

MONTBLANC



Montblanc  
Heritage Chronométrie  
and Hugh Jackman

몽블랑 헤리티지 크로노메트리와  
휴 잭맨

Crafted for New Heights

In homage to the European explorer and his need for utmost precision, Montblanc pays special tribute with the Montblanc Heritage Chronométrie Quantième Complet Vasco da Gama Special Edition featuring a full calendar and a blue lacquered constellation around the moon phase, which shows the exact same night sky above the Cape of Good Hope as Vasco da Gama observed it in 1497 on his first journey to India. Visit [Montblanc.com](http://Montblanc.com)



Style **1** 조선일보

SEPTEMBER 2015  
vol.129



Sulwhasoo



# BVLGARI

ROMA

SERPENTI



Publicis Etn'ous

FLÂNEUR FOREVER



에르메스 코리아  
02 542 6622  
Hermes.com



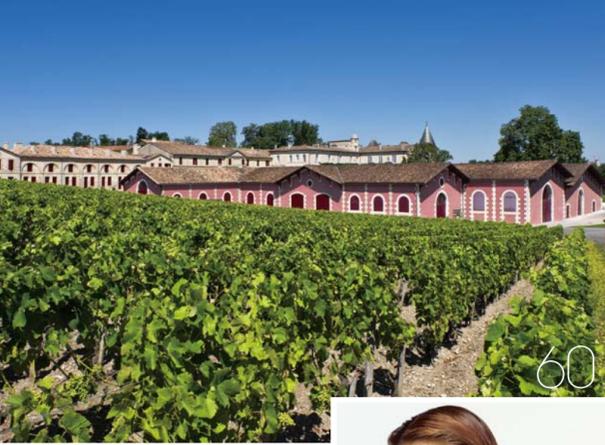
# OMEGA



*Ladymatic*  
NICOLE KIDMAN'S CHOICE



신세계 강남점 · 롯데 잠실점 · 현대 무역센터점 · 현대 목동점 · 현대 판교점 · AK플라자 분당점 · 현대 대구점 · 현대 부산점 · 청담 부티크(리뉴얼 중)



60

55



표지에 등장한 제품은 설휄수 자여진 에센스다. 50여 년에 이르는 설휄수의 인심 연구와 뛰어난 캡슐화 기술력이 응축된 인삼 캡슐, 진세노사이드 어"를 이용해 피부 탄탄력을 높였다. 미세한 막을 형성해 피부를 보호하고, 인삼 사보닌 성분이 피부 재생과 진피의 콜라겐 합성을 촉진해 피부를 매끄럽고 탄탄하게 잡아준다. 문의 080-023-5454



40



14

- 18 **웨어러블의 미학, 스마트는 감추고 감성을 살린다** 디지털 시대에 누가 승자가 될지는 누구도 알 수 없다. 하지만 한 가지는 분명해 보인다. 날카로운 '스마트함'은 은근하게 감추고 유채하며만큼 즐겁고 편안한 감성을 내세우는 전략이 소비자의 감성을 자극한다는 점이다.
- 20 **PERFECT SPACE** 시계 마니아를 넘어 칼럼니스트로 진정된 시계의 가치를 깨닫게 해줄 공극의 워치 브랜드 4.
- 22 **SIMPLY BEAUTIFUL** 손목의 아름다운 선을 극대화하는, 인목 있는 특별한 여성을 위한 페미닌 워치 컬렉션.
- 24 **THE BEST WRITING** 잉크의 번짐이 주는 멋스러움, 종이에 써 내려갈 때 느껴지는 촉감과 리드미컬한 소리, 만년필이 좋은 이유다.
- 26 **DREAM CREAM** 최고의 크림이 가져다주는 아주 특별한 경험.
- 28 **FALL IN BAGS** 율가를 당신의 스타일링을 업그레이드해줄 뉴백 컬렉션을 주목하라.
- 32 **FOREVER ELEGANT** 깊이 있는 컬러, 럭셔리한 디테일과 소재를 가미해 새롭게 선보이는 랄프 로렌의 '뉴 티핀(New Tiffin)' 백.
- 34 **MASCULINE CHIC** '보이·프렌드(Boy·friend)'라는 인상적인 이름의 새로운 시계. 남성적인 모티브에서 영감을 얻어 팔각형 케이스로 시크하게 완성했다.
- 36 **SO FANCY** 그래픽의 컬렉션은 각 보석을 뚜렷하게 표현하면서도 보석들 간 미묘한 움직임에도 신경 쓰는 완성도를 뽐낸다.
- 38 **TIMELESS CLASSIC** 마스트 해브 아이템으로 부상하고 있는 델보(Delvaux)의 2015 F/W 프레젠테이션 현장.
- 40 **ALREADY AUTUMN** 새로운 시즌을 일러는, 빅 하우스의 2015 F/W 기록을 입은 모델들이 우리 앞에 섰다.
- 48 **ITALIAN ELEGANCE** 최고의 퀄리티에 대한 고집으로 까다로운 VIP들의 마음을 사로잡은 파비아나 필리피의 특별한 스토리.
- 50 **SMART LIFTING** 피부 운영을 바꿔줄 '샤넬 리프트 컬렉션'이 율가를 더욱 강력해진 라인업으로 모습을 드러냈다.
- 52 **PRIME KNIT TIME** 당신의 멋진 스완을 더욱 돋보이게 하는 건 바로 면스웨어의 프리미엄 니트 웨어 '프라임 니트' 컬렉션이다.
- 53 **TIME FOR BLACK TEA** 프레쉬(Fresh)의 블랙티 마스크 듀오가 당신의 피부를 위한 티 타임을 제안한다.
- 54 **THE BEST ANGLE** 뜨거운 도시상하이에서 열린 에스티 로더의 뉴 디렉션 3D 케어 컬렉션 론칭 행사장.
- 55 **SUPER ANTI-AGING** 소신 있게 자신들의 제품을 더욱 강화하기는 브랜드 클리안스가 7세대 수퍼 레스톰러티브를 공개했다.
- 56 **EDITOR'S PICK** 본격적인 인티에이징의 계절, <스타일 조선일보> 기자들이 선택한 뷰티 아이템을 눈여겨보자.
- 57 **THE FATAL ADDICTION** 2015 뉴 디올 아트워크 린스틱 글로벌 프레젠테이션과 피터 필립스와의 인터뷰.
- 58 **대중 문화는 왜 미술관으로 갔을까?** 대중매체가 대량생산한 대중문화가 국내외 미술관의 초대를 받고 있는 이유는 무엇일까?
- 60 **전통과 혁신의 와인, 사토 라피트 로칠드** 그랑 크뤼 클라세 와이너리로 불리는 사토 라피트 로칠드 방문기.

# Style 조선일보

Issue.129 September 2015



FENDI.COM

# FENDI

대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com  
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com  
 패션 - 뷰티 디렉터 | 배미진 mjjin@chosun.com 에디터 | 권유진 yjkwon@chosun.com  
 에디터 | 김지혜 jhye@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com 교열 | 이정현  
 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com  
 조통일 ci@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 · 재판 | 서빛 그래픽스  
 인쇄 | 타라타피에스 발행처 | (주)스타일조선 서울시 용산구 서빙고로 413 현대 하이패러온 비즈니스센터 110호  
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529



stylechosun.com

<스타일 조선일보> 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트를, 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

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 각주 두 번 발행합니다.  
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다.

**Jewel SWEET CANDY**

투명한 사랑 같은, 눈길을 사로잡는 매력적인 파스텔 컬러 주얼리.



포토그래피 박민주

(왼쪽부터 시계방향으로) 두 마리 나비가 손가락 사이로 날아다니는 듯한 투바클라이트 핑크 사파이어 링 3천원, 백만원대 반올림 다이아몬드 핑크 골드 에디션 컬러 카네이션을 닮은 이클라드 드 카르파에 네크리스 2백50만원대 카르파에, 장수와 부귀를 상징하는 거북을 형상화한 오너 로즈리츠 펜던트 1천원, 연대 부세, 투명한 블루 토파즈가 매력적인 세로방 링 2백40만원대 루시에, 핑크와 옐로 사파이어, 다이아몬드가 화려한 꽃잎을 연상케 하는 페탈 링 9백20만원대 타사키, 오프 화이트 코랄로 부채 모티브를 완성한 다바 컬렉션 2백만원대 볼가리, 에디터 배미진

**Fashion THE POWERFUL ENCOUNTER**

고가의 디자이너 제품을 좀 더 합리적인 가격에 구입할 수 있고, 가격에 한계없이 사는 단어가 불연속도 모르게 지갑을 열게 된다. 특히 남들과 다른 아이템을 가지고 있을 때의 뿌듯함이란 칼라베이션이 아고사야 경험하기 힘들다. 이러한 이유로 핫한 만남을 소개한다. 최근 스냅샷 CEO 에반 스파겔과의 로맨스로 인터넷을 장식한 미란다 카와 스와로브스키가 특별한 컬렉션을 공개했다. 그녀가 중요하게 생각하는 사랑, 기쁨, 행복 등을 상징하는 6개의 주얼리 라인 '듀오 컬렉션'이 그것으로 미란다 카가 직접 디자인해 의미를 더한다. 머리부터 발끝까지 모든 것이 이슈가 되는 그녀답게 주얼리 역시 이목을 집중시키지 않을까. 얼마 전 내한 공연을 마친 퍼펄 윌리엄스도 이디다스 오리지널스와 손잡고 운동화 슈퍼스타 디자인을 맡았다. 이번 프로젝트는 퍼펄 윌리엄스 외에도 세계적인 아티스트 4인이 함께했다. 설치 미술가 토드 제임스, 건축가 자하 하디드, 컨템퍼러리 예술가 MR, 포토그래퍼이자 아티스트인 카스 버드까지 쟁쟁한 라인업을 자랑한다. 이들의 개성이 살아 있는 슈퍼스타는 스트리트 패션을 또 한 번 리드할 예정이다. 이외에도 라이프 웨어 브랜드 유니클로와 에르메스 전 디자이너 크리스토퍼 르메르가 만났다. 그의 레이블인 르메르는 자연스럽고 세련된 스타일로 유니클로와 만나 일상생활에 유용한 아이템을 우아하게 선보일 준비를 마쳤다. 해마다 유명 디자이너와의 협업으로 다음 주인공은 누구일지 궁금증을 불러일으키는 H&M은 다음 타자로 발랑을 선택했다. 젊고 유능한 디자이너 올라비에 루스텔이 선보일 컬렉션은 인스타그램을 통해 이미지가 일부 공개되어 인터넷을 뜨겁게 달궜다. 이제 매장에 컬렉션을 선보이는 11월, 제품을 사기 위해 또 한 번 새벽부터 줄을 서는 광경이 펼쳐질지 모를 일이다. 에디터 김지혜



유니클로 이디다스 오리지널스



**Beauty SUPREME GRAINS**

곡물이 무르익어가는 계절이다. 밤 한 그릇이 보약이라는 말이 있듯 건강한 평의 기운을 받은 각종 곡물엔 건강에도, 피부에도 좋은 다양한 영양소가 가득 들어 있다는 사실. 평소 피부가 예민하고 볼썽볼썽 뽀루지가 모습을 드러낸다면 피부 본연의 건강함을 되찾고 피부 면역력을 키워주는 곡물 성분 화장품에 주목할 것.

(왼쪽부터 시계방향으로) 전작기 말기 라이스 보디 스크럽은 자칫 건조한 피부가 건조해지고 피부에 유해한 영양 성분을 공급한다. 스크럽 후에 피부가 건조해지지 않도록 온온한 라이스 스킨 워시 파우더를 꾸준히 발라주는 것이 핵심이다. 200ml 5만9천원. 30년 넘게 꾸준히 사랑받아온 워터 에센스, SK-II 페이스 트리트먼트 에센스는 곡물로 술을 제조하던 나이 든 주조사의 손이 아가 지루한 부드럽고 곱다는 사실을 발견한 데서 비롯된 독자적인 효소 성분 파우더를 90% 이상 함유했다. 파우더, 피부 톤, 탄력, 관제 등을 개선해 피부 본연의 건강한 리듬을 되찾아 주고 투명한 피부로 가꾸준다(75ml 9만9천원). 별도의 메이크업 리무버를 쓰지 않고도 메이크업과 피부에 쌓인 노폐물을 자극 없이 깨끗하게 제거하는 페이스 트리트먼트 클렌저의 핵심 성분은 바로 콩이다. 콩에 함유된 풍부한 이소플라본 성분은 수분 보유력과 피부 탄력을 높이고, 항산화 성분과 피토키미컬 성분이 피부를 보호해 세안 후에도 피부가 말라지 않고 촉촉하다. 자국이 없고 순해 어떤 피부 타입에도, 남녀 모두 만족하며 사용할 수 있을 것(150ml 5만7천원). 비비 브라운 여사가 사랑하는 천연 각질 제거제로 알려진 비비 브라운 바밤 그라인과 페이스는 일본 아즈키 콩으로 만든 천연 제형으로 피부의 각질을 부드럽고 완벽하게 제거한다. 아주 고온 곡물 파우더로 민감한 피부에도 안심하고 사용할 수 있으며 다른 클렌저와 섞어 마사하면 더욱 부드러운 감촉을 느낄 수 있다(28g 5만5천원). D28 인티 디크니스 화이트 세럼 by 펠트로는 원두콩 단백질에서 추출한 글리세롤 활성화 성분을 함유해 피부의 탄력과 주름을 정상화하고 탄력 강화에 도움을 주는 인티 에이지 세럼. 수분을 흡수하고 촉촉한 사용감을 선사하는 것은 물론 미백 기능성 성분을 함유해 피부 톤을 맑게 가꾸준다. 피라벤, 미세알 오일 등 피부에 유해한 성분은 모두 배제한 건강한 세럼이다(30ml 3만4천원). 에디터 권유진

**INSIGHT**

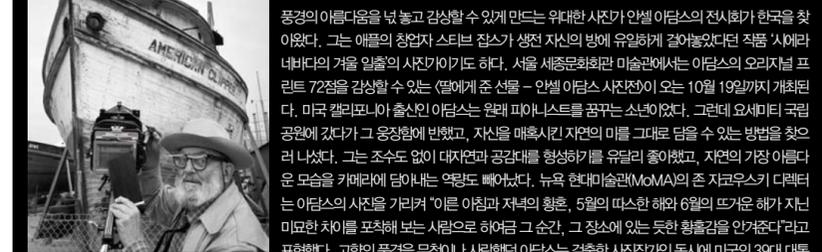
편집부가 엄선한, 국내 및 해외에서 각광받는 이들의 최신 트렌드 & 주목할 만한 소식들.

**Living 도심 속의 녹음과 문화적 상상력을 즐길 수 있는 공간, 퀸마마켓**

일상에 대체로운 윤기를 더해주는 이색 공간이 도심 한복판에 생겼다. 디자인 미학과 실용성을 겸비한 가드닝 제품을 접할 수 있는 리빙 슿, 패션 부티크와 아트 전시장, 카페 등을 아우른 '퀸마마켓(Queenmama Market)'이 지난 8월 중순 서울 도산공원 골짜기에 모습을 드러냈다. 디자이너 윤한희 대표가 운영하는 이 건물은 아반 그린 라이프(urban green life) 문화 공간이라는 콘셉트에 걸맞게 도산 공원의 녹음을 즐길 수 있을 뿐 아니라 자연 친화적인 인테리어를 뽐낸다. 지하 1층은 정원 가꾸기 애호가들이 환영할 만한 가드닝 제품과 식기와 함께 아우러져 있고, 지상 1층은 아티스트와 디자이너의 재능을 담은 커뮤니티 플랫폼으로 활어했다. 이곳에서는 다양한 형태의 칼라베이션 전시를 선보일 예정인데, 개관전으로는 식물을 오브제 삼아 슈퍼마켓에서 필요한 물건을 손쉽게 구매하듯 부담 없이 편안하게 식물을 고를 수 있는 접근 방식을 제안하는 <SUPER+GARDEN>이 열리고 있다. 또 매지진 층에서는 캔들, 디퓨저, 향수 등 세련된 감각의 향(香) 제품을 다양하게 접할 수 있다. 2층에서는 대한민국 패션 트렌드를 이끈 디자이너 강진영이 7년간의 공력을 깨고 제안하는 'GENE KEI' 브랜드를 만나볼 수 있다. 3층은 가변적인 마켓을 지향하는 공간인데, 퀸마마켓의 PB 브랜드인 'QMM STUDIO', 그리고 퀸마마켓에 참여한 아트 디렉터, 디자이너들이 직접 꾸민 슿과 해외에서 들어온 대체로운 제품이 공존한다. 온실 구조로 돼 있다는 4층으로 향하면 따스한 기온과 함께 기분 좋은 커피 향이 코를 찌른다. 연남동에서 핸드드립 커피로 잘 알려진 매뉴팩처(Manufact)의 커피 맛을 즐길 수 있다. 날씨 좋은 날이면 한눈에 들어오는 도산공원의 이쁨다음과 함께 질 높은 커피를 즐기는 여유를 품기에 안성맞춤이다. 에디터 고성연



**Exhibition <떨에게 준 선물 - 안셀 아담스 사진展>**



풍경의 이쁨다음을 낚 놓고 감상할 수 있게 만드는 위대한 사진가 안셀 아담스의 전사회가 한국을 찾아왔다. 그는 애플의 창업자 스티브 잡스가 생전 자신의 방에 유일하게 걸어놓았던 작품 '시메라 벤틀리의 겨울 일출의 사진'이기도 하다. 서울 세종문화회관 미술관에서는 아담스의 오리지널 프린트 72점을 감상할 수 있는 <떨에게 준 선물 - 안셀 아담스 사진展>이 오는 10월 19일까지 개최된다. 미국 캘리포니아 출신인 아담스는 원래 피아니스트를 꿈꾸는 소년이었다. 그런데 오세미티 국립 공연장에 갔다가 그 웅장함에 반했고, 자신을 매혹시킨 자연의 미를 그대로 담을 수 있는 방법을 찾아나섰다. 그는 조수도 없이 대자연과 공감대를 형성하기를 우릴리 좋아했고, 자연의 가장 아름다운 모습을 카메라에 담아내는 역량이 배어났다. 뉴욕 현대미술관(MoMA)의 존 자코우스키 디렉터는 아담스의 사진을 가리켜 '이름 아담과 자연의 황홀, 5월의 따스한 해와 6월의 뜨거운 해가 지닌 미묘한 차이를 포착해 보는 사람으로 하여금 그 순간, 그 장소에 있는 듯한 황홀감을 안겨준다'라고 표현했다. 고향의 풍경을 무척이나 사랑했던 아담스는 걸출한 사진작가인 동시에 미국의 39대 대통령 후보이기도 했다. 그의 천연기념물이라고 불렀을 정도로 자연을 지키는 데 앞장선 환경보호가이기도 했다. 루스벨트 대통령에게 요세미티를 국립공원으로 지정하고 자취 리조트가 될 뻔한 그랜드 캐니언을 그대로 유지할 수 있었던 데는 그의 공이 컸다고 전해진다. 이처럼 풍경의 아이콘처럼 유명해지고 해서 인물 사진을 찍지 않은 건 아니었다. 이번 전시에서도 그가 존경했던 리얼리즘 사진가 앨프리드 스티리츠와 그의 아내로 당시 미국 최고 여류 화가였던 조지아 오키프를 함께 담은 작품을 비롯해 그의 흥미로운 인물 사진도 볼 수 있다. 에디터 고성연

**TYE SHERIDAN PRADA**



PRADA.COM TEL: +822 3445 2325



안다건 핑크 컬러의  
레트로 선글라스  
33만원 카렌 워커  
by 울타갈 더블유.

