔틱 비엔날레에서 선보일 하이 주얼리를 만들기 위해 공방의 모든 장인이 열정을 쏟았어요. 평범하게 느껴지는 작은 다이아몬드도 1시간에 겨우 7개 정도밖에 세팅할 수 없기 때문에 정말 많은 시간이 필요합니다. 부쉐론의 주얼리들은 모두 파리의 주얼리 학교를 수석 졸업한 인재들이죠. 장인이 되기까지는 졸업한 후에도 15년 이상 걸립니다. 얼마 전 30년 넘게 일한 장인이 마지막 작품을 출품하고 명예롭게 은퇴했어요. 현재 가르피에의 책임자도 이곳에서 저와 함께 일했고 반클리프 아벨 공방 책임자 역시 나와 17년간 이곳에서 일한 친구입니다. 모두 주얼리를 사랑하죠. 우리는 유대감을 가지고 일합니다. 주얼리 세팅의 기본은 어느 곳이나, 어떤 브랜드나 비슷해요. 단지 각각의 가치와 특별함, 독특한 기술을 개발하는 것인데 부쉐론은 이런 독창성이라는 측면에서 타의 추종을 불허합니다.”



최초의 방돔 주얼리 부쉐론, 여행을 떠나다
자유로운 정신에서 탄생한 부쉐론은 올해 선보인 하이 주얼리 컬렉션에 이러한 대담함을 여실히 드러냈는데, 그 주제는 바로 '레브 다이에르(Reves d'Ailleurs)'. 이국의 꿈이라는 의미의 이번 컬렉션은 머나먼 나라에서 유래된 엔틱 비엔날레의 정신과 가치를 그대로 담은 작품으로, 모험가인 부쉐론 가문에 바치는 찬사를 담았다. 방돔 광장의 첫 번째 주얼리이자 1960년대 이래로 예술과 하이 주얼리 시장을 주도해온 부쉐론은 2년 전 선보인, 마치 꿈과도 같은 컬렉션에 대한 이야기를 보다 확실히 올해 더욱 멋진 여행이라는 드라마를 쓰게 되었다. 부쉐론 파리 워크숍에서 일하는, '빛의 손이라 불리는 장인이 완성한 하이 주얼리 컬렉션은 꿈의 세계로 가는 여권과도 같다. 비엔날레 방문은 하나의 여행이 되고, 전시장은 여행의 종착지가 되는 것이다. 방돔 부티크와 공방의 이야기에서 영감을 받은 독특하고 놀라운 제품 50여 개를 보는 순간, 여행이라는 테마가 떠오른다. 여행은 항상 부쉐론이라는 브랜드의 중심에 있었다. 부쉐론 가문은 세계적으로 명성을 떨쳤고, 여행을 즐겼다. 이집트, 인도 등을 여행하며 깊은 인상을 준 것들을 파리로 들여왔고, 이 같은 일은 대를 걸쳐 계속되었기에 이번 컬렉션에 여행이라는 테마가 자연스럽게 어우러진 것이다. 이 여행 자체가 실제인지, 상상 속 여행인지는 중요하지 않다. 끊임없이 꿈을 꾸고 보물을 찾는 추억으로 변형되어 결국 제자리로 돌아오는 것을 약속하는 여행이기에, 이 컬렉션을 위해 부쉐론의 보석 컬렉션을 담당하는 로버트 티에리(Robert Thierry)는 자신의 인생과 이번 컬렉션은 매우 많은 공통점이 있다고 이야기한다. '레브 다이에르 컬렉션의 중심을 이루는 보석을 찾기 위해 긴 여행을 했습니다. 부쉐론에서 50년 동안 일한 아버지의 뒤를 이어 45

년 동안 메종의 보석 딜러로 일하고 있는데, 열정과 풍부한 경험을 통해 방돔 광장에서 보석 전문가로 남을 수 있었죠. 보석의 품질을 평가하기 위해 항상 보석이 내뿜는 빛의 퀄리티를 확인합니다. 마치 부쉐론가의 가족처럼, 고유의 역사를 가지고 있는 각각의 뛰어난 품질의 보석을 찾기 위해 내 안에 있는 모험가의 본능을 발휘하곤 합니다.” 부쉐론에 합류해 세 번째로 하이 주얼리를 선보인 크리에이티브 디렉터 클레어 슈안(Claire Choisne) 역시 “이번에 선보인 새로운 컬렉션은 부쉐론의 상징적인 모티브와 정신에 대한 작업의 세 번째 단계를 나타냅니다. 그것은 메종의 영혼을 반영한 것인데, 감성이 가득한 작품이자 비교를 넘어선 보석과 대담한 창의력이 담긴 장인 정신은 방돔 광장의 첫 번째 주얼리인 부쉐론의 가치를 보여줍니다”라고 말했다. 이러한 주얼리의 여정을 더욱 풍부하게 하는 것은 부쉐론과 협업한 적이 있는 플라워 아티스트인 아즈마 마코토(Azuma Makoto)와의 콜라보레이션. 주얼리가 전시되어 있는 부스 안을 총총히 감춘 우아한 플라워 데커레이션은 이번 비엔날레의 메인 테마인 베르사유 정원과 잘 어울리는 선택이었다. 밝은 컬러의 식물로 부쉐론 부스 전체를 세팅했는데, 어두운 색의 나무와 하얀 대리석, 하이 주얼리와 꽃의 조화는 천국의 식물원을 연상케 했다.