주얼 장식의 플러워 이어링  
40만원대 마우미유.

포근하고 사랑스러운 시어링 피카부 클러처. 33X25cm, 5백6만원 밴디.

아우 모티프의 백 캣  
가죽 미정장포츠

파스텔 핑크  
컬러의 플러워  
아우 장식  
90만원대  
에르메스.

앞코의 주얼 장식이 돋보이는  
로맨틱한 레이스 슈즈 1백39만원  
올채엔가버나.

반짝이는 주얼  
장식 프린트가  
유니크한 코트  
2백8만원  
블루걸.

양중맞은 미니  
사이즈의  
케이스와 베젤의  
다이아몬드,  
라벤더 스트랩이  
우아하면서도  
사랑스러운 룩진  
미니 워치  
1백만원대 룩진.

# for her Selection

이번 시즌 런웨이를 물들인 컬러는 바로 파스텔이다. 솜사탕같이 달콤한 파스텔컬러와 한 톤 다운된 기을 무드의 파스텔컬러가 여심을 사로잡을 준비를 마쳤다. *photographed by kim do hyun*

우아한 플러워 라인의  
디자인에 영롱한  
빛의 타이츠와 그란  
사피어를 세팅한  
러플 네크리스  
가격 미정 타사키.

파스텔 그린과 블루 컬러의 그레데이션이 멋스러운  
스터드 장지갑 1백7만원 크리스찬 루부탱.

리본 장식과 뒷공의  
크리스탈 장식이  
로맨틱한 파파용 드 뉴  
스피어 보우  
샌들 1백90만원대  
로저 비비에.

식모드 여행에서 마주한 전통  
차조기(찻잔)이 컵에서 영감을 얻은  
패턴을 디자인 7만 5천 원대 에르메스.

슬림한 라인에 여성스러운 핑크 컬러의 베젤이 특징인  
민첩함 32만원 그레데이션가버나.

세련미와 우아함  
에르메스 아메리, 백미 에디터 퀴유진

로고 패턴이 눈에 띄는  
파스텔 블루 컬러의 미니 백,  
20X17cm, 1백8만원 N°21.

다음 가방의 버블  
장식에서 영감을 얻은  
백글 1백20만원대  
타사키.

러플리한 러플 장식과 네크라인의 퍼 리본  
디테일이 매력적인 실크 드레스 5백31만원 구찌.

- 구찌 1577-1921
- 밴디 02-2056-9022
- 토즈 02-3438-6008
- 마우미유 02-3218-5331
- 타사키 02-3461-5558
- 올채엔가버나 02-3444-0077
- 블루걸 02-6905-3447
- 에르메스 02-544-7722
- 크리스찬 루부탱 02-6905-3795
- 로저 비비에 02-6905-3370
- 룩진 02-3149-9532
- 다들 02-3480-0104
- 울타갈 더블유 02-522-4343
- 그라폰 파버카스텔 02-712-1350
- N°21 02-3449-5946

# TASAKI

balance



for him  
**Selection**

화이트 컬러를 한 방울 더하면, 남자의 스타일은 한결 부드럽고 달콤해진다. *photographed by yum jung hoon*

추상적인 플라워 모티프의 핑크 니트 70만원대 라프 시몬스 by 무이.

화이트 프레임 선글라스 47만원 드리스 반노론 by 분더샵.

베이션 디자인의 베이지 토트백. 30x40cm, 1백70만원 로에베.

투톤 블루 컬러의 사파이는 벨트 50만원대 프라다.

화이트 별 모티프의 피어싱 75만원 지방시.

나폴리 베이션 모티프 컬러의 배스 고글스 47만원 로에베 by 란스미어.

사우스웨스트 웨스턴 스타일의 타이 49만원 카를.

우아하고 클래식한 디자인의 핑크 골드 & 스틸 버전 클레드 카르띠에 40mm 워치 1천1백70만원대 카르띠에.

달콤한 파스텔 핑크와 블루 컬러가 조화를 이룬 스니커즈 80만원 발렌티노.

플라워 패턴 보타이 20만원대 에르메스.

햇빛이 비쳐 이쁜거리는 꽃 그림자를 연상케 하는 아름다운 패턴의 셔츠 1백28만원 브리오니.

베이지 스트랩의 애플 워치 49만원 애플.

멀티 컬러 패턴의 펜 1천9천원 아르메 by 아르메.

자연스럽게 물들 듯 그레데이션 컬러가 엿스러운 니트 87만5천원 마르니 by 룬.

- 룬 02-548-4504
- 지방시 02-517-7560
- 무이 02-3446-8074
- 애플 080-330-8877
- 분더샵 02-3444-3300
- 프라다 02-3442-1830
- 로에베 02-6911-0790
- 카르띠에 02-6905-3787
- 란스미어 02-542-4177
- 발렌티노 02-6905-3610
- 에르메스 02-544-7722
- 마이본 02-6947-1270
- 브리오니 02-6905-3760
- 카르띠에 1566-7277

www.brunellocucinelli.com



BRUNELLO CUCINELLI

브루넬로 쿠치넬리 청담 전문점 / 신세계백화점 본점, 강남점, 센텀시티점  
현대백화점 압구정본점, 무역센터점, 목동점, 판교점, 대구점, 부산점 / 갤러리아 EAST  
롯데백화점 에비뉴엘, 대구점 / AK플라자 분당점



# 웨어러블의 미학, 스마트는 감추고 감성을 살린다

손목시계가 주로 시간을 확인하는 기능에 충실한 기기 역할을 하거나 '애플' 수준의 고가 장신구로 대접받던 일종의 '양극화 시절'이 있었다. 하이엔드 위치의 상징처럼 여겨지는 베이 드 인 스위스 시계의 중저가 시장점유율은 1980년대 초반 해도 '0'에 가까운 한 자릿수였을 정도로 극히 미미했다. 잘 알려져 있듯 일본 쿼츠 시계의 부상으로 절체절명의 위기에 처한 스위스 시계 산업의 운명을 극적으로 바꾸어놓은 주인공은 지금 우리에게 친숙한 브랜드 스와치(Swatch)였다. 1983년, 경영 컨설턴트 출신으로 훗날 스와치 그룹의 수장이 된 니콜라스 하이에크는 플라스틱 재질에 감각적인 디자인을 입혀 중저가 쿼츠 시장을 공략하고 나섰다. 그가 선보인 신제품 라인업은 일본 시계업체가 점령하고 있던 쿼츠 시장의 제품과는 엄연히 달랐다. 그저 손목에 차는 기기가 아니라 패션 액세서리로서의 시계였기 때문이다. 이 같은 혁신은 '최초가 될 수 없다면, 최후가 될 수 있는 영역을 개척하라'는 그 유명한 마케팅 불변의 법칙이 자연스럽게 연상되는 승부수이기도 하다. (디퍼런트)의 저자 허버트 드경영대학원 문명미 교수는 스와치처럼 차별화를 이룬 브랜드를 가리켜 기존 카테고리들 벗어나지 않으면서도, 최대한 가장자리에 가까이 위치한 채 그 경계선을 끊임없이 무너뜨리는 '일탈(breakaway) 브랜드'라 칭했다. 문 교수의 설명처럼 하이에크는 메이드 인 스위스를 저가형 쿼츠 시계에 속하면서도 패션 아이템의 경계에 걸친 새로운 카테고리에 포함시키는 '일탈의 모험'으로 엄청난 성공을 거뒀다. 구체적으로는 디자인에 팝아트 같은 예술적 감성을 접목하는가 하면, 패션 브랜드처럼 시즌별로 새 컬렉션을 선보였고, 부티크나 스와치 전문 매장에서 판매했다. 올해 전 세계를 강타한 애플 워치는 여러모로 30여 년 전의 시계 패권 다툼을 떠올리게 한다. 웨어러블 디바이스(스마트 워치)라는 카테고리에 속하면서도 '트렌디한' 패션 액세서리로서의 면모를 더 강조한다는 점에서 그렇다. 애플 워치의 등장으로 웨어러블 기기의 시장 외연이 확대될지, 전통 시계 시장의 파이를 갉아먹을지, 카울지 혹은 '스마트 패션 액세서리'라는 신종 카테고리가 성장할지 등의 이슈를 복잡다단하게 얽혀 있는 이해관계자들이 예의 주시하고 있다.

## 애플 워치는 스마트 시장의 스와치가 될 수 있을까?

특유의 세련됨이 묻어나는 데다 시계꼴을 바꿔 끼울 수 있는 다채로운 디자인에 수습만원대부터 1천만원대가 넘는 다양한 가격대의 라인업을 갖춘 애플 워치는 큰 파장을 일으켰다. 어차피 스위스 명품으로 여겨지는 아름다운 기계식 워치는 애초에 경쟁 카테고리가 아니었지만, 중저가 시장이라면 얘기가 좀 달라진다. 미국 전통 시계 시장의 경우, 올봄 애플 워치가 나온 이래 판매량이 줄어들었고, 스위스 손목 시계의 해외 시장 수출량이 떨어졌다는 통

계도 나왔다. 하지만 충격은 일시적이라는 얘기도 들린다. 일례로 중저가 라인부터 초고가 하이엔드 라인까지 빠짐없이 보유한 세계 최대 시계 수출업체 스와치 그룹은 전체적으로는 건재한 실적을 기록했다(2015년 상반기 매출이 전년 동기 대비 증가했다는 발표가 나왔다). 누군가의 주장처럼 어차피 패션 액세서리로든 웨어러블 디바이스로든 시계에 대한 관심 자체가 커지고 있는지도 모른다. 허버트대 라이언 라파엘리 교수는 애플 워치 덕분에 젊은 층이 시계 차는 습관을 갖게 되고, 이들이 나이가 들면서 점점 스위스 명품 시계로 갈아탈 것이라는 예측을 내놓기도 했다. 그러나 기억해야 할 사실이 있다. 애플 워치는 지금껏 세상에 나온 그 어떤 스마트 워치보다 성공적으로 데뷔했고, 아직 1세대에 불과하다는 점을 감안하면 이 성공은 꽤 고무적이다. 특히 '똑똑하기까지 한 패션 시계로서의 기능성을 보여줘 트렌드세터들을 열광하게 만들었다. 그동안 많은 스마트 워치들이 다소 무박하거나 나 찻단 기가이라는 느낌을 물론 풍겼다면 애플 워치는 '잘빠진' 시계 같다. 이처럼 패셔너블한 면모에 대한 호응을 계기로 하이테크 기업이든 전통 시계업체든 '스마트' 요소를 품고 있으면서도 겉으로는 첨단 디바이스처럼 보이지 않는 카펠레온의 미덕을 갖춘 시계를 보다 신중하게, 그러면서도 야심 차게 내놓을 태세를 취하는 듯하다. 애플이 스마트 워치의 경계를 패선으로 확장했듯 상당수 패션 시계 브랜드는 일부 스마트 기능을 시계의 미학을 해치지 않는 선에서 제품군에 포함시키는 움직임에 보이고 있는 것. 근거리 무선통신(NFC) 기능을 탑재해 간편 결제를 할 수 있으면서 매일 충전하지 않아도 되는 스와치가 나올 것으로 기대된다. 또 삼성 전자는 사카 디자인 대신 패션 시계 느낌이 강한 원형 디자인에 베젤(테두리)을 돌려 기능을 실행하는 기어S2를 선보일 예정이다. 패션과 IT가 서로에게 다가가면서 손목 위를 둘러싼 경쟁은 한층 치열해지는 양상이다.

## 핏비트(Fitbit)를 필두로 한 웨어러블 밴드, 손목 위를 점령한 또 하나의 매력

경계제의 세계적인 석학 마이클 포터는 자동화, 인터넷에 이어 IT가 주도하는 세 번째 혁명의 물결이 다가오고 있다면서 강력한 소프트웨어와 칩, 무선 네트워크 덕분에 IT가 제품 자체의 핵심적인 부분으로 자리매김하는 '스마트, 커넥티드 기기'의 시대를 맞이하고 있다고 했다. 오랫동안 많은 이들이 '스마트 세상을 외쳐대기는 했지만' 이제야 기술적으로, 그리고 경제적으로 스마트 기기를 우리의 현실적인 삶에서 구현할 수 있는 환경이 갖춰졌기 때문이라는 것이다. 요즘 웨어러블 제품이 관심을 받는 이유는 사물인터넷 시대에서 휴대폰을 제외하면 우리에게 삶에 가장 밀접하게 사용할 수 있는 일상의 물건이기 때문일 것이다. 손목시계가 다가 아니다. 걸음 수, 칼로리 소모량, 수면 모니터링 등 피트니스 기능을 간편하

한글  
어디까지나

게 누릴 수 있는 스마트 밴드도 나름의 전문 영역을 다져나가고 있다. 특히 오바마 대통령도 착용한다고 알려진 웨어러블 밴드의 선두 주자 핏비트(Fitbit)는 지난 6월 기업 공개(IPO)를 성공적으로 단행했다. 웨어러블업계 최초의 뉴욕 증시 상장이었다. 또 핏비트는 웬만한 피트니스 기능까지 갖춰 인근 경쟁자도 여겨졌던 애플 워치의 위세 속에서도 지난 2분기 4백50만 대를 판매하는 실적을 거뒀다. 여기에 중국의 샤오미도 추격자로 나서고 있다. 샤오미는 휴대폰에 이어 스마트 밴드 영역에서도 저가의 이점을 내세워 무섭게 기치를 올리고 있다. 점점 많은 이들의 손목 위를 차지하고 있는 웨어러블 밴드만의 매력은 무엇일까? 일단 아무래도 시계보다는 훨씬 가벼운 데다 충전을 자주 하지 않아도 된다는 장점이 있다(최신 제품인 '핏비트 차지 HR' 같은 경우 충전식 배터리가 5일 정도 지속된다). 스마트 워치가 소형 컴퓨터 같은 출중한 기능을 뽐내는 것처럼 스마트 밴드도 나름의 전문성을 내세우기도 한다. 예를 들어 걷기 같은 간단한 활동을 모니터링하는 수준에서 나아가 24시간 지속적으로 심박 수를 체크해주며, '운동 중'과 '안정된 상태'에서의 심박 수를 따로 확인해줘 운동 효과를 높여준다. 운동 시 심박 수의 경우, 세 가지(지방 연소, 심장 강화, 최대 심박) 구간으로 나눠 보여줌으로써 스스로 강도를 조절하고 보다 정확한 소모 칼로리를 산출하게 해준다. 또 잠 잘 때 뒤척인 횟수, 깨어난 횟수 등을 자동으로 체크해 수면 패턴을 파악하도록 해주는 기능도 있다. 심지어 진동 알람과 디스플레이를 통해 수신된 전화를 알려주기까지 한다.

## 유치해도 좋아! - fun, healing, empathy

하지만 아무리 기능이 출중해졌다고 해도 상대적으로 더 인기를 끄는 제품에는 뭔가 특별한 점이 있는 법이다. 사실 스마트 워치나 스마트 밴드는 휴대폰처럼 필수 불가결한 존재는 아니니까 말이다. 여기에서 혁신의 성공이란 결국 사용자 경험에 달렸다는 점을 주목할 필요가 있을 것 같다. 웨어러블 디바이스를 비로소 현실의 수면 위로 끄집어낸 애플 워치나 핏비트 같은 제품이 누리는 인기의 속성을 찬찬히 들여다보면 몇몇 공통점이 있다. 일단 브랜드 포지셔닝이 확실하다. 애플 워치는 시계인 동시에 아이폰의 리모컨 같은 역할을 하는 패션 액세서리라는 카테고리를 분명하게 드러냈고(대부분의 스마트 기능은 아이폰과 연결해야만 활용 가능하다), 핏비트도 복잡다단한 기능을 채워 넣기보다는 웰니스의 일상적인 도우미로서 이미지를 공고히 하면서 웨어러블 밴드의 장점을 집중적으로 내세웠다. 디자인 감각이 남다르다는 점은 두말할 필요도 없다. 애플은 자사의 걸출한 디자인 사령탑 조너선 아이브로도 모자라 세계적인 산업 디자이너 마크 뉴슨까지 동원해 애플 워치 디자인을 맡겼다. 예쁜 데다 스마트 워치 치고는 무게도 가볍다(알루미늄 소재인 스포츠 워치를 기준으로

25g). 핏비트 역시 가볍고 실용적이며 단순미가 묻어나는 디자인으로 소비자의 마음을 사로잡았다. 스타일리시한 팔찌 느낌은 아니지만 은근히 세련되면서도 거추장스럽지 않은 '쿨한' 액세서리로 보인다. 애플 워치나 핏비트나 '스마트+패셔너블'의 시너지를 잘 파악해 착용 시 편안하면서도 남들이 트렌디하다고 느끼는 앞서가는 감각까지 잡아내는 데 성공한 것이다. 그렇다고 해서 스마트함을 내놓고 드러내지는 않는다. 오히려 디지털 특유의 인공지능 느낌은 감추고 인간적인 감성을 자아내는 데 주력한다. 그리고 실제로 재미(fun), 치유(healing), 공감(empathy) 같은 감성 요소가 강한 매력 인자 역할을 한다. 예를 들어 애플 워치는 일상의 활동량을 여러모로 설정해놓으면 목표량을 달성했을 때 '잘했다'는 칭찬을 메시지로는 물론, 아이폰상의 꽤나 근사한 스티커 북으로 받을 수 있는데, 이러한 설정이 은근히 '다 채우고 말겠다는 심리를 부추긴다. 애플 워치 사용자들끼리 심장박동과 손 글씨를 보낼 수 있도록 한 점도 스마트를 깔고 있지만 아날로그 감성을 자극하는 요소다. '유치한' 듯 하지만 재미도 있고, 은연중에 힐링 효과도 내는 데다 서로 웃음을 주고받으며 공감 어린 소통을 이끈다. 핏비트의 경우, 게임을 활용해 운동의 즐거움을 배가시킨다. 핏비트로 실시간 측정할 걸음 수, 오른 층 수, 칼로리 소모량 등 활동량 정보를 친구들과 공유하고 경쟁을 펼칠 수 있는 '챌린지' 기능인데, 꽤 인기가 높다. 친구나 직장 동료와 팀 동료들과 챌린지를 즐기는 재미가 쏠쏠하기 때문이다. 챌린지 기능이 작동되는 동안 SNS처럼 서로 메시지를 주고받는 것은 물론이고 '약 올리기나 '응원하기' 같은 시시콜콜한 재미도 느낄 수 있다.

## 이직은 갈 길이 창창한 스마트 라이프 여정

미래학자 피터 헨센은 인류의 디지털 여정이 이제 절반을 지났을 뿐이라는 의미로 "디지털 시대의 유리잔은 절반밖에 차지 않았다"라고 주장했지만 우리네 일상을 수놓을 웨어러블 제품의 경우에는 이제 출발점을 막 떠난 수준에 있는 게 아닐까 싶다. 스마트 양복이나 안경 같은 품목을 비롯해 지금까지는 상상도 못한 새로운 카테고리의 제품이 얼마든지 일상에 스며들지 모른다. 손목이 웨어러블 시장 소비자들의 지갑을 열게 하고 있는 현시점이지만 앞으로 어떤 품목이 뜨고 질지, 어떤 브랜드가 승자가 될지 누구도 쉽게 예단하기 힘들다. 그러나 한 가지 변하지 않는, 그리고 아마도 변하지 않을 사실은 디지털 기기는 아날로그 기기든 인간은 근본적으로 따뜻한 감성을 갈구한다는 점이다. 이 같은 맥락에서 이미 30여 년 전 세계 산업의 혁신을 이룬 하이에크는 의미 있는 메시지를 던진 바 있다. "우리는 그저 소비자, 혹은 브랜드 제품을 팔고 있는 게 아닙니다. 우리는 감성적인 제품(emotional product)을 팔고 있는 겁니다." **IS** **에디터 고경현**

*Patek Philippe*

파텍 필립 셀레스타리얼 6102

파텍 필립의 리미티드 에디션은 스텐필은 사람들이 구매할 수 있다고 이야기 할 정도로 시계 마니아들에게는 절제적인 브랜드다. 1백76년의 긴 역사, 하이엔드 워치 메이킹의 최정수인 제작비를 근간으로 하는 워치 브랜드를 대표하는 파텍 필립은 전통과 혁신을 주제로 끊임없이 도전을 거듭했다. 컬렉터들이 주도하는 리세일 시장에서도 쉽게 찾아보기 힘들고, 최고의 제품은 크리스티 혹은 소더비 경매에서 만날 수 있을 정도로 브랜드 가치가 높다. 사진 속의 셀레스타리얼 6102 모델은 브랜드의 정신을 고스란히 담고 있다. 블루 다이얼의 타일 인에는 파텍 필립 본사가 워치만 제작사의 밤하늘을 담았고 투명한 디스크를 통해 은하계의 모습을 감상할 수 있다. 시계의 대시사시를 담은 최고의 마스터피스다. 문의 02-2118-6030



*Breguet*

브레게 클래식 그랜드 컴플리케이션 메시도로 투르비용 5335BR

중력의 영향을 줄여주는 투르비용, 시계의 가동성을 높여주는 기묘한 기법을 개발해 시계의 아버지라 불리는 이브라함 루이 브레게의 이름을 그대로 이어받아 오리지널리티 측면에서 독보적인 위치를 차지하고 있는 브레게. 세계 최대 시계 기업이자, 스위스 워치의 상징이 된 스위치 그룹의 기능에 비해 브레게의 소정 가격은 더욱 높아지고 있다. 사진 속 시계는 창립자인 브레게가 최초로 투르비용을 개발해 프랑스에서 특허권을 받은 역사적 사건을 기념해 출시한 시계다. 오픈워치 기법을 적용해 시계가 작동하는 모습을 고스란히 볼 수 있는 핸드 와인딩 무브먼트와 6시 방향의 클리핑 투르비용이 특징이다. 지적인 매력과 시계 유산의 가치를 경험하고 싶은 시계 마니아들에게 추천하는 브랜드다. 문의 02-2118-6480



# Perfect space

기계식 시계의 가치를 알아가기 시작했다면 마지막을 생각하지 않은 이가 없을 것이다. 결국 어떤 시계를 원하게 될까. 시계 매니아를 넘어 컬렉터로서 진정한 시계의 가치를 깨닫게 해줄 궁극의 워치 브랜드 4.

*Audemars Piguet*

오데마 피게 로열 오크 스키텔론

줄스 루이스 오데마와 에드워드 피게가 창문해 지금까지 이어가고 있는, 칼트 워치의 시작이자 럭셔리 스포츠 워치의 포문을 연 오데마 피게. 1875년 창립해 하이 컴플리케이션 무브먼트와 대담하고 스포티한 디자인을 정통해 독보적인 아이콘으로 주목을 받았다. 복잡한 시계의 움직임에 세심한 디카레이션을 더해 시계의 진수를 경험하게 하는 스키텔론 기법의 워치 역시 1934년 오데마 피게가 첫선을 보였을 정도로 유니크한 피스의 결정체다. 피니싱에서 타의 추종을 불허하기 에 중국산 복제품이 넘쳐나는 이 시가 예도 곳곳이 자신의 자리를 지키고 있다. 사진 속 제품은 상징적인 팔각형 케이스와 정교한 스크루가 매력적인 로열 오크 스키텔론 워치다. 문의 02-3449-5917



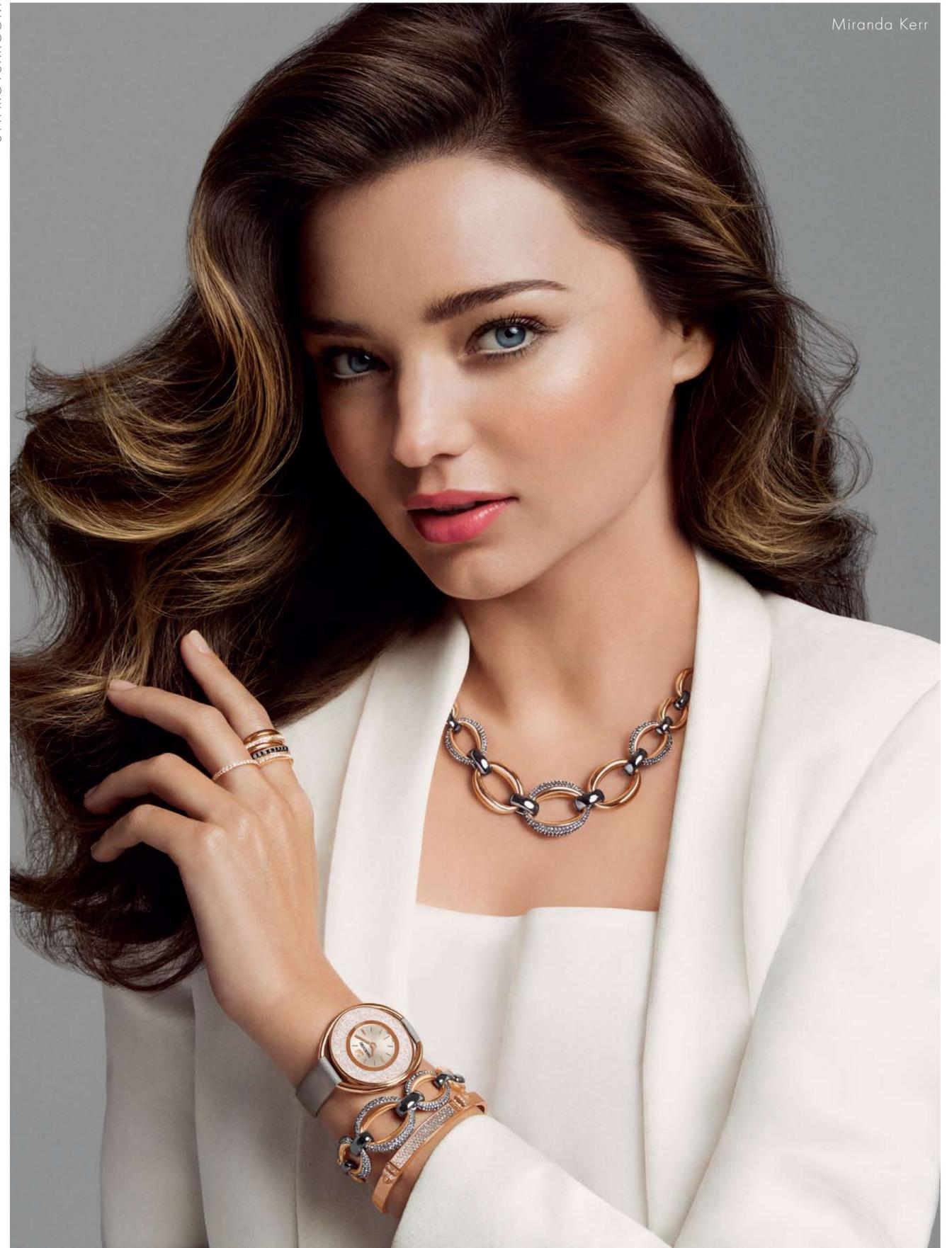
*Richard Mille*

리처드 밀 RM037 레이디스 워치

시계업계에서 혁신처럼 등장한 리처드 밀, 사파이어를 통째로 케이스로 가공하거나 우주선에 사용하는 초경량 소재로 격렬한 스포츠에도 끄떡없는 워치를 만들어 시계 마니아들을 놀라게 했다. 아시아 지역에서는 부의 상징이 될 정도로 우위를 차지하고 있고, 2000년대 이후 탄생한 브랜드로서는 유일하게 세계적인 워치 메이킹 회사인 W&W에 참가할 정도로 기계적 가치도 높이 평가받고 있다. 리처드 밀이 최초의 워치를 선보일 때 도움을 준 조력자가 APR&P 오데마 피게 르노&피피였으니 완성도에 대한 자신은 버려도 좋다. 사진 속 제품은 본래 남성용 여성 모두를 위한 워치였던 리처드 밀의 대표 제품 RM 037을 여성을 위한 버전으로 새롭게 해석한 RM 037 레이디스 워치다. 문의 02-2230-1288 에디터 배미진



SWAROVSKI.COM



Miranda Kerr

NECKLACE ₩460,000  
WATCH ₩510,000  
BRACELETS FROM ₩185,000  
RINGS FROM ₩110,000



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) **샤넬 미드오아젤 프리베 자렌 드 까펠리아** 동백꽃 정원을 형상화한 하이 주얼리 워치, 샤넬 고유의 강렬한 블랙&화이트의 조화가 모던한 매력을 뽐낸다. 다이얼에 1.467mm에 달하는 1백96개의 브릴리언트 컷 다이아몬드를 한 치의 오차 없이 세팅해 풍성함을 연출했다. 42시간 파워 리저브를 갖춘 오토매틱 무브먼트를 장착해 기능성도 더했다. 가격 미정. 문의 02-3442-0362

**까르띠에 골레 드 까르띠에 주얼리 워치** 스텔컷팅 플루리진 다이아몬드와 핑크 스트랩의 조우는 역시 까르띠에만의 감성을 자아내게 한다. 프랑스어로 열쇠를 뜻하는 'C6'라는 이름답게 뛰어난 균형미를 갖춘 케이스 디자인이 인상적이다. 42시간 파워 리저브를 갖춘 가르띠에 인하우스 무브먼트 1847MC 무브먼트를 장착했다. 가격 미정. 문의 1566-7277

**반클리프 아펠 참 엑스트라오다네리 에스페란사** 25mm의 작은 케이스 사이즈에도 보는 순간 시선을 사로잡는 귀족적인 컬렉션. 옐로 골드 세팅한 다이아몬드, 옐로 사피이어, 스페르타이트 가느다란 정교한 조화가 브랜드의 매력을 잘 드러낸다. 수선화가 장인의 손길을

통해 정교하게 피어났고, 다이얼 비광으로 돌아가는 참 장식은 여성미를 극대화한다. 그린 컬러 옐로가이터 스트랩도 매력을 더하는 요소다. 5천7백만원대. 문의 02-3497-6032

**에르메스 슬림 데르메스 TPM 스틸** 다양한 스타일에 매치할 수 있는 에르메스의 슬림 데르메스 워치, 그래픽 디자인이 아름다운 아펠로가 시간을 표시하는 숫자 시체를 디자인해 브랜드 고유의 매력을 살렸다. 스틸에 다이아몬드를 세팅한 버전으로 퀴츠 무브먼트를 탑재해 더욱 실용적이다. 25mm의 작은 다이얼 사이즈에 바이올렛 컬러 옐로가이터 스트랩을 매치해 우아하게 마무리했다. 8백만원대. 문의 02-3448-0728

**블랑팡 우먼 울트라 슬림** 최초의 워치 브랜드라는 슬로즈에 클래식한 여성미를 더해 인상적인 여성 컬렉션을 선보이는 블랑팡의 화이트 워치. 머더오브벨 다이얼에 자רח한 데이트 창, 배젤의 두 줄 다이아몬드 세팅이 걸품하다. 3천7백만원대. 문의 02-3467-8426

**오메가 드 빌 프레스티지 듀 드랍** 이슬람에서 영감을 받은 유선형의 체인이 독특한 여성

워치. 머더오브벨 소재에 나비 모티브가 인상적이고, 이슬이 맺힌 듯한 체인은 편안한 착용감을 선사한다. 브랜드의 상징이라 할 수 있는 코-엑시얼 칼라버 2500을 탑재해 소장 가치도 높다. 3천2백만원. 문의 02-2143-7266

**에거 로돌트 링데부 문** 머더오브벨에 빙하를 수놓은 제품. 컴플리케이션의 가치를 아는 여성들에게 아름다움과 기계시 시계의 매력을 모두 전달 수 있는 모델이다. 배젤과 리그, 크라운에 다이아몬드를 세팅해 우아함을 담았다. 오토매틱 칼라버 935를 장착했고 문페이즈, 40시간 파워 리저브 기능을 갖췄다. 5천4백만원. 문의 02-6905-3968

**브리케 라인드 네이플 데이&나이트 8998** 여성들에게 꿈의 시계인 라인드 네이플 워치. 데이&나이트 디스크를 장착해 태양과 달이 춤추는 환상적인 모습을 형상화했다. 청금석으로 하늘을, 머더오브벨로 구름을, 골드 소재로 밤을 묘사해 아름답기 그지없다. 태양을 형상화하기 위해 벨런스 휠의 가장자리를 깎아 다이얼 위로 드러날 수 있게 고안해 아름다운 것은 물론 시계로서의 가치까지 높였다. 가격 미정. 문의 02-3438-6218 에디터 **배미진**



*simply*  
**Beautiful**

달콤한 디저트처럼 마음을 설레게 하고 손목의 아름다운 선을 극대화하는, 안목 있는 특별한 여성을 위한 페미닌 워치 컬렉션. *photographed by park gun zoo*



라코스테 디지털 플래그십 Lacoste.co.kr

LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

# the best Writing

잉크의 번짐이 주는 멋스러움, 종이에 사각사각 써 내려갈 때 느껴지는 촉감과 리드미컬한 소리. 만년필이 좋은 이유다. *photographed by park gun zoo*



(7문데 아래부터 시계 방향) 브레게 만년필 브레게의 상징적인 블루 핸드에서 영감을 받은 우아한 핸드 디자인과 블루 컬러 밴드가 돋보이는 만년필. 시계 다이얼에서 볼 수 있는 블루링 문양을 펜의 배럴과 캡에 새겨 워터메이킹의 기술을 만년필에서도 여실히 느낄 수 있다. 2백50만원대. 문의 02-3438-6218 **몽블랑 인스트림 만년필** 오랜 전통을 지닌 몽블랑의 가족 기공 기술을 엿볼 수 있는 만년필로, 물, 불, 열에 강한 인스트림 레더를 적용해 도시적인 세련미를 발산한다. 펜 끝에는 몽블랑을 상징하는 엠블럼을 마치 공중에 떠 있듯이 디자인해 유니크함을 더했다. 1백59만원. 문의 02-2118-6053 **그라폰 파바키스틀 기호세 시틀레** 여성스럽고 슬림한 디자인, 모던하고 세련된 라이트 그레이 컬러의 배럴이 여성을 사로잡는 만년필. 사진 무늬의 레깅스 패턴을 새겨 넣은 레진 소재의 배럴이 감각적이다. 53만원. 문의 02-712-1350 **몬테그로파 파울로 코엘로 칼렉션** (연금술사)의 자자 파울로 코엘로에게 헌정하는 의미로 탄생한 한정판 칼렉션. 순례 여행 시 작가가 같은 길에서 영감을 받아 펜의 배럴에는 출발지와 도착지를 2개의 에메랄드로 묘사했고, 캡에는 코엘로의 친필 서명이 새겨져 있다. 2백85만원. 문의 02-584-3456 **까르띠에 드 스투르 드 까르띠에 만년필** 클래식하면서도 강렬한 디자인 코드가 매력적인 제품. 빈티지 자동차의 바퀴를 연상케 하는 크로스 라인 장식과 까르띠에 시그니처를 인그레이빙한 님, 까르띠에를 상징하는 스크류 장식 클립과 블루 사파이어 카보숑 등에서 까르띠에의 DNA를 고스란히 느낄 수 있다. 80만원대. 문의 1566-7277 **S.T. 듀롱 스트림 라인 R** 1930년대 미국을 상징하는 자동차와 항공기 산업의 공기역학적 디자인에서 영감을 받은 유선형 디자인이 돋보이는 제품. 펜 덮개의 끝에는 브랜드의 상징인 D 로고를 새겼으며 유선형의 자동차 모양을 본뜬 펜 홀더를 함께 제공한다. 1백25만원. 문의 02-2106-3577 **몽블랑 블루아워 만년필** 해가 저물어갈 무렵 지평선 위로 푸르스름한 기운이 감도는 순간인 스니클로 블루아워에서 영감을 받은 칼렉션. 육각형 패턴을 새긴 은은하고 고급스러운 블루 컬러의 레커 배럴이 스파르타고 세련된 이미지를 더한다. 1백80만원. 문의 02-2118-6053 **까르띠에 스틸베트 드 까르띠에 플리타드 데코 만년필** 주름 잡힌 쿼터드레스 디자인에서 영감을 얻은 이리데코 스틸베트의 여성용 펜. 현대적이고 우아한 실루엣과 자개 카보숑 장식의 캡, 반짝이는 메탈 본디의 조화가 아름답다. 1백30만원대. 문의 1566-7277 **알프레드 단힐 샌드리엔** 최상의 필기감을 선사하기 위해 습기, 낙하 충격 등 수만 번의 테스트를 거쳐 탄생한 제품으로, 손에 매끄럽게 잡히는 소재, 너무 가볍지도 무겁지도 않은 완벽한 무게와 두께를 자랑한다. 또 O-링을 사용해 균형 잡힌 비율과 캡의 걸림, 내구성을 높인 점도 눈에 띈다. 40만원대. 문의 02-3340-5615 **에디터 권유진**

사진: 김민준, 이준호, 이준호



TISSOT CHEMIN DES TOURELLES AUTOMATIC. 316L STAINLESS STEEL CASE, SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL AND WATER RESISTANCE UP TO 5 BAR (50 M / 165 FT). INNOVATORS BY TRADITION.