이번 엔틱 비엔날레 컬렉션에서 부쉐론은 마치 레드 카펫의 피날레를 장식한 여배우처럼 가장 화려하고 우아한 모습을 보여주었다. 하이 주얼리 세계에서 부쉐론은 기대를 저버린 적이 단 한 번도 없다. 주얼리가 패션의 한 부분으로 인식되는 급변하는 트렌드 속에서도 부쉐론의 정신을 기억하는 메종의 장인이 있는 한, 브랜드의 사라지지 않는 역사의 가치가 남아 있는 한 부쉐론은 영원히 최초의 방돔 주얼리의 가치를 지켜나갈 것이 분명하다. 에디터 배미진(이하 취재)

엔틱 비엔날레에서 선보인 부쉐론의 주얼리 '레브 다이에르(Reves d'Ailleurs)', 이국의 꿈을 위한 5개의 테마

- 1 트레조 드 페르스(Tresor de Perse, 페르시아의 보석)** 1930년 루이스 부쉐론은 이란의 수도 테헤란을 여행했고, 이란 정부는 페르시아 보물의 가치를 평가하기 위해 방돔 광장의 주얼리 중에서 부쉐론을 선택했다. 투명한 록 크리스탈을 통과한 2개의 다이아몬드 줄은 2개의 완벽히 매치 세트 카보숑 컷 사파이어와 중앙에서 만났다. 다이아몬드는 원뿔 모양의 크리스탈을 있고, 미치 사파이어를 베어는 거울처럼 보인다. 희귀한 카보숑 컷 사파이어를 사용한 트레조 드 페르스 네크리스는 이번 컬렉션의 키 아이템이다. **2 리브 뒤 자롱(Rives du Japon, 일본의 강)** 일본 에도 시대의 예술가 호쿠사이(Hokusai)의 작품에서 영감을 받은 컬렉션이다. 일본은 메종에 오랫동안 영감을 주었는데, 1910년 아키히메에는 일본에서 영감을 받은 풍경이 묘사되어 남아 있다. 일본 문헌 속 피라도서 영감을 받은 이 컬렉션의 메인 네크리스는 34년간 방돔 부쉐론 공방에서 일했던 장인이 마지막으로 만들었기에 더욱 의미가 깊다. **3 스피렌뒤르 드 루시(Splendeur de Russie, 러시아의 영광)** 메종 부쉐론이 1897년 모스크바에 부티크를 오픈했을 때, 로마노프(Romanov) 왕조의 파리 메종의 고객이었을 만큼 러시아와 부쉐론의 관계는 각별했다. 풍요로웠던 과거에 대해 경의를 표하며 러시아의 장엄한 풍경과 얼음의 광채에서 영감을 받은 네크리스를 통해 자연의 아름다움에 대한 찬사를 담았다. **4 플뢰르 데 앙드(Fleur des Indes, 인도의 꽃)** 열정적인 마히라자, 특별한 에메랄드, 전혀 없는 화려함이 어우러진 드라마틱한 컬렉션. 인도는 부쉐론 역사의 핵심이다. 부쉐론 창립자는 인도 여행을 통해 많은 영감을 얻었고 화려한 아이템을 프랑스로 들여오기도 했다. 1928년 피타팔라(Paital)의 마히라자(왕은 부쉐론을 제작해달라고 요청했는데, 이것은 방돔 광장 역사상 가장 큰 규모의 주얼리를 주문한 것이기도 하다. **5 핑스 드 진(Pinceau de Chine, 중국의 붓)** 캘리그래피(서예)는 고대 중국 예술의 우수성을 나타낸다. 서예는 최소한의 행위로 많은 의미를 담고 있기에 이번 컬렉션에 매우 중요한 영감을 주었다. 강렬한 힘을 지닌 마법의 붓은 곧 컬렉션이 보여주고자 하는 메시지로 저체다. 핑스 드 진 제품은 이 순수함과 마법을 기념하며 물방울 형태의 록 크리스탈과 매트한 마티모로 다시 태어났다.

1 아즈마 마코토의 장래에미 선배 순수한 보석의 꽃으로 꾸민 엔틱 비엔날레의 부쉐론 부스 전경. **2, 3** 이번 하이 주얼리 컬렉션의 하이 라이트인 '트레조 드 페르스(Tresor de Perse)' 네크리스와 링. 카보숑 컷 사파이어와 록 크리스탈이 놀라운 광채를 선보인다. **4** 베르사유 정원을 그려 재현한 엔틱 비엔날레 전시장의 부쉐론 부스. **5** 실제 인도 마히라자의 타반 장식으로 사용되던 에메랄드를 메인 스톤으로 세팅한 부쉐론의 플뢰르 데 앙드(Fleur des Indes) 네크리스. **6** 빛이 통과하도록 고안한 마디오브릴 소재로 수련의 꽃잎을 만든 '넵페(Nymphaea)' 컬렉션 브리올레 링. **7** 놀라운 반짝임으로 록 크리스탈을 피네 다이아몬드를 세팅한 부쉐론의 컬렉션. **8, 10, 13** 물수레에서 영감을 얻은 창의적인 디자인의 '리코셰(Ricochet)' 하이 주얼리 네크리스. 본라해서 브로치로도 활용할 수 있다. **9** 부쉐론의 새로운 동물 컬렉션에 추가된 신비로운 물고기 모티브의 '아미(Ami)' 브로치를 세팅하는 모습. **11** (왼쪽부터) 이번 엔틱 비엔날레를 이끈 부쉐론의 CEO 피에르 부이스와 크리에이티브 디렉터 클레어 슈안, 플로라스트 아유마 마코토. **12** 영동한 물방울에서 영감을 얻어 탄생시킨 '조이(Joy)' 링. **14** 서예에서 영감을 얻은 순수한 보석의 '캘리그래피(Calligraphique)' 네크리스. **15** 오발을 사용해 환상적인 분위기를 선사하는 '인디안 팔리스(Indian Palace)' 링.