TISSOT.KR  
당신의 소중한 시간이 담긴 길, 슈방 데 뚜벨

티스 부티크 매장 IFC Mall 02-6137-5853  
이원래선 코엑스몰 02-511-1982 롯데월드몰 02-3213-4168  
전국주요 백화점 현대 무역센터 02-3467-8795 현대 분점 02-3438-6231 현대 천호 02-2225-7136 현대 판교 031-5170-2192  
롯데 영등포 02-2630-6739 신세계 본점 02-310-1299 신세계 영등포 02-2639-1964 신세계 인천 032-430-2566  
신세계 센텀시티 051-745-1201 AK 분점 031-8023-2108 AK & 수원 031-240-1989

**TISSOT**  
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853





**Shine jewel**  
 (위부터 차례대로) 화려한 패턴의 이번 장식 트윙클스 백, 23X17cm, 7만5천원 / 루이비통, 보자이크 패턴에서 영감을 받은 아이코닉 백, 20X12cm, 가격 미정 / 샤넬, 스타드 장식이 앙증맞은 미니 트레데게트 백, 18X12cm, 3만6천원 / 펜디, 정교 장식으로 장식한 정미 브루트기 특유의 미니 백, 20X14cm, 3만6천원 / 톰뮈르가베나

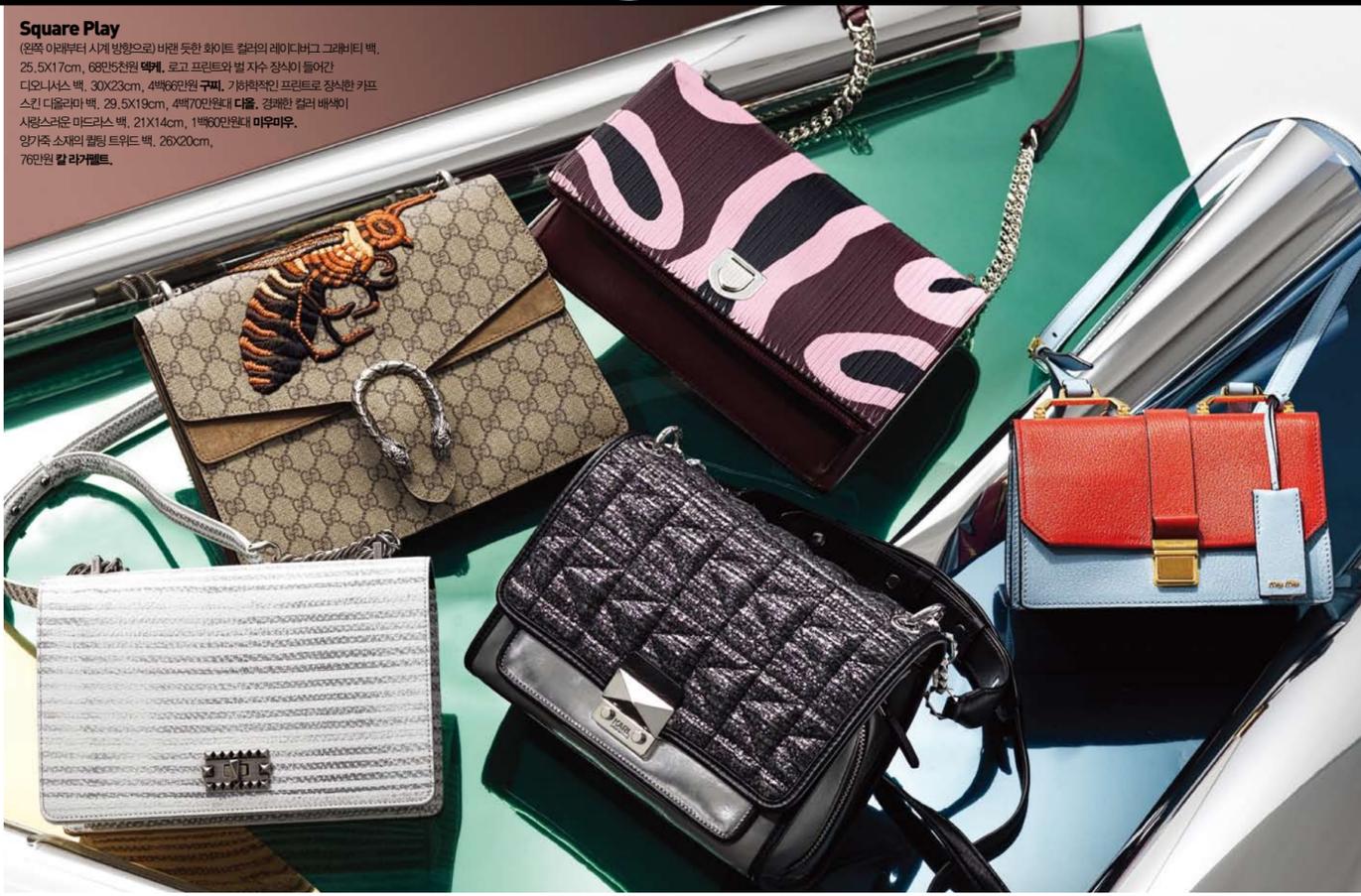


**Modern Classic**  
 (위부터 차례대로) 부드럽게 흐르는 곡선이 우아한 레인 백, 30X20cm, 6만4천원 / 모나 by 볼타, 클래식 코디네이션이 일품인 화이트 컬러 마이 라스트드 백, 30.5X20.5cm, 3만3천원 / 발렌티노, 송이가지족 소재에 대립적 패턴을 가진 크리스 마블 에스테이션 백, 24X22.5cm, 2만6천원 / 보르사리

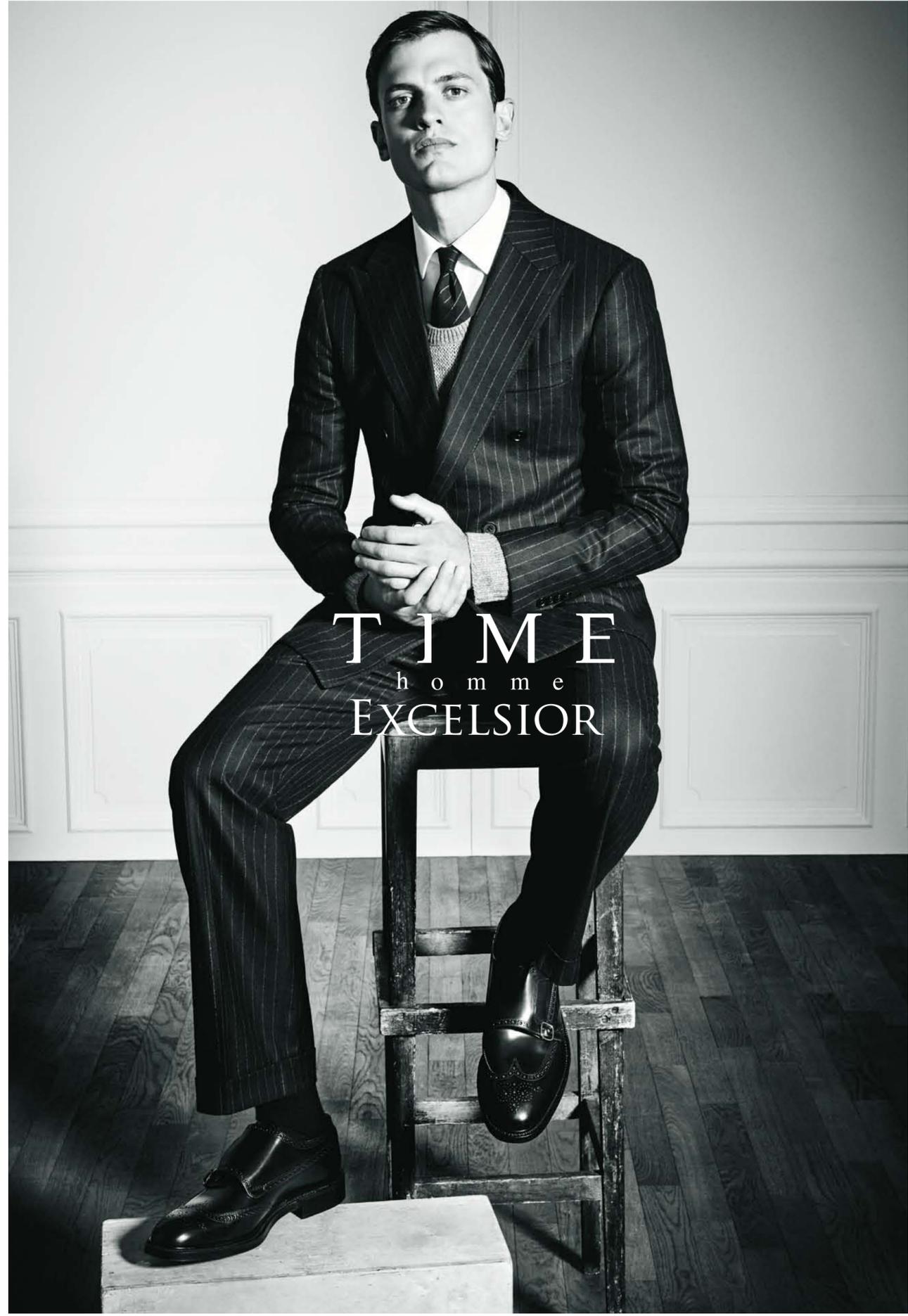
# fall in Bags

이번 시즌 백 트렌드 키워드는 'Brand New' 가 아닐까. 어떤 브랜드인지 알 수 없을 정도로 기존에 없었던 완전히 새로운 디자인의 백들이 출격 준비를 마쳤다. 이제 올가을 당신의 스타일링을 업그레이드해줄 뉴 백 컬렉션을 주목해볼 차례. *photographed by park gun zoo*

이제 가을 스타일링을 업그레이드해줄 뉴 백 컬렉션을 주목해볼 차례.



**Square Play**  
 (왼쪽 아래부터 시계 방향으로) 바랜 듯한 화이트 컬러의 레이다버그 그래픽 백, 25.5X17cm, 68만5천원 / 닥케, 로고 프린트와 밧 자수 장식이 들어간 디오나샤스 백, 30X23cm, 4만6천원 / 구찌, 78화각인 프린트로 장식한 키프 스킨 디올라마 백, 29.5X19cm, 4만7천원 / 데디, 경쾌한 컬러 배색이 시공스러운 마드라스 백, 21X14cm, 1만6천원 / 데디, 마무미우, 양가지족 소재의 퀘팅 트워드 백, 26X20cm, 76만원 / 칼라가베트.



TIME  
 homme  
 EXCELSIOR

HYUNDAI DEPARTMENT STORE  
 APGUJEONG MAIN 02-518-9728 TRADE CENTER 02-3453-7208 MOKDONG 02-2163-1995 PANGYO 031-5170-1652  
 LOTTE DEPARTMENT STORE  
 MAIN 02-772-3535 JAMSIL 02-2143-7632 BUSAN 051-803-2777  
 SHINSEGAE DEPARTMENT STORE  
 GWANGJU 062-360-1548



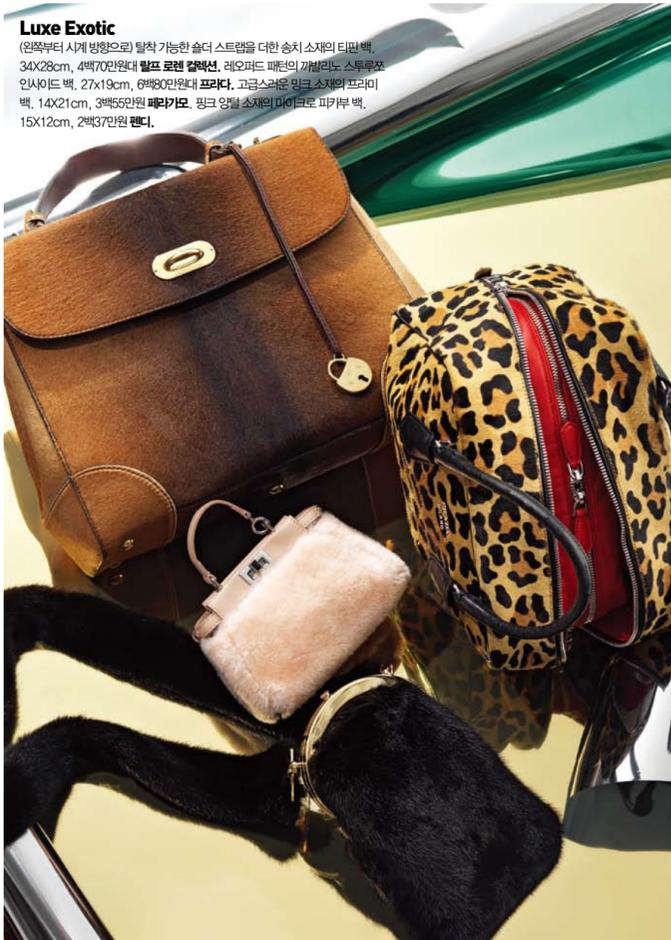
**It Colors**

(왼쪽부터 시계 방향으로) 송이자기족 소재의 오렌지 컬러 아이트비 백, 26x20cm, 1정만원대 **에르메스**, 니파 소재 그린 컬러 백, 24.5x16cm, 4백만원대 **보타가** 데네다, 단결한 핑크 컬러가 돋보이는 브로칭 백, 29x21cm, 6백50만원대 **델보**.



**Bigger, Better**

(위부터 시계대로) 길잡이로 삼을만한 디자인의 벨트 백, 31x26cm, 2백만원대 **셀린트**, 여성스러운 컬러가 돋보이는 워터백, 38x22cm, 2백50만원대 **토즈**, 블랙과 화이트 투톤 컬러 매치가 특징인 사크 백, 34x28cm, 3백만원대 **자형시**.



**Luxe Exotic**

(왼쪽부터 시계 방향으로) 탈착 가능한 슬더 스트랩을 더한 송치 소재의 티핀 백, 34x28cm, 4백70만원대 **탈프 로렌 캄페션**, 레오파드 패턴의 캐비닛의 스투루프 인사이드 백, 27x19cm, 6백90만원대 **프리다**, 고급스러운 링크 소재의 프리미 백, 14x21cm, 3백55만원 **레파카도**, 핑크 양털 소재의 마이클로 피카부 백, 15x12cm, 2백37만원 **렌디**.



**Bohemian Fringe**

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 세진 장식과 프링지 디테일이 매력적인 버킷 백, 17.5x19cm, 1백57만원 **엘만드리움 by 쿤**, 가을 분위기를 들뜨게 하는 버킷 백 컬러의 티아트 스웨이드 프링지 버킷 백, 26.5x37cm, 3백만원대 **바버리**, 부드러운 스웨이드 소재의 미스 비브 까메 미드웨이얼 드 라 프랑주, 20.5x19cm, 3백30만원대 로저 바비에, 에디터 강자혜



**FABIANA FILIPPI**

fabianafilippi.com

구미 1577-1921 **다음** 02-3480-0104 **미우미우** 02-3218-5331 **칼라카펠트** 02-3457-6236 **역계** 02-519-8123 **셀린트** 02-540-0486 **토즈** 02-3438-6008 **자형시** 02-517-7561 **분디샵** 02-2056-1232 **빌렌타노** 02-2015-4653  
**발렌시아가** 02-542-1937 **탈프 로렌 캄페션** 02-545-8200 **프리다** 02-3442-1830 **렌디** 02-2056-9022 **레파카도** 02-2140-9666 **바버리** 02-3485-6536 **로저 바비에** 02-6905-3370 **룬** 02-548-4504 **루이 비통** 02-3432-1854 **샤넬** 02-543-8700  
**클채린카바나** 02-3444-0077 **보타가 데네다** 02-3438-7682 **에르메스** 02-544-7722 **델보** 02-3449-5916

**Hyundai** / Main 02) 3438 6294 / Mokdong 02) 2163 1238 / Daegu 053) 245 2214 / Ulsan 052) 228 0252 / COEX 02) 3467 8582 / Pangyo 031) 5170 1238 **AK Plaza** / Bundang 031) 8023 2217  
**Shinsaegae** / Main 02) 310 1390 / Gangnam 02) 3479 6287 / Gyeonggi 031) 695 1684 **Galleria** / East 02) 6905 3626 / Timeworld 042) 720 6287 **Lotte** / Avenuel World Tower 02) 3213 2305

클래식하고 우아한 디자인의  
브라운 컬러 토티백으로 핸들  
등 부분에 랄프 로렌의 로고를  
인그레임한 골드 바를  
장식해 특별함을 더했다.  
28 X 22cm 랄프 로렌.



새틴된 퍼플 컬러의 스웨이드  
가죽이 돋보이는 뉴 티핀 백,  
핸들과 스트랩, 허단 코너 부분에  
초콜릿 브라운 컬러의 가죽으로  
포인트를 주어 더욱 고급스럽다.  
28 X 22cm 랄프 로렌.



# forever Elegant

깊이 있는 컬러, 럭셔리한 디테일과 소재를 가미해  
새롭게 선보이는 랄프 로렌의 베스트셀러  
뉴 티핀(New Tiffin) 백. 이는 변치 않는 우아한  
가치를 선사하는 당신의 베스트 백이 되어줄 것.  
*photographed by park gun zoo*

토티는 물론 슬더백으로도  
활용할 수 있는 핸들과 말차할  
수 있는 스트랩이 있어 더욱  
실용적인 블랙 컬러 뉴 티핀 백.  
28 X 22cm 랄프 로렌.



윤기가 흐르는 럭셔리한 송치가죽  
소재의 뉴 티핀 백. 핸들에 연결한  
골드 록 장식과 그라데이션된  
송치가죽의 깊은 컬러감이  
멋스럽다. 34 X 31cm 랄프 로렌.  
문의 02-545-8200  
에디터 배미진, 권유진



## the CASHMERE

CHEONGDAM AVENUE / HYUNDAI APGUJEONG MAIN / HYUNDAI TRADE CENTER / HYUNDAI PANGYO  
GALLERIA LUXURY HALL WEST / GALLERIA CENTER CITY / SHINSEGAE MAIN / SHINSEGAE CENTUM CITY / SHINSEGAE GANGNAM

# So fancy

희소성과 아름다움, 그리고 탁월함을 동시에 갖췄다고 자부하는 하이 주얼리 브랜드 그라프. '다이아몬드의 왕'이라고 불리는 창업자 로렌스 그라프의 끝없는 혁신을 바탕으로 반세기 넘도록 '우아한 맹위를 떨쳐온 이 매혹적인 브랜드는 럭셔리 궁극의 궁극을 선사한다. 꽃, 나비 등 자연에서 받은 영감을 뛰어난 기술과 수공예 장인 정신으로 빚어낸 그라프의 컬렉션은 섬세한 조각품처럼 각 보석을 뚜렷하게 표현하면서도 보석들 간 미묘한 움직임에도 신경 쓰는 완성도를 뽐낸다.



1 그라프의 상징과도 같은 나비를 모티브로 삼은 버터플라이 컬렉션(Butterfly Collection) 중 발발함과 우아함을 동시에 간직한 목걸이들. 2 초록색 나비 장식이 돋보이는 버터플라이 컬렉션 워치. 3 꽃이 피어나는 모습을 매혹적으로 표현한 그라프 카리사 컬렉션 중 루비 & 다이아몬드 아이린과 목걸이. 각각 다이아몬드 4.95캐럿, 루비 20.36캐럿(아이린), 다이아몬드 73.36캐럿, 루비 67.20캐럿(목걸이)을 사용했다. 4 그라프 로투스 컬렉션(Lotus Collection) 아이린. 총 9.71캐럿의 다이아몬드를 사용했다. 5 섬세함과 근근한 화려함이 인상적인 그라프 멀티셰이프 다이아몬드(Multishape Diamond) 목걸이.



영국의 하이 주얼리 브랜드 그라프(Graff)는 '희소성과 예술성을 자랑하는 뛰어난 다이아몬드 컬렉션으로 유명하다. 경탄할 만한 크기의 원석을 토대로 커팅, 색상, 색조, 순도 등 여러모로 출중한 다이아몬드의 미학을 뽐낸다. 그 배경에는 하이 주얼리 세계에서 빼놓을 수 없는 브랜드 창시자 로렌스 그라프가 있다. 1953년, 15세의 나이로 런던의 한 주얼리 숍 견습생으로 커리어를 시작한 그는 반세기를 넘는 세월을 걸쳐 최상의 작품을 빚어내는 데 초점을 맞춰왔다. 그리고 언젠가부터 '다이아몬드의 왕'이라는 칭호를 얻었다.

## 그라프 버터플라이 컬렉션, 다이아몬드의 왕이 자부하는 클래식

견습생 생활을 하던 그라프가 자신의 성을 딴 '그라프 다이아몬드 Ltd'라는 회사를 설립한 것은 1960년. 당시에는 런던의 작은 숍에 불과했지만 그는 특유의 열정과 감각으로 세계적인 하이 주얼리 브랜드를 만들었다. 원석 소상에서부터 커팅, 폴리싱, 그리고 디자인에 이르기까지 수직적으로 통합된 고유 비즈니스 모델과 엄격한 장인 정신을 통해 이뤄낸 눈부신 결실이다. 특히 나비를 모티브로 한 그라프의 버터플라이 컬렉션(Butterfly Collection)은 그의 자부심이자 브랜드의 상징과도 같은 의미를 지닌다. 그라프의 클래식 버터플라이 컬렉션은 완벽한 대칭과 균형의미를 보여주는데, 최상의 보석을 복잡하고 정교하게 배열해 나비가 날아다니는 유려한 모습을

연상시킨다. 그라프 버터플라이 워치의 경우에는 나비의 신비로운 변형의 순간을 표현했다. 흑자는 로렌스 그라프의 인생 여정이 고지를 뚫고 나와 화려한 날갯짓을 하는 나비와도 닮았다고 한다. 갈수록 격조와 창의성을 더해가는 버터플라이 컬렉션의 진화가 그라프 회장이 실천해온 개척자 정신을 담았다는 이유에서다.

## 꽃 내음이 날 듯한 매혹적인 플로럴 컬렉션

나비는 시작에 불과하다. 그라프는 자연에서 영감을 받은 다채로운 작품 스펙트럼을 추구하는데, 그중에서는 유수 아티스트들의 사랑을 받아온 '꽃'을 빼놓을 수 없다. 프랑스의 낭만주의 시인 제라르 드 네르발이 말했듯이 '모든 꽃은 자연에서 피어나는 영혼이지 않은가. 그라프의 카리사 컬렉션(Carissa Collection)'은 그러한 꽃의 미학을 제대로 보여주는 작품이다. 카리사는 그리스어로 '사랑하는 이를 뜻하는 섬세한 꽃'이라고. 남아프리카공화국 스텔렌보스에 위치한 들레어 그라프 에스테이트의 수려한 정원에서 영감을 받았다는 카리사 컬렉션은 아름다움을 머금고 피어나는 꽃의 모습을 표현하는데, 서양 배(pear)와 마키스 컷 보석의 아름다운 매질이 감탄사를 자아낸다. 특히 꽃잎 모티프가 흘러내리듯 이어져 마지막 서양배 모양의 보석으로 완성되는 목걸이의 우아한 자태는 전 세계 하이 주얼리 애호가들의 찬사를 이끌어냈다. **에디터 고정민**



자연의 생동감과 아름다움을 고혹적인 하이 주얼리 작품으로 빚어낸 그라프의 범상치 않은 미학을 실제로 느끼보고 싶다면 출가를 좋은 기회가 찾아온다. 오는 10월 9일부터 17일까지 서울 신라호텔 1층에 자리 잡은 그라프 샵에서 뛰어난 작품을 감상할 수 있는 하이 주얼리 전시 (So Fancy)가 열린다. 문의 02-2256-6810

# paco rabanne

The new fragrance for her



#Olympéa - pacorabanne.com/olympéa

공식수령인 : (주)파코라반네 | www.ceo.kr | 문의 : 080.363.5454



샤넬 브랜드의 첫 여성 워치인 프리미에르(Premiere)를 떠올리게 하는, 여성용 워치메이킹의 기존 관습을 뒤엎으며 새로운 시계 트렌드를 제안한 샤넬 보이·프렌드. 남성적 라인에서 얻은 영감을 바탕으로 한 뛰어난 균형과 비례, 심플한 디자인이 매력적이다. 올해 선보인 보이·프렌드 워치는 모두 18K 베이지골드 케이스와 화이트 골드 버전으로 출시되었다. M과 L 사이즈, 다이아몬드를 세팅한 버전, 퀴츠 무브먼트와 와인딩 메카니컬 무브먼트 등 기능과 세팅, 사이즈까지 다양한 버전으로 선보여 더욱 매력적이다.

# masculine Chic

'보이·프렌드(Boy·friend)'라는 인상적인 이름의 새로운 시계. 남성적인 모티브에서 영감을 얻어 팔각형 케이스로 시크하게 완성했다. 샤넬이 제안하는 독보적인 매력을 담은 여성 워치의 신세계, *photographed by park gun zoo*



시크하고 당당한 자태, 과도하지 않은 적절한 무게감에 데님부터 클래식한 재킷까지 어떤 스타일과도 잘 어울리는 샤넬 보이·프렌드 워치. 샤넬 N5 향수병과 병동 광장에서 영감을 받은 샤넬의 대표작인 아이클 프리미에르 워치의 모티브까지 담아 더욱 이리요적이다. (왼쪽) 케이스 사이즈 34, 60x26, 70mm의 M 사이즈 워치. 새틴으로 베젤링 처리한 워치 케이스 아우투리엔에 익아기줄 스트랩, 퀴츠 무브먼트를 장착했다. (오른쪽) 케이스 사이즈 37x28, 60mm의 디자인에 매뉴얼 와인딩 메카니컬 무브먼트를 품고 있는 L 사이즈 워치. 화이트 골드에 다이아몬드를 세팅했다. 문의 02-3442-0962 에디터 배미진



포르쉐는 Mobil 1을 권장합니다.

www.porsche.co.kr

스포츠카와 SUV의 융합

나의 심장이 뜨거워진다- 마칸

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



PORSCHE

• 정부공인 표준 연비 및 등급

- 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.
  - Macan S Diesel 82,400,000원** 배기량 2,967cc, 7단 자동 PDK, 도심연비 10.5km/L, 고속도로연비 13.4km/L, 복합연비 11.6km/L, 복합 CO<sub>2</sub> 배출량 및 등급 172g/km 3등급, 공차중량 2,030kg.
  - Macan S 84,800,000원** 배기량 2,997cc, 7단 자동 PDK, 도심연비 6.3km/L, 고속도로연비 8.9km/L, 복합연비 7.3km/L, 복합 CO<sub>2</sub> 배출량 및 등급 248g/km 5등급, 공차중량 1,940kg.
  - Macan Turbo 107,400,000원** 배기량 3,604cc, 7단 자동 PDK, 도심연비 6.3km/L, 고속도로연비 8.9km/L, 복합연비 7.2km/L, 복합 CO<sub>2</sub> 배출량 및 등급 250g/km 5등급, 공차중량 2,000kg.
- ※ 위 연비는 표준모드에 의한 연비로서 도로상태·운전방법·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 판교 031.729.0911 / 포르쉐 센터 분당 서현 031.735.0911 / 포르쉐 센터 일산 031.813.0911 / 포르쉐 센터 인천 032.450.3000  
포르쉐 센터 대전 042.862.0911 / 포르쉐 센터 대구 053.768.0911 / 포르쉐 센터 광주 062.526.0911 / 포르쉐 센터 부산 051.749.0911

# timeless Classic

여자라면 누구나 평생 소장하고픈 워너비 백이 있을 것. 그러한 백의 대부분은 클래식하지만 올드하지 않은 디자인, 고급스러운 소재가 특징이다. 여기 옷 좀 입는다고 소문난 이들의 머스트 해브 아이템으로 부상하고 있는 델보(Delvaux)의 2015 F/W 프레젠테이션 현장을 다녀왔다. 워시 리스트에 오늘 또 하나의 백이 탄생한 순간.

photographed by park gun zoo



(왼쪽부터 스웨이드 소재의 금속장식으로 고급스러움을 더한 매력적인 마담 백 4백만원, 이번 시즌 메인 아이템인 파이론, 리치드, 엘리게이터, 오스트리아를 혼합한 브리앙 백 2천만원, 50만원, 자칫 지루해 보일 수 있는 블랙 컬러에 악어 가죽을 더해 포인트를 준 엘리게이터 탬페트 클러치 백 50만원.



## 두 개의 골프장을 오롯이 담아내다

바람이 찾아 드는 언덕의 곡선을 그대로 이어 올려 앞으로는 용평G.C., 뒤로는 버치힐G.C.의 조망이 가능한 곳. 대관령의 깨끗한 바람과 자작나무가 전하는 맑디 맑은 산소 테라피까지 용평리조트 그 어느 곳에서도 찾아볼 수 없는 이곳 Birch Hill Terrace Residence입니다.

극히 소수의 선택되신 분들을 모십니다.  
Birch Hill Terrace Residence

회원모집문의 02.3270.1137

대관령과 서울의 기온차이  
[ **연간평균 5°C** ]  
※출처 : <http://www.kma.go.kr>

### 델보, 백으로 자리 다

윤기가 흐르는 최상급 가죽에 우아한 곡선을 타고 흐르는 버클 장식이 포인트인 가방이 지난해부터 청담동 거리를 물들였다. 로고 하나 없이 심플하고 고급스러운 디자인으로 까다로운 여성들의 마음을 사로잡은 이 백이 바로 델보의 브리앙(Brillant) 백이다. 유행 타지 않는 클래식함이 특징인 델보는 1829년 벨기에의 수도 브뤼셀에서 탄생한 브랜드로, 벨기에 왕실의 공식 가죽 공급자로 임명된 샤를 델보(Charles Delvaux)가 설립했다. 1백80년의 전통을 이어가고 있는 델보는 가죽 장인의 뛰어난 기술을 바탕으로 한다. 그 때문에 단순히 핸드백을 만드는 것이 아니라 작은 예술품을 창조한다고 해도 과언이 아니다. 델보는 브랜드 초창기부터 아방가르드한 디자인을 추구했다. 건축학적인 선과 대담한 비율, 획기적인 모양은 지금까지 델보 하우스의 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 특히, 건축가 폴 고에탈(Paule Goethals)에 의해 디자인된 브리앙 백은 구조적인 디자인이 특징으로 시간이 지나도 변함없는 멋을 자랑한다. 오로지 수작업으로 완성한 바느질, 46조각의 가죽과 금속 마감으로 이루어진 브리앙 백은 여성이라면 누구나 탐낼 만한 가방임에 분명하다. 실제로 브리앙 백 중 인기 컬러는 데기자 명단에 이름을 올려야 구입할 수 있을 정도. 브리앙 백에 이어 델보의 두 번째 상징적인 백 탬페트(Tempe)는 굵고 강한 금속 장식과 기하학적 형태가 매력적이라 브리앙과 함께 꾸준히 사랑받고 있다. 이외에도 캐주얼한 스타일의 스퀘어 백 마담(Madame)은 이미 알레사 청을 비롯해 수많은 스타들이 선택해 브리앙 백의 뒤를 잇고 있다. 말의 여물통에서 영감을 받은 핑(Pin) 백은 영문 'D' 장식이 포인트로 유용한 포켓 기능까지 갖췄다. 이때 가방은 무심하게 톡 걸칠수록 멋스러움이 한층 배가된다.

### 건 적 디자인, 2015 F/W 델보 컬렉션

계절이 바뀌면 여자들의 가방도 옷을 같이 입는다. 가을의 정서가 물씬 느껴지는 짙은 컬러와 다양한 소재로 변신한다는 얘기. 델보 또한 가을 분위기를 반영한 2015 F/W 컬렉션을 선보였다. 현대백화점 무역센터점 델보 부티크에서 열린 프레젠테이션에서 만난 델보의 제품은 근현대 벨기에 건축물에서 영감을 받아 한층 더 건축적인 면모를 갖추었다. 그래픽 라인과 계절감이 느껴지는 컬러는 물론 다채로운 소재까지, 새로워진 델보를 만날 수 있었다. 이번 시즌 역시 델보의 아이코닉 백인 브리앙 라인에 혁신적인 소재 사용과 컬러를 통해 뉴라인을 선보였다. 특히, 갈무샤, 악어, 타조 등 최고급 이그조틱 레더를 사용해 살아 있는 듯 생생한 텍스처가 느껴지는 브리앙 라인에, 뉴 백을 찾는 여성들을 유혹하기에 충분해 보였다. 델보는 이전에 서울 한정판인 미모사 탬페트 리미티드 백을 선보이는가 하면, 드라마 <별에서 온 그대> 속 전지현이 든 핑크백처럼 컬러가 돋보이는 제품으로 사랑받아왔다. 그렇지만 이번 시즌에는 차분하고 럭셔리해진 컬러로 무장했다. 유행 타지 않는 누드 컬러부터 중성적인 컬러인 카키, 프러시안 블루는 새로운 감성을 전한다. 그중에서도 이번 시즌 메인 컬러인 프러시안 블루 브리앙 백은 악어, 도마뱀, 타조, 파이톤 등 네 가지 가죽을 사용한 백으로, 멀리서 봐도 느껴지는 고급스러운 자태가 가히 압도적이다. 여성에게 가방이란 단순히 소지품을 담은 저장 수단이 아니라, 자신의 아이덴티티를 드러내는 요소다. 가방만 봐도 선호하는 스타일을 알 수 있는 만큼 자신의 스타일을 고스란히 드러내는 아이템인 백의 선택이 중요하다. 델보가 오래도록 사용해도 질리지 않는 우아한 디자인과 품격 모두를 만족시키는 백으로 손꼽히는 이유다. 문의 02-3467-8346 **에디터 김지혜**



1 이번 2015 F/W 시즌 제품을 선보이며 새롭게 오픈한 현대백화점 무역센터점 델보 부티크. 기존의 델보 제품과 신상품이 새로운 주인을 기다리는 듯하다. 2 티완리스 컬러인 누드 톤의 탬페트 백, 금속 장식이 포인트로 애매한 스타일(이른 우아한)룩을 완성해준다. 탬페트 백 주변에 이번 시즌 메인 컬러인 프러시안 블루 컬러의 다양한 백들이 놓여 있다.



(왼쪽) 화이트 니트 롱, 화이트 레더 스카트 모두 **토즈**, (오른쪽) 베이지 레더 트랜치코트, 베이지 벨트, 핑크&골드 벨글, 버건디 앵클부츠 모두 **토즈**.

# Already Autumn

스포트라이트가 쬐지고, 새로운 시즌을 알리는  
 럭셔리 하우스의 2015 F/W 키 룩을 입은 모델들이 우리 앞에 섰다.  
 photographed by ahn joo young



(왼쪽) 카민 레드 플로럴 패치워크 퀼티드 트랜치코트 **버버리 프로텍션**, 블루&브라운 수츠 **버버리**,  
 (두 번째) 안토크 그린 플로럴 프린트 코트 개버딘 트랜치코트 **버버리 프로텍션**, 올리브 트럼펫 사이 하이 부츠  
**로저 비비에**, (세 번째) 카민 레드 플로럴 퀼티드 시프트 드레스 **버버리 프로텍션**, 알타갈라 사이 하이 부츠 **버버리**,  
 (오른쪽) 엘다베리 플로럴 레이어드 프린트 시프트 드레스 **버버리 프로텍션**, 블랙 프린지 장식 수츠 **버버리**.



(왼쪽) 레드 플리츠 다채로운 드레스, 크리스털 메탈 드롭 이어링, 핑크 퍼센들 모두 **구찌**, (두 번째) 카키 더블 코트, 다크 그린 펜츠, 블랙 로 할 슐링백 펌프스, 라이언 모티브 링 모두 **구찌**, (세 번째) 퍼플 퍼 리본 헤어밴드, 골드 플리츠 드레스, 블랙 레더 레이스업 부츠, 메탈링 모두 **구찌**, (오른쪽) 체리 컬러 울 모자, 레드 리본 실크 셔츠, 플러워 패턴 재킷, 플러워 패턴 펜츠, 골드 라이언 모티브 링, 블랙 퍼센들 모두 **구찌**,



(왼쪽) 화이트 퍼코트, 화이트 니트 탑, 블랙 레더 스카트, 블랙 앵글 슈즈 모두 **루이비통**, (가운데) 블랙 비즈 장식 원피스, 골드 이어링, 골드 네크리스, 블랙 앵글 힐 모두 **루이비통**, (오른쪽) 화이트 롱 코트, 화이트 터틀넥, 블랙 레더 스카트, 블랙 앵글 슈즈 모두 **루이비통**.



(왼쪽) 캐시미어 캐럴 더블 코트, 멀티컬러 프리티드 크롭트 팬츠 모두 맨디, 바건디 앵글부츠 마르니, (오른쪽) 패치워크 퍼스웨터, 멀티컬러 미니스카트, 멀티컬러 웨지 슈즈 모두 맨디.



(왼쪽) 캐럴 셔츠, 블루 니트톱, 올리브 체크 베스트, 올리브 체크 팬츠, 오렌지 라바슬 슈즈 모두 프리디, (두 번째) 스카이 블루 비즈 장식 드레스, 블루&브라운 레더 글러브, 바건디 브로치, 그린 세틴 슈즈 모두 프리디, (세 번째) 패치 워크 비즈 장식 드레스, 핑크 레더 글러브, 오렌지 라바슬 실버 슈즈 모두 프리디, (오른쪽) 블루 실크 셔츠, 그레이 니트톱, 핑크 재킷, 핑크 팬츠, 핑크 실크 슈즈 모두 프리디.



(왼쪽) 도트 패턴 드레스, 블랙 슈즈 모두 **보테가 베네타**.  
 (두 번째) 블루 실크 셔츠, 베이지 도트 패턴 니트 베스트, 베이지 도트 패턴  
 팬츠, 블랙 슈즈 모두 **보테가 베네타**. (세 번째) 블랙 도트 패턴 셔츠,  
 그린 도트 패턴 재킷, 그린 도트 패턴 팬츠, 화이트 골드 슈즈 모두 **보테가  
 베네타**. (오른쪽) 도트 패턴 슬리브리스 드레스, 내추럴 베이지 그레이  
 네크리스, 내추럴 블루 그레이 네크리스, 브론즈 슈즈 모두 **보테가 베네타**.

(왼쪽) 네이비 레더 재킷, 네이비 터틀넥,  
 네이비 팬츠, 블랙 앵글 슈즈 모두 **에르메스**.  
 (두 번째) 네이비 패턴 셔츠, 네이비 패턴  
 스카트, 골드 앵글 앵글 힐 모두 **에르메스**.  
 (세 번째) 화이트 터틀넥, 화이트 셔츠, 네이비  
 레더 점프 슈트 모두 **에르메스**, 블랙 앵글 힐  
**릴드 로렌**. (오른쪽) 화이트 드레스 **에르메스**,  
 블랙 앵글 앵글 힐 **엠포리오 아르바니**.

헤어 **강원진**  
 메이크업 **이미정**  
 모델 **김소영, 박화현, 최아라, 한지은**  
 어시스턴트 **김혜민**  
 스타일리스트 **채한석**  
 에디터 **권유진**

\* 본 화보에 나온 제품의 상세한  
 가격 정보는 (스타일 조션일보)  
 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.  
[www.stylechosun.com](http://www.stylechosun.com)





# Italian elegance

뛰어난 소재와 명성, 우아하면서도 매력적인 스타일까지, 이탈리아 프리미엄 브랜드의 모든 요소를 갖춘 파비아나 필리피(Fabiana Filippi). 오직 이탈리아 브랜드만이 구현할 수 있는 최고의 퀄리티에 대한 고집으로 까다로운 VIP들의 마음을 사로잡은 파비아나 필리피의 특별한 스토리를 소개한다.

## 자연스러운 아름다움이 담긴 이탈리아의 정수

실제로 손끝을 가져다 대면 포근함과 매끄러움, 고급스러운 감촉이 고스란히 느껴지는 이탈리아의 니트 웨어 브랜드 파비아나 필리피. 소재를 위주로 옷을 선택하는 VIP들이 최고의 브랜드로 꼽는 만큼 꼭 알아두어야 할 브랜드다. 1985년 이탈리아 움브리아(Umbria) 지역에서 설립된 이래로 지역을 기반으로 전통적인 제조 방식과 열정으로 퀄리티가 뛰어난 니트 웨어와 여성복을 선보이고 있다. 최고의 메이드 인 이탈리아 브랜드로 통하는 만큼 말라노, 파르, 뉴욕, 런던, 도쿄, 서울, 상하이, 모스크바 등 전 세계 30여 개국의 도시에서 그 가치를 인정받았다. 우리가 이탈리아 브랜드, 그중에서도 원재료부터 원사, 원단은 물론 디자인까지 모든 과정이 이탈리아에서 이루어지는 브랜드에 갖고 있는 믿음은 오랫동안 긴 신뢰를 통해 쌓인 것이다. 파비아나 필리피 역시 이 기대를 저버리지 않는다. 저렴한 니트 웨어 시장을 장악하는 동안 인간의 가치와 작업 윤리를 기반으로 세련되고 편안한 라이프스타일의 향연으로 제 목사를 내고 있다. 전통적인 핸드메이드 방식을 통해 장인 정신의 성세함을 유지하면서 현대적인 감각을 더해 품격 있는 여성의 라이프스타일 브랜드로 큰 사랑을 받고 있는 것이다. 이크림과 합성섬유를 전혀 사용하지 않고 자연과 함께 어우러지는 제조 방식은 최고의 럭셔리 여성복 브랜드로 파비아나 필리피가 인정받는 이유다.

## 초경량 캐시미어, 알파카, 울 크레이프가 완성한 2015 F/W 컬렉션

파비아나 필리피의 매력은 최고의 소재를 신중하게 해석해 실용성까지 담고 있다는 점이다. 이번 시즌 역시 최고급 퀄리티의 캐시미어와 초경량 캐시미어 실크, 실크처럼 가벼운 울 크레이프, 알파카로 짠 매끄러운 울 자켓까지, 오직 이탈리아 브랜드에서 선보일 수 있는 정교한 소재로 세련된 컬렉션을 선보였다. 스포티 라인과 기모노 라인으로 대표되는 다양한 디자인에 울 크레이프 트레이닝 팬츠, 니트와 레이어드할 수 있는 보일 실크 톱, 편안한 스웨이드 팬츠, 광택감이 느껴지는 코트와 베스트, 가죽 프린지가 달린 톱과 드레스까지 실용적인 아이템을 모두 담았다. 입축 기법을 사용한 니트는 양모 느낌을 주고, 핸드메이드 공정을 통해 완성한 실크는 따뜻하고 인체감까지 느껴진다. 네오프렌 같은 완전히 다른 소재와의 매치를 통해 부드러운 실루엣을 표현했는데, 이 모든 과정이 100% 수작업 봉제 기법을 사용해 완성도가 뛰어나다. 파비아나 필리피의 품을 보면 편안하면서도 우아한 분위기, 과장되지 않는 스포티함에 대한 자연스러운 편안함을 느낄 수 있는데, 이는 뛰어난 소재를 통해 더 극대화된다. 다른 사람들과 차별화된 의상, 유니크한 스타일링에 미니멀한 매력을 담고 싶다면 파비아나 필리피를 만나보길 추천한다. 문의 02-6960-0771 에디터 배미진



- 1 현대백화점 본점 파비아나 필리피 매장.
- 2 순도 높은 캐시미어만 사용하는 파비아나 필리피.
- 3 자연스러운 그레이데이션이 멋스러운 캐시미어 모자.
- 4 양모와 부드러운 가죽으로 완성한 편안한 슈즈.



## FOX FUR KNIT VEST

최고급 소재의 니트에 미묘한 그레이데이션이 매력적인 폭스 트림 니트 베스트. 내추럴한 컬러의 모와 모헤어 혼방 소재 모자와 부드러운 스웨이드 재질의 브라운 슈즈를 매치해 편안한 스타일을 완성했다.



## WIDE KIMONO SLEEVE COAT

매끄러운 텍스처가 고스란히 느껴지는 네이비 송치 소재와 그레이 캐시미어 패브릭을 더해 우아한 디테일을 살린 기모노 슬리브리스 코트. 소가죽과 양털을 믹스한 브라운 클러치도 럭셔리하다.



## Alphaca Wool Coat

부드러운 촉감과 편안한 착용감을 지닌 내추럴한 컬러의 알파카 코트. 보트넥 캐시미어 스웨터와 스카프, 심플한 디자인의 스니커즈를 매치해 파비아나 필리피 고유의 매력을 잘 표현했다.



## Grey Cashmere Cardigan

자연스러운 드레이프가 멋스러운 편안한 실루엣의 그레이 니트 카디건. 우아한 록부터 스포티한 스타일까지 다양한 연출이 가능하다. 양털을 매치한 앵클부츠도 매력적이다.



## Wool Cape

입축 기법을 사용한 울 소재로 완성한 케이프. 그레이 컬러 토키털로 포인트를 주었다. 스웨이드 소재 팬츠와 스니커즈를 매치해 경쾌하게 스타일링했다.



## White Vest

알파카와 양모를 매치한 포근한 느낌의 베스트. 드라마틱한 모자와 편안한 팬츠, 실용적인 캐시미어 카디건이 어우러져 진정한 럭셔리 기품을 보여준다.



# smart Lifting

아직도 피부는 타고난다고 생각하는가?  
후천적으로 어떻게 관리하느냐에 따라  
피부의 운명은 얼마든지 달라질 수 있다.  
후성 유전학이라는 독창적인 관점으로  
항노화에 접근해 피부 운명을 바꿔줄  
샤넬 르 리프트 컬렉션이 올기를 더욱  
강력해진 라인업으로 모습을 드러냈다.  
*photographed by park gun zoo*



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로)  
샤넬 르 리프트 퍼밍 스무딩 로션  
150ml 11만1천원, 샤넬 르 리프트  
리프트케어링 마사지 마스크 50g  
10만6천원, 샤넬 르 리프트 인스턴트  
스무딩 아이 세럼 15ml 13만9천원,  
샤넬 르 리프트 세럼 50ml  
27만7천원(대용량· 한정 제품).

## 안티에이징의 새로운 역사를 쓰다, 후성 유전학

같은 나이인데도 유독 피부가 주름 없이 매끄럽고 탄력 있는 사람이 있다. 타고난 피부였지라고 생각할 수 있지만, 여기서 젊고 넘어가야 할 부분은 피부 노화는 타고난 유전적 요인보다 식생활, 스트레스 수준, 생활 패턴 등의 후천적 환경 요인에 더 크게 영향을 받는다는 사실이다. 또 이런 환경적인 요인은 유전적 발현에 직접적으로 영향을 줄 뿐만 아니라 피부의 젊음을 책임지는 단백질의 합성에 악영향을 미쳐 피부 노화를 빠르게 앞당긴다는 것. 수치로 나타내면 피부 노화를 좌우하는 요소는 타고난 유전적인 요인이 30%, 환경적인 요인이 70% 정도이니 후천적 요인을 컨트롤하는 것이 그만큼 중요하다고 할 수 있다. 이런 연구 결과를 바탕으로 노화는 후천적 노력으로 완화할 수 있다는 이론인 후성 유전학이 등장했는데, 이를 화장품에 최초로 적용한 것이 바로 샤넬 코즈메틱이다. 2008년부터 지금까지 후성 유전학에 대해 끊임없이 연구해온 샤넬 연구소는 노화에 대한 연구로 유명한 벨리노 교수와의 지속적인 협업을 통해 노화에 영향을 주는 단백질의 합성을 조절하는 마이크로-RNAs의 주요 역할을 입증, 에들리스 성분과 후성 유전학의 집합체이자 샤넬을 대표하는 안티에이징 라인인 르 리프트 컬렉션을 선보이게 된 것이다.

## 점음으로 가는 해답, 에들리스 추출물

앞서 말한 이론이 어떻게 들릴 수 있겠지만, 다시 요약해보면 이렇다. 환경오염, 생활 습관 등 외부 환경 요인은 젊음에 관여하는 단백질 합성에 영향을 미치고, 이에 따라 노화의 진행 여부도 판기를 낸다는 것. 결론적으로 노화를 늦추기 위해서는 이 단백질 합성 단계를 컨트롤하는 것이 관건이다. 2013년에 첫선을 보인 이래 리프팅 케어의 선두 주자로 자리 잡은 르 리프트 컬렉션이 이에 대한 해답을 제시하는데, 그것은 바로 핵심 활성 성분 3,5-DA다. 이는 피부의 젊음에 관여하는 단백질에 영향을 미치는 특정 마이크로 RNAs를 조절하는 활성 성분으로, 에들리스 뿌리에서 추출한 분자체다. 샤넬의 특별한 재배 기술을 접목해 성장시킨 에들리스 뿌리에는 보통의 에들리스 뿌리보다 약 50배 많은 양의 활성 성분을 함유해 강력한 효과를 발휘하는 것이 특징. 유전자의 발현을 사전에 조절할 수 있는 능력을 갖추었을 뿐만 아니라 젊음에 관여하는 단백질의 생성을 촉진해 더욱 탄력 있고 생기 있는 피부로 가꾸주는 획기적인 안티에이징 성분이다.

## 강력한 리프팅 효과, 샤넬 르 리프트

샤넬은 2013년에 출시한 르 리프트 세럼과 크림을 시작으로, 올해에는 3,5-DA 활성 성분을 다한 세 가지 신제품을 선보여 비로소 더욱 강력해진 라인업의 르 리프트 컬렉션을 완성했다. 그 주인공은 예민한 눈가의 주름을 방지하고 다크서클을 개선하는 르 리프트 인스턴트 스무딩 아이 세럼과 피부 탄력과 톤을 회복시키는 마사지 전용 제품 '르 리프트 리프트케어링 마사지 마스크', 보습 효과를 주고 피부의 균형을 유지하는 르 리프트 로션이다. 이 중 가장 눈에 띄는 신제품은 스펙셜 트리트먼트 제품인 르 리프트 리프트케어링 마사지 마스크다. 일주일에 2~3회 사용하는 것만으로도 전문 에스테티션에서 관리받은 듯 피부가 눈에 띄게 달라진 것을 경험할 수 있는 제품으로, 특히 4주 후 얼굴의 볼륨과 윤곽이 매끄럽게 정돈되고 피부가 찜찜해처럼 쫄쫄해지는 효과를 얻을 수 있다. 이는 총 2단계의 리추얼 작용을 하는 것이 특징. 먼저, 바르는 순간 생크림처럼 부드러운 텍스처가 피부를 편안하게 감싸 진정 효과를 선사하고, 두 번째 단계로 손가락을 사용해 부드럽게 마사지하면 크림 텍스처가 피부 표면에서 실기만 마사지 오일로 변하면서 강력한 퍼밍 작용과 노화 물질 배출 작용을 강화한다. 이때 샤넬이 제안하는 네 가지 마사지 동작을 병행하면 시너지 효과를 얻을 수 있다는 점도 특별하다. 양손의 검지와 중지를 V자로 만든 후 손가락을 구부린 상태로 턱 라인을 문지르는 V자 동작, 주먹을 쥔 후 턱 라인에서 광대뼈까지 수직으로, 이마 중앙에서 양 끝으로 수평으로 움직이는 리세이밍 동작, 손가락 끝으로 한쪽 얼굴에서 시작해 매끄럽게 밀어주는 리프팅 동작, 손가락 끝을 사용해 피붓결을 따라 부드럽게 문지르는 부기 제거 동작이 그것이다. 이와 함께 선보이는 르 리프트 로션은 마그네슘 워터 콤플렉스를 함유해 3,5-DA 활성 성분과 여러 활성 성분을 표피층 안으로 빠르게 확산시키는 것을 돕고 피부에 충분한 수분을 공급해 그 뒤에 사용하는 세럼과 크림이 잘 흡수될 수 있도록 케어한다. 인뿔 보기에 토너같이 묽지만 젤처럼 탱탱하고 점성이 느껴지는 텍스처로 단독으로 사용해도 촉촉함 만큼 보습력이 으뜸이다. 로션을 바른 뒤 사용하는 르 리프트 인스턴트 스무딩 아이 세럼은 기존의 크림 아이에 비해 촉촉하고 신뜻한 타입으로, 여러 번 덧발라도 부담이 없고 메이크업이 밀릴 염려도 없다. 3,5-DA 활성 성분과 환경적 스트레스로부터 피부를 보호하는 해양 활성 성분을 더해 눈가 부기를 제거하는 데 탁월한 효과를 발휘하는 것은 물론 눈가의 잔주름을 완화하고 다크서클을 예방한다. 르 리프트 신제품은 9월부터 전국 샤넬 코즈메틱 매장에서 만날 수 있다. 문의 080-332-2700 에디터 권유진



(왼쪽부터 시계 방향으로) 단독으로 착용해도 부드럽고 물세탁이 가능해 더욱 실용적인 남성용 핑큰 리운드넥 스웨터 31만8천원, 아이보리·네이비·버건디 컬러로 출시한, 세련된 네크라인 디자인이 돋보이는 여성용 하이넥 니트 29만8천원, 아이보리·딤 그린 컬러로 선보이는, 패시워드한 다이아몬드 패턴이 유니크한 남성용 리운드넥 스웨터 31만8천원, 모던한 스트라이프 패턴과 부드럽고 도톰한 소재, 네크라인을 감싸는 집싸는 하이넥 디자인이 멋스러운 그린 컬러 방풍 울오버 37만8천원 모두 **만싱웨어**.

# prime Knit Time

구름 한 점 없는 맑은 가을 하늘 아래, 바람을 가로지르는 당신의 멋진 스윙을 더욱 돋보이게 하는 건 바로 만싱웨어의 프리미엄 니트 웨어 '프라임 니트 컬렉션'이다. *photographed by park gun zoo*

## 세계 최초의 정통 골프 웨어 브랜드, 만싱웨어

세계 최초로 골프 웨어를 선보인 전통 있는 브랜드이자, 럭셔리 골프 웨어를 선도하는 브랜드 '만싱웨어 (Munsingwear)'. 이들을 대표하는 아이템을 꼽자면 단연 니트 웨어다. 브랜드의 아이코닉한 심플인 핑큰 모티프를 새긴 도톰하고 부드러운 니트는 날씨가 선선해지는 가을에 가장 많이 판매되는 베스트셀러 제품. 무조건 뒀는 컬러와 과한 디테일을 사용하는 여타 골프 웨어 브랜드와는 달리, 눈길을 사로잡는 고급스러운 컬러와 만싱웨어만의 아이덴티티가 느껴지는 세련된 디자인, 편안한 스윙을 도와주는 하이 퀄리티 소재를 사용한다는 점은 만싱웨어의 니트 웨어가 사랑받을 수밖에 없는 이유다. 게이 플레이어(Gary Player), 알 게이버거(Al Geiberger) 등 세계적인 PGA 프로는 물론, 국내에서는 정확한 스윙과 스타일리시한 패션 감각으로 유명한 스포츠 스타 신나송 프로와 정재은 프로, 선수 못지않은 실력을 갖춘 스타 부부 김호진과 김지호, 여배우 박한별 등 유명 스타들이 즐겨 입는다는 점 역시 이 사실을 뒷받침한다. 올가을엔 만싱웨어만의 독보적인 기술과 클래식한 감성, 모던하고 세련된 패턴을 더한 니트 웨어 '프라임 니트(Prime Knit)'를 선보이는데, 이는 만싱웨어의 오랜 전통과 노하우를 모두 집약했다고 해도 과언이 아닌 프리미엄 니트 컬렉션이다.

## 프리미엄 니트 웨어, 프라임 니트 컬렉션

만싱웨어만의 하이 테크놀로지를 적용한 프라임 니트는 일본에서 개발한 특수 원사, 하이 퀄리티 울, 캐시미어, 스트레치 방풍 안감 등 최고급 기능성 소재를 사용해 착용 시 부드럽고 가벼우며 효율적인 스윙을 돕는 것이 특징이다. 특히 아티스틱한 터치를 더한 핑큰 모티프의 라운드넥 스웨터는 단독으로 착용해도 딱딱하지 않고 부드러울 뿐만 아니라 신축성이 뛰어나지만 늘어남이 없고 물세탁할 수 있는 니트라는 점에서 획기적이다. 또 만싱웨어의 특별한 스웨터 제조 기법으로 만든 여성용 하이넥 니트는 퍼포먼스 기능을 강화해 활동성이 높고, 독특한 네크라인 디자인으로 진부하지 않고 세련된 스타일을 완성했다. 이외에도 체크, 다이아몬드, 별 등 감각적인 패턴을 더한 니트 컬렉션을 함께 출시하며, 이는 모두 수년이 지난 후 입어도 촌스럽지 않고 스타일리시할 뿐만 아니라 소재의 변형이 적어 오래도록 멋스럽게 스타일링할 수 있다. 만싱웨어의 프라임 니트는 9월부터 만싱웨어 전국 매장에서 구입할 수 있다. 문의 02-2007-8584 에디터 권유진



1 만싱웨어 하이넥 니트와 자수 디테일을 더한 핑큰 스카트를 매치해 세련된 골프 웨어룩 연출한 신나송 프로. 2 고급 기능성 골프 웨어인 만싱웨어 핑큰 리운드넥 스웨터.



# Time for black tea

스테디셀러에는 모두 그럴 만한 이유가 있는 법. 피부 탄력 증진에 탁월한 효능을 지닌 블랙티 성분과 자극적이지 않은 천연 원료, 은은한 향까지 삼박자를 고루 갖춘 프레쉬(Fresh)의 블랙티 마스크 듀오가 당신의 피부를 위한 티 타임을 제안한다. *photographed by park gun zoo*

## 피부 시간을 되돌려주는 블랙 티 타임

뉴욕에서 탄생한 프레쉬는 브랜드 이름처럼 신선하고 세련된 제품으로 수많은 마니아층을 거느린 브랜드로 유명하다. 설립자 중 한 명인 알리나 로이버그(Alina Roytberg)의 패션 디자인 전공자다운 감각적인 디자인도 한몫하겠지만, 프레쉬가 단순히 디자인을 넘어 사랑받는 것은 단연 천연 원료를 현대적으로 재해석하기 때문이 아닐까. 장미 꽃잎을 등축 담아 수분 충전 효과를 발휘하는 로즈 칼렉션부터, 피부 진정에 탁월한 살탕을 사용한 슈가 칼렉션, 피부 트러블 고민을 해결해주는 엄브리안 클레이 칼렉션까지, 믿고 쓸 수 있는 제품력에 세련된 패키지를 더해 여성들이 프레쉬를 찾게 만드는 듯하다. 제품에 사용한 천연 성분 하나하나마다 브랜드 설립자인 레브 글레이즈먼(Lev Glazman)과 알리나 로이버그의 스토리가 담겨 있는 프레쉬는 이번 시즌 그들이 어린 시절부터 즐긴 블랙티 성분의 마스크 듀오를 추천한다. 블랙티 인스턴트 퍼펙팅 마스크와 블랙티 피밍 오버나이트 마스크가 그것으로 두 사람은 발효한 블랙티로 만든 공무처를 처음 접한 후 블랙티 성분이 피부를 매끄럽고 탄탄하게 만들어준다는 사실을 발견했다. 이를 계기로 본격적으로 블랙티 성분을 연구했고, 그 결과 인티에이징 마스크라 불리는 프레쉬의 베스트셀러 블랙티 마스크가 탄생했다.

## 블랙티 마스크가 선사하는 코르셋 효과

뜨거운 여름이 지나갈 무렵, 피부는 탄력을 잃어 한층 나이 들어 보이기 쉽다. 게다가 피부 속부터 메마르게 만드는 가을의 건조한 기류는 벌써부터 두렵기만 하다. 이럴 때 피부에 활력을 되찾아줄 해결사, 프레쉬 블랙티 마스크 듀오를 주목해보자. 프레쉬를 널리 알린 일등 공신 마스크 중 하나로 두 제품 모두 재구매율이 높다. 먼저 수크림처럼 부드러운 텍스처가 특징인 워시오프 타입의 블랙티 인스턴트 퍼펙팅 마스크를 사용해 피부를 깨끗하게 정돈한 뒤, 같은 라인의 달래이 인퓨전, 아이크림, 세럼, 크림을 바르고 스킨케어 마

지막 단계에 블랙티 피밍 오버나이트 마스크를 바르고 자면 끝. 두 가지 간단한 과정만 거쳐도 피부가 마치 코르셋을 입은 것처럼 쫘뼛하게 조여주는 리프팅 효과를 볼 수 있다. 일명 코르셋 효과라 불리는 이 원리의 숨은 공신은 역시 '블랙티'다. 이외에도 블랙베리 추출물, 리치 시드 추출물로 이루어진 레쉬의 독자적인 성분인 블랙티 콤플렉스를 추가해 피부를 집중적으로 리프팅해준다. 특히 블랙티 마스크 듀오는 함께 사용하면 더 완벽한 인티에이징 효과를 발휘하는데, 낮에 사용하는 블랙티 인스턴트 퍼펙팅 마스크는 쿨링 효과를 통해 피부를 진정시키며, 다음 단계에서 사용하는 제품의 흡수율을 도와준다. 자기 전 사용하는 블랙티 피밍 오버나이트 마스크는 나이트 플리워라 불리는 분꽃 추출물을 함유해 낮 동안 여러 스트레스 요소에 지친 피부를 밤사이 영양으로 충전해준다. 특히 이 제품은 수면 마스크 타입이라 간편하게 사용할 수 있다는 점이 매력적이다. 두 제품 모두 자극적이지 않은 천연 원료를 사용해 피부가 민감한 여성도 무리 없이 사용할 수 있다는 것 또한 눈에 띄는 장점. 다가오는 가을, 피부 관리의 시작과 끝을 블랙티 마스크에 맡겨보자. 블랙티 인스턴트 퍼펙팅 마스크 100ml 13만8천원, 블랙티 피밍 오버나이트 마스크 100ml 13만8천원. 문의 080-822-9500 에디터 김예



1 피부를 매끄럽고 탄탄하게 만들어주는 블랙티 마스크 듀오. 2 피부를 진정시키고 밸런스를 맞춰주는 분꽃, 3 발효한 블랙티로 만든 공무처가 프레쉬 블랙티 마스크의 원료다. 4 세안 후에는 인스턴트 퍼펙팅 마스크로 피부에 활력을, 자기 전에는 피밍 오버나이트 마스크로 탄력을 재워줄 프레쉬 블랙티 마스크 듀오.

## SPECIAL EVENT COUPON

### (스타일 조선일보)와 프레쉬가 함께하는 쿠폰 이벤트

본 쿠폰을 가지고 프레쉬 매장 방문하시는 (스타일 조선일보) 고객에게 블랙티 라인 베스트셀러 2종 블랙티 인스턴트 퍼펙팅 마스크(20ml), 블랙티 인퓨전(15ml) 체험 키트를 증정합니다.

기간 2015년 9월 4일(금)~13일(일)

교한 매장 갤러리아백화점 명동점(02-547-4115), 롯데백화점 본점(02-726-4038)·잠실점(02-2143-1930), 신세계백화점 본점(02-310-5075)·강남점(02-3479-6202), 현대백화점 강남점 본점(02-3438-6026)·무역센터점(02-3467-8414)

\* 1일 1백 개 선착순 증정하며, 증정품은 조기 소진될 수 있습니다. 1인 1회 사용으로, 중복 증정 불가합니다.

# the best Angle

뜨거운 도시 상하이에서 카메라 셔터 소리가 이어졌다. 바로 어떤 각도에서나 최고의 앵글을 찾아준다는 에스티 로더의 '뉴디멘션' 컬렉션 론칭 행사장을 찾은 프레스들이 제품을 사용한 후 휴대폰 카메라를 꺼내 든 것. 즉각적으로 페이스 라인을 교정해줄 에스티 로더의 드라마틱한 신제품의 등장을 상하이에서 직접 확인했다.

## 입체감 있고 밀도 높은 얼굴 라인, 뉴디멘션

자신을 드러내는 것이 곧 정보가 되는 시대, 이러한 트렌드를 위해 빠르게 변화하는 요즘 어느 각도에서나 자신 있는 얼굴을 완성해준다는 에스티 로더의 신제품 '뉴디멘션'은 시의적절한 제품이다. 얼굴선을 입체감 있고 밀도 높게 만들어주는 완전한 신제품을 소개하기 위해 에스티 로더가 선택한 장소는 바로 상하이. 트렌드의 최전선이자 아시아에서 가장 중요한 시장인 중국의 중심에서 화려한 데뷔 무대를 가진 이 제품은 혁신성과 에스티 로더가 지금까지 쌓아온 신뢰 덕분에 인상적으로 안착했다. 에스티 로더는 세계적인 뷰티 트렌드를 이끄는 글로벌 기업인 만큼 신제품을 선보이는 데 매우 신중하기에 뉴디멘션이 품은 의미도 남다르다. 이는 페이스 키투어링에 관련된 제품으로, 핵심 제품은 뉴 디멘션 세럼과 엑스퍼트 리퀴드 테이프다. 이 새로운 컬렉션은 피부의 여러 층에 작용해 피부를 탱탱하게 채워주고 피부 구조를 탄력 있게 잡아주어 얼굴선을 보다 뚜렷하게 가꾸어준다. 즉각적인 효과도 뛰어나지만, 꾸준히 사용하면 얼굴 라인이 더 선명하고 탄력 있게 변한다.

어느 각도에서든 자신 있는 얼굴을 선사하는 뉴디멘션의 비밀은 피부의 탄력과 구조를 모두 눈에 띄게 개선시키는 데 있다. 피부 생물학과 바이오 액티브(Skin Biology Research & Bio Actives) 분야를 연구하는 에스티 로더 R&D 센터의 나딘 페르노데(Nadine Pernodet) 박사는 상하이의 갤러리에서 개최된 프레젠테이션 현장에서 "젊고 어린 피부의 특징인 탄탄한 피부 밀도와 선명함은 피부 구조에 의한 것이라고 알려주었습니다. 그러나 최근 연구 결과를 통해 진정한 '변화'를 만들어내려면 피부 표면을 탱탱하게 채워주는 것 또한 중요하다는 것을 발견했습니다. 필요한 부위는 채워주고 피부의 지지 구조를 튼튼하게 해 더욱 뚜렷해 보이는 얼굴을 만드는 것이 중요합니다"라고 이야기한다. 특히 이 라인의 핵심 제품인 세럼은 농축된 포플러가 강력한 효과를 선사하는데, 아마와 붉은 더욱 탱탱하게 해주고 턱 선을 날렵하게 만들어준다. 독특한 사용 방법이 인상적인 뉴디멘션 엑스퍼트 리퀴드 테이프는 눈가 주름과 팔자 주름 등 탄력이 필요한 얼굴의 주요 부위에 바르는 즉시 쏠쏠하게 피부를 당겨주는 제품이다. 탄력이 필요한 부위를 즉각적으로 채워주고 리프팅시키는 스킵 트리트먼트 제품이라고 생각하면 쉽다. 여기에 더해 두 가지 크림 세이드가 담긴 뉴디멘션 페이스 키투어링 키트는 음영을 통해 얼굴에 깊이를 더해주고 눈매를 더욱 정교하게 연출할 수 있는 아이 키투어링 키트까지 구성해 보다 완벽한 뉴디멘션 컬렉션을 완성했다. 이번 신제품을 개발하는 데 긴 시간을 투자한 나딘 페르노데 박사는 이 제품을 에스티 로더 최고의 제품이라 칭할 수 있는 갈색병에 비유했다. 그는 "뉴디멘션은 갈색병에 비유되는 혁신적인 제품입니다. 뛰어난 효능과 즉각적인 효과를 선사하는 테크놀로지는 이전에 우리가 경험할 수 없는 것들을 보여줄 것입니다. 프레젠테이션에서 이야기한 것처럼 우리는 안티에이징과 같이 소극적인 피부 변화에 대해 이야기하지 않습니다. 이 제품을 통해 여성이 스스로 변화할 수 있는 힘을 키울 수 있도록 하는 긍정적인 변화를 이끄는 제품을 개발했습니다. 이것은 아름다움을 위해 기준에 없던 포괄적인 개념의 '변화'입니다"라고 이야기하며 보다 적극적으로 자유로운 리프팅 케어에 관한 자신의 변화를 선언했다. 신제품에 대한 생생한 사용 후기를 보고 싶다면 인스타그램에 해시태그 #BestAngle' 혹은 #Newdimension'을 검색하면 된다. 에디터 **배미연** 상하이 현지 취재





**interview\_ Dr. Pernodet**

**트랜스포머티브 셰이핑 테크놀로지(Transformativ Shaping Technology)에 대해 설명 부탁드립니다. 이 테크놀로지가 뉴디멘션 스킵케어의 핵심인 것 같은데, 사실 뉴디멘션 스킵케어에는 세 가지 핵심 기술이 적용되어 있죠. 우선 트랜스포머티브 셰이핑 테크놀로지는 주로 피부의 볼륨과 얼굴의 탄력에 작용합니다. 피부 표면의 여러 층에 적용해 탄력을 증가시키는 이 셰이핑 테크놀로지에는 단백질인 필라그린(milagrin)의 생성을 도와 피부 컨디션을 개선하는 쌀 추출물이 함유되어 있는데, 이 필라그린은 빠른 속도로 생성되어 즉각적인 콜라겐 효과를 기대할 수 있습니다. 거기에 바다 식물 추출물이 피부 속 수분을 지켜주어 피부의 볼륨을 증가시켜 대수 씨 추출물은 피부의 천연 지질(lipid) 생성을 도와주는데, 이는 장기적으로 유지되는 피부의 볼륨을 향상시킵니다. 또 피부의 구조에 작용하는 두 가지 주요 콜렉스가 있습니다. 하나는 자연적인 피부의 콜라겐 생성을 돕는 프로-콜라겐 콤플렉스라 피부 콜라겐 생성을 촉진한다. 스킵 스텝스나 경우, 알기 추출물을 함유해 피부의 엘라스틴 생성을 돕고 피부 탄력을 증가시킬 수 있도록 도와줍니다. 또 아제 발효에서 알함드린 것처럼 피브로넥틴(fibronectin)은 피부의 밀도를 증대시키는 단백질로 피부 세포가 콜라겐 섬유에 단단하게 고정될 수 있도록 도와줍니다. **피부의 스킵프링, 볼륨 향상을 동시에 돕는 이 제품 개발의 배경은 무엇인가?** 제품의 궁극적인 목표는 피부와 얼굴 윤곽의 변화(transformation)죠. 피부와 얼굴의 볼륨과 구조에 영향을 미치는 요소에 대한 이해를 돕기 위한 리서치에 약 7년 정도 걸렸어요. 이를 통해 볼륨과 구조는 발가의 것이 아니라 함께 관리해야 한다는 결론을 얻었습니다. 만일 이 두 가지를 함께 관리하지 못한다면 놀라운 변화를 경험할 수 없을 거예요. **하일루루산이나 콜라겐의 효과를 증대시키는 특징 테크놀로지가 있나?** 하일루루산과 콜라겐은 그동안 많은 스킵케어 제품의 부수적 성분으로 사용되어왔습니다. 우리는 여기에 필라그린 부스터, 콜라겐 부스터와 함께 지금까지는 적용하지 않았던 피브로넥틴, 엘라스틴, 그리고 천연 지질층까지, 다양한 피부층에 작용하는 요소를 최우선으로 조합해 최상의 효과를 발휘하도록 했습니다. 분명 하일루루산, 콜라겐, 엘라스틴에 대해 들어본 적이 있었지만, 이 제품이 혁신적인 것은 이 모든 성분의 특별한 조합이 피부의 여러 층에 작용해 피부의 볼륨과 구조를 개선해준다는 점 때문이죠. **직접 개발한 제품 중, 이번 신제품 외에 특별히 애착이 가는 제품은 무엇인가?** 모든 제품 하나하나에 애정을 쏟지만, 이번 제품의 경우 적합한 테크놀로지를 개발하고 찾기 위해 많은 시간 리서치와 실험을 진행해 특히 애착이 가는 제품이에요. 다들 잘 아시는 갈색병과 리-뉴트리브 다이아몬드 컬렉션도 특별하게 생각하는 제품입니다. 특히 리-뉴트리브 다이아몬드 컬렉션은 새로운 성분 '블랙 트러플(Black Truffle)'을 찾으면서 새로운 사람들을 많이 만나 제게는 완전히 새로운 경향이 있죠.**



1 혁신적인 접근 방식으로 스킵케어 카테고리에도 도전장을 던진 뉴디멘션 세럼. 2 뉴 디멘션 글로벌 컬러인 모델 에이 앤데스. 3 상하이 행사장 모습. 4 얼굴 라인을 해시태그가 붙어 있다. 5 얼굴 라인을 즉각적으로 교정해주는 리퀴드 테이프. 6 키투어링 효과를 극대화하는 키투어링 키트. 두 가지 세트로 구성되어 있다.



# Super anti-aging

트렌드에 휘둘리지 않고 소신 있게 자신들의 제품을 더욱 강화해가는 브랜드 클라란스가 7세대 슈퍼 레스토러티브를 공개했다. 더욱 강력해진 안티에이징 성분을 첨가해 피부 시간을 되돌려주려 우리 앞에 나타나 공격적인 홍보 없이 꾸준히 사랑받는 이유를 클라란스 CEO 올리비에 쿠르탱 클라란스를 통해 일본 도쿄에서 직접 들어봤다.

## 스킨케어의 강자, 클라란스

창량한 블루 컬러로 '파란 에센스'라 불린 하이dra 퀸치 세럼부터 안티에이징 에센스의 선두 주자 더블 세럼, 얼굴선을 잡아주는 토탈 V 에센스까지, 모두 클라란스를 대표하는 제품이다. 프랑스 스킵케어 부동의 1위를 유지하고 있는 클라란스는 어떻게 그 자리를 꾸준히 지키고 있을까. 이렇게 시작된 궁금증은 클라란스 CEO 올리비에 쿠르탱 클라란스를 만난 후에야 비로소 풀 수 있었다. "여러 가지 측면에서 클라란스는 다른 브랜드들과 차별화됩니다. 자신 있게 말할 수 있는 것은 클라란스는 '혁신적인 전문가'라는 사실입니다. 우리는 자체적으로 클라란스 스킵 스파를 운영하고 있습니다. 페이스 케어는 물론부터 케어까지 100% 수기 트리트먼트로 진행하죠. 그런 브랜드는 거의 없기에 특별하다고 생각합니다. 또 모든 제품에 공해 방지 성분이나 자외선 차단 기능을 더한 것도 클라란스가 선구자 역할을 했다고 생각합니다. 식물 성분을 활용한다는 점도 특징이죠. 최근 많은 브랜드들이 앞다투어 식물을 사용한다고 하지만, 우리는 브랜드가 탄생했을 때부터 식물을 찾고 연구해왔기 때문에 요즘 유행처럼 식물 성분을 강조하기 시작한 브랜드와는 차이가 있어요. 마지막으로 제품 개발 방식이 다릅니다. 제품을 개발할 때 항상 고객의 목소리에 귀를 기울이고 그로부터 영감을 받아 제품을 개발합니다"라는 그의 말에서 강한 자부심이 느껴졌다. 앞서 말한 것처럼 클라란스는 고객의 의견을 반영해 탄생된 제품이 크게 인기를 끌었다. 이번엔 리뉴얼해 출시하는 슈퍼 레스토러티브(Super Restorative) 세럼과 크림 역시 그러하다.

## 안티에이징의 혁신, 슈퍼 레스토러티브

사람마다 차이가 있었지만 피부 노화가 빠르게 진행되는 나이는 40세로, 그 이상이 되면 불균형한 호르몬 변화가 찾아온다. 이 때문에 밸런스가 무너지 피부가 늘어지고 주름이 발생하는데, 이런 여성들을 위해 클라란스는 12년 전, 슈퍼 레스토러티브를 출시했다. 론칭 이후 1천8백만 개 이상 판매되었고, 특히 일본과 한국 시장에서 가장 큰 성공을 거두었다. 이렇게 아시아에서 입지를 다진 클라란스의 슈퍼 레스토러티브가 더욱 진화된 모습을 선보이기 위해 도쿄에 위치한 르 홀 드로(Le Hall Togo)로 초대했다. 작은 연

못이 있는 아름다운 장소에서 인터내셔널 커뮤니케이션 디렉터 마리 헬렌 레르 박사가 새로운 슈퍼 레스토러티브를 소개했다. "새로운 제품이 기존 제품과 가장 크게 다른 점은 피부 밀도와 탄력, 노화에 따른 다크 스팟, 볼륨감 저하로 얼굴 형태가 변하는 것에 대한 완벽한 솔루션이 된다는 점입니다. 또 기존 라인에는 '푸에라리아(pueraria)' 추출물을 함유해 호르몬에 작용하는 역할을 했다면, 이번에는 식물의 재생 능력을 집중했죠. '숲의 약사라 불리는 좁은 잎 질경이'라는 식물을 발견한 것이 그 중 하나입니다"라며 강력해진 슈퍼 레스토러티브의 효능을 전했다. 클라란스는 식물만 연구하는 연구소와 민속 식물학자가 따로 있을 정도로 식물에 대한 애정이 각별하다. 자연을 해치지 않는 선에서 희귀한 원료를 사용하지 않는 것이 그들만의 법칙인데, 7세대 슈퍼 레스토러티브 역시 이렇게 찾아낸 '하룻가나(harungana)' 성분을 함유했다. 하룻가나는 안티에이징 성분으로 잘 알려진 레티놀보다 더 강력한 작용을 하며, 동아프리카에서는 두통을 치료하는 데 사용했을 정도로 항염 효과가 뛰어난 식물이다. "하룻가나는 비교적 쉽게 채취할 수 있고 대량생산이 가능해 이 성분을 선택했죠. 희귀한 식물은 갈수록 더 희소해지기 때문에 저희는 비교적 쉽게 쉽지만 효능은 뒤쳐지지 않는 성분을 찾아내려고 노력하고 있어요. 구하기 어려운 희귀 성분을 원료로 한 제품이 유행처럼 번지고 있지만요." 이렇게 말하는 올리비에 회장 모습에서 대세를 따르지 않고 자신만의 길을 추구하는 클라란스의 면모가 엿보였다. 하룻가나 외에도 멜라노시이트의 축적을 막아주는 몽펠리에 로즈, 지방 조직이 늘어지는 것을 방지하는 좁은 잎 질경이 추출물을 더해 완벽한 라인이 탄생했다. 리뉴얼된 세럼과 크림은 바르자마자 가볍게 스며드는 촉촉한 텍스처가 단연 돋보였는데, 메이크업을 할 때 밀리지 않기를 원하는 고객들의 의견을 반영해 텍스처를 개선했다는 얘기를 듣고 역시 클라란스라는 생각이 들었다. 거기에 기존에도 반응이 좋았던 재스민과 장미가 조화를 이룬 향은 그대로 유지해 가장 진보적인 동시에 알싸해기만 모았다고 느껴질 정도로 이만한면 클라란스의 철학과 원칙을 모두 담은 제품이 아닐까. 데이 크림 16만원, 나이트 크림 17만원, 세럼 21만원. 문의 080-542-9052 에디터 **김태도** 도쿄 현지 취재



1 작은 연꽃이 있는 아름다운 르 홀 드로에서 열린 슈퍼 레스토러티브 프레젠테이션 현장. 2, 3 불균형한 호르몬 변화로 무너진 피부 밸런스를 맞추는 새로운 슈퍼 레스토러티브의 세럼과 크림. 4, 5 새로운 슈퍼 레스토러티브의 핵심 성분 식물인 몽펠리에 로즈 잎과 하룻가나.



**Olivier Courtin Clarins(CEO of CLARINS)**

**새로운 출시된 슈퍼 레스토러티브는 고객의 의견을 반영해 만들었다고 알고 있다. 우리는 고객 카드를 통해 전 세계 여성들의 목소리를 듣고 있어요. 슈퍼 레스토러티브 라인도 45세 이상 아시아 여성들의 목소리에 귀 기울인 결과죠. 45세 이상 고객은 즉각적인 효과를 원하지만 자신감을 위해 시간을 많이 쓰기 때문에 까다롭죠. 우리는 호르몬 변화로 피부 고민을 겪는 40대 여성들의 가장 큰 고민이 처지는 얼굴선이라는 사실을 알고 난 뒤, 새로운 안티에이징 성분인 하룻가나를 찾아 그들을 만족시킬 제품을 탄생시켰습니다. 앞으로 우리가 선보일 모든 제품은 지금까지 그랬던 것처럼 고객의 의견을 바탕으로 완성할 예정이죠. 신제품보다 기존의 제품을 리뉴얼해서 출시하는 방식을 선호한다. 리뉴얼을 고집하는 이유는? 이것이 클라란스의 철학입니다. 기존의 슈퍼 레스토러티브 라인도 뛰어난 제품이었죠. 많은 고객들이 수년 동안 사용해왔는데, 하루이튿날에 생선을 중독하고 새로운 제품을 출시한다면 오히려 고객에게 부정적인 인식을 심어줄 수도 있죠. 우리는 뛰어난 제품을 리뉴얼하면서 장점을 보존하고 새로운 기능을 추가하면서 원래 좋은 제품이 더 개선되었다는 사실을 강조하기 위해 이 방법을 선호합니다. 신제품을 자주 출시하는 브랜드 제품은 정작 기존과 별 차이가 없는 경우가 많죠. 그런 점에서 우리는 장만하려고 생각합니다.**

# editor's Pick

건조한 피부는 노화의 주범이다. 본격적인 안티에이징의 계절, <스타일 조선훈보> 기자들이 선택한 뷰티 아이템을 눈여겨보자. 지친 피부에 단비 같은 촉촉함과 탄력을 선사해줄 테니까. *photographed by yum jung hoon*

(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) **조르지오 아르마니 액티비티 리프** 입술 각질이 자주 일어나 매트한 립 제품을 사용하지 않는 편. 그런데 이 제품은 틈새처럼 가볍고 립 스틱처럼 선풍한 질감을 자랑한다. 이 제품을 사용하고 난 뒤에는 매일 입술에 오묘한 붉은 컬러를 입힐 수 있게 되었다. 특히 한 번만 발라도 도톰한 컬러감을 따라올 수가 없을 듯. 6ml 4만 원대. 문의 080-022-3332 *\_by 에디터 김지혜*

**베네피트 데이 리프트 컬러 라이너** 라인 한 줄을 긋는 순간 이가다 살았다. 사선 모양의 틸라 라인을 안정적으로 그도록 도와줄 뿐만 아니라 속눈썹 사이사이에 꼼꼼하게 채울 수 있도록 해준다. 특히 매트하고 진한 유프라루프 질감으로 하루 종일 번지거나 지워지지 않고 유지된다. 또 다양한 아이러미네이션이 있을까. 1.4g 3만1천 원. 문의 080-001-2363 *\_by 아시스턴트 에디터 박해미*

**캘리포니아 로즈 에디션 4 컬러 19 레 선드레** 진한 메이크업을 즐기지 않는 데 타라 내추럴한 컬러를 담은 이 팔레트가 인기였다. 은은한 샹구 베이지 색도는 맨 얼굴에 비하면 자연스러운 샹그를 더해주고, 깊고 풍부한 브라운 색도는 세미 스킨 메이크업을 할 때 유용해 자연스럽고 분위기 있는 아이 메이크업을 연출할 수 있다. 7.2g 7만8천 원. 문의 080-343-9500 *\_by 에디터 권유진*

**클로에 오 드 푸왈렛** 클로에의 아이코닉한 리본 장식과 유리 보틀이 눈길을 끄는 플로럴 향수. 기존의 클로에 향수가 우아하고 여성스럽다면, 오 드 푸왈렛은 이로 미학한 레몬 향을 더해 조금 더 가볍고 프레젠테이션이다. 시그니처 오 드 푸왈렛 로 드 클로에 등 클로에 향수 아이러미네이션 수직향 향수가 하나 더 생긴 셈. 30ml 9만9천 원. 문의 02-2673-7642 *\_by 에디터 김지혜*

**아도레파리안 안티에이징 컬러 킷을 쿠션 커버** 기본 제품의 정장인 촉촉함과 안티에이징 성분은 그대로, 하지만 조금 이터진더 캐주얼을 보여 새롭게 선보이는 안티에이징 쿠션 커버 매트, 메이크업 후 시간이 지나도 들뜨거나 건조해지지 않고 커버력도 그대로 유지된다.는 점이 이 제품의 강점이다. 15gx2리필 포함 8만 7천 원대. 문의 080-020-5757 *\_by 에디터 권유진*

**셀샤수 자여진 에센스** 밀도 높은 뛰어난 에센스를 선보이는 셀샤수. 그중 자여진 에센스는 출시 이후 2개월 만에 10만 개가 판매될 정도로 인기가 높은 제품이다. 인산 성분을 전달력이 높은 겔에 담아 피부 깊숙이 전달된다. 기본에 탁월한 효과를 발휘해, 셀샤수리는 이뿐만으로도 만족스러운 제품력을 기대할 수 있다. 35ml 15만 원대. 문의 080-023-5454 *\_by 에디터 박해미*

**리프레이스킨 케어 리스 크림 · 슈어** 럭셔리 크림의 아이콘인 리프레이스킨 케어 리스 크림, 올해 더욱 부드럽고 매끄러운 텍스처로リニューアル되었다. 지금까지도 뛰어난 크림이었지만, 보다 촉촉하고 발림성이 뛰어난 텍스처로 개선해 흡수력을 높였고, 리프레이스킨 효과까지 강조해 탄력 개선에 도움을 준다. 50ml 56만 원대. 문의 080-511-8626 *\_by 에디터 박해미*

**에스티 로더 뉴 디멘션 에피+필 엑스퍼트 세럼** 얼굴 라인을 또렷하게 만드는 데 효과적인 신제품. 에스티 로더 R&D 센터에서 피부 표현까지 재현하여 얼굴 라인 인이 살아난다는 사실에 착안해 만든 제품이다. 이는 라인과 자살 있는 얼굴을 만들 수 있다는 콘셉트로 피부를 탄탄하게 해주고 윤곽을 선명하게 가꿔준다. 30ml 13만 원대. 문의 02-3440-2522 *\_by 에디터 박해미*

**알제니스트 컴플리트 아이 리뉴얼 밤** 이미 시효파에서 인기 아이템으로 떠오른 샌프란시스코 브랜드 알제니스트의 아이 밤. 칼렉션 백스테이지에서 메이크업 아티스트들이 메이크업 전 모델에게 이 제품을 사용해 유명해졌다. 8일 무문산보다 3배 강력한 알고닌 엑시드 성분이 주성분으로 눈가는 물론 피부를 부드럽고 촉촉하게 만들어준다. 15ml 8만 원대. 문의 02-3443-2772 *\_by 에디터 김지혜*

**마라케이 타인와이즈 리모네이션 세럼+시 바타인 C** 함량이 가장 높은 카커두 자두 성분의 바타인 세럼. 7년 전 출시됐지만 여전히 베스트셀러로 인기 가 높다. 바타인의 안정성이 뛰어나고 즉각적인 효과를 원하는 이들에게 빠른 만족감을 준다. 7.5mlx4 16만 원. 문의 080-500-1963 *\_by 에디터 박해미*

**입생로망 포에버 유스 리버라이브 Y-세이브 크림** 해가 자랄수록 생긴 볼드처럼 립 촉 차진 페이스 라인이 고인 있었던 참나, 얼굴을 볼륨 있게 가꾸는다는 카피라이터는 눈길을 사로잡은 크림. 5일 정도 사용하면 피부가 쫄쫄하고 볼륨이 차오르는 것을 느낄 수 있다. 제품을 바를 때 딱딱 묵신 마사지를 병행하면 부종까지 예방한다. 50ml 18만 원. 문의 080-347-0089 *\_by 에디터 권유진*

**프로스틴 라일리스 소스** 피부 탄력 증가와 보습에 도움을 주는 항산화 성분인 라일린 글루테스를 함유한 에센스. 여름휴가 동안 뜨거워 햇빛에 피부가 그늘리고 칙칙해졌다면 라일리스 소스로 케어해볼라. 냉각기에 넣어두고 사용하는 에센스로 콜링 효과는 물론, 피부에 수분 함유량을 높여 오랫동안 촉촉함을 느낄 수 있다. 30ml 4만3천 원. 문의 080-023-7007 *\_by 아시스턴트 에디터 박해미*

**샤벨 샹스 헤어 미스트** 진한 향수를 끼우는 에디터에게 구원교도 같은 제품. 옷에 향수가 배는 것도 싫어하는 편이기에 가벼운 향의 헤어 미스트는 매력적인 아이템이다. 가볍고 선풍한 플로럴 향기를 지녀 헤어 브러시에 뿌려 사용해도 부담스럽지 않다. 35ml 5만7천 원. 문의 080-332-2700 *\_by 에디터 박해미*



# the fatal Addiction

“Shine, Don't be Shy!” 바르는 순간 새로운 텍스처와 선명한 반짝임에 중독될 수밖에 없는 2015 뉴 다올 어딕트 립스틱. 9월 한국 출시를 앞두고 지난봄, 프랑스 현지에서 글로벌 프레젠테이션이 열렸다. 그 매력에 빠져들기에 충분했던 생생한 현장과 다올 하우스 메이크업 이미지 및 크리에이티브 디렉터 피터 필립스와 나눈, 스마트하고 친절한 인터뷰.

**“다올 어딕트는 혁신적이면서도 쿨튀르적인 감수성을 지닌 매력적인 립스틱입니다.”**

새로운 다올 어딕트 립스틱을 출시하는 과정에 어느 정도 관여했나? 제가 다올에 합류했을 때는 이미 몇 년 전부터 이 프로젝트를 진행하고 있었습니다. 그리고 이번 시머 컬렉션인 타이다이 컬렉션에서 리미티드 선보인 어딕트 립스틱의 콘셉트는 두 가지 컬러를 하나의 립스틱에 담은 것이었죠. 이번 9월 새롭게 론칭하는 어딕트 립스틱은 하나의 립스틱에 두 가지 요소가 들어 있다는 기본적인 콘셉트는 같습니다. 사실 처음 저는 이 기술에 의문을 품었습니다. 매년 많은 브랜드들이 같은 문제에 직면하기 때문입니다. 새로운 기계, 새로운 포뮬러 등을 선보일 때 그들이 맞닥뜨리는 문제죠. 또 2 in 1 립스틱 제품 개발은 이미 몇 년 전부터 많은 브랜드들이 시도해왔습니다. 그래서 저는 단순히 2개의 컬러를 믹스하기보다 새로운 포뮬러를 만들기 위해 2개의 서로 다른 포뮬러를 믹스하면 어떨까, 하는 생각을 했습니다. 또 다올 로고를 상징하는 ‘CD’ 로고에 그걸 얹으면 어떨까 생각했죠. 두 가지 다른 포뮬러는 서로 섞일 수도, 분리될 수도 있었기 때문에 다올 연구자에게도 이를 완성하는 것은 큰 도전이었습니다. 그래서 여기에 어떤 성분을 더할 수 있을까 연구했습니다. 스킨케어 성분일 수도 있고 플럼핑 효과를 내는 성분일 수도 있었습니다. 이러한 시도들은 보다 많은 가능성을 만들어주죠. 여러 가지 성분을 더하고 테스트하면서 다올 연구진은 서로 다른 포뮬러를 찾기 위해 많은 연구와 노력을 했습니다. 그 결과 이 특별한 테크놀로지를 완성했습니다. 립스틱 안에서 두 포뮬러는 전혀 믹스되지 않지만, 바르는 순간 믹스되어 놀라운 효과를 발휘합니다.

이 모든 것들을 어떻게 주조했나? 전 화학자예요(웃음) 기술적으로 매우 큰 노력과 어려움이 따르는 문제였습니다. 다올 연구진이 완성한 이 포뮬러의 가장 큰 특징은 립스틱을 발라도 중앙의 또 다른 포뮬러와 섞이지 않고 그대로 남아 있다는 것입니다. 하지만 립스틱을 바르면 두 가지 포뮬러가 자연스럽게 믹스되어 매끄럽고 반짝거리는, 놀라운 미러-샤인 효과를 냅니다. 립스틱의 새로운 장을 연 것이죠. 새로운 다올 어딕트 립스틱의 수분-젤 코트에 대해 자세히 설명해달라. 다올 어딕트 립스틱의 톱 코트 같은 효과는 입술을 위한 얇은 막 같은 역할을 합니다. 또 내 입술 그대로인 듯한 편안함을 줍니다. 이는 세 가지 오일 성분이 결합되어 있기 때문입니다. 이 오일 성분들이 톱 코트와 같은 역할을 하며 입술에 반짝임과 촉촉함을 선사합니다.

블루마이징 효과도 여기에서 생겨나는 건가? 블루마이징 효과는 플럼핑 효과를 주는 성분 때문이 아니라 립스틱 자체에 포함된 효과로 나타나는 것입니다. 립스틱을 발랐을 때의 반짝임, 립스틱에 함유된 섬세한 펄 때문에 스파클링함과 글로시함이 연출되고 이로써 입술이 도톰해 보이는 것이죠. 다올 어딕트 립스틱의 세 가지 레인저는 어떻게 만들게 되었나? 이 레인저들은 포뮬러를 만드는 과정 중 시도한 여러 가지 가능성을 통해 나온 것입니다. 그 이름들은 쿨튀르에서 영감을었습니다. 쿨튀르에서 사용하는 다양한 패브릭 중 스카프, 샤넬이 있는데, 포뮬러를 보는 순간 그것들이 떠올랐죠. ‘플래시’라는 단어는 사실 다올 어딕트 립스틱의 새로운 뮤즈인 강인한 이미지의 제니퍼 로렌스를 보고 떠올린 단어입니다. 글로우 라인을 통해서도 광채, 사이언함을 연출할 수 있습니다.

컬러를 선택할 때 가장 중요한 영향을 미치는 것은 무엇인가? 가장 먼저 머릿속으로 지도를 그립니다. 실질적으로 얼마나 많은 종류의 컬러를 만들 수 있을지, 기술적으로 어떻게 그 컬러를 생산해낼 수 있을지 생각해야 합니다. 이번 다올 어딕트 립스틱은 모두 35개의 컬러로 출시됩니다. 모든 가능성을 실험해본 후 탄생한 컬러입니다. 피그먼트는 얼마나 함유할지, 얼마나 미세하고 섬세하게 만들지, 포뮬러 본래의 성질을 해치지 않으려면 젤 성분을 어떻게, 어느 정도 넣어야 할지 등. 이런 정보를 모두 취합한 후, 직접 시도해보며 여러 가지 가능성을 확인합니다. 또 나라에 따라 최고의 컬러를 선택해야 합니다. 아시아 여성, 미국 여성에게 어떤 컬러가 가장 아름답게 어울릴지 생각하는 것이죠. 제가 만드는 제품은 더욱 아름답게 하기 위함니까요. 제게는 다섯 가지 정도의 기준이 되는 레인지가 있습니다. 2개의 컬러, 2개의 글로우, 그리고 1개의 플래시 레인지입니다. 컬렉션을 만드는 것은 작곡을 하는 것과 같습니다. 음악을 작곡하려면 노트, 음표를 가지고 여러 가지를 연주해야 하니까요. 컬러를 선택하고 만들어 전체 컬렉션을 완성하기까지는 몇 달 정도 소요됩니다. 하지만 이를 모든 나라에 똑같이 적용할 수는 없습니다. 어떤 나라는 21개의 컬러만 출시하고 이 경우에도 컬러의 균형형을 유지합니다. 미치 수학과 같죠. 동시에 컬러를 선택하고 만드는 것은 과연 광장화 크리에이티브합니다.

세 가지 라인과 어울리는 패브릭을 골라야 하나? 시퀀스와 글리터 라인, 매끄러운 코튼은 플래시, 샤넬 소재는 글로우 라인과 잘 어울리죠. 다올 어딕트 립스틱을 통해 표현하고 싶은 여성상이 있다면? 일상생활에서 사용할 수 있는 립스틱을 만들고자 했습니다. 이를 ‘프래퍼 포르테라’고 표현하죠. 다올 어딕트 립스틱의 스파클링한 매력 때문에 젊은 여성을 상상할 수 있습니다. 하지만 이 립스틱은 다올 우먼 모두가 원하는 편안함을 갖추고 있고 특정 연령대를 위한 제품이 아닙니다. 여기에는 여성들이 립 제품에서 기대하는 입술을 위한 영양 성분이 풍부하게 담겨 있습니다. 어딕트 립스틱을 만들 때 20대나 40대 등 특정 연령대를 떠올리지는 않았습니다. 저는 이를 다음을 원하는 여성을 위한 제품으로 만들고 싶습니다. 그리고 이는 모든 연령대의 여성에게 해당됩니다. 제가 상상하는 여성은 메이크업하는 것을 두려워하지 않는 여성입니다. 컬러, 텍스처에 대한 두려움이 없고 메이크업에 대해 가리낌 없이 편안하게 생각하는 여성을 위한 제품입니다.



1 빛의 각도에 따라 반짝임이 달라지는 투명 케이션에서부터 특별함이 느껴지는 다올 어딕트 립스틱. 투광을 받았을 때 바로 보이는 CD 로고에 수분 젤 코트가 담겨 있어 바르는 순간 남다른 촉촉함과 발색력을 선사한다. 계속 발라도 CD 로고가 사라지지 않는 혁신적인 제품. 2 다올 코스메틱의 크리에이티브 디렉터 피터 필립스. 발기에 출신으로, 언제나 진지하고 논리적인 태도가 인상적이다. 3 나스에서 열린 2015 뉴 다올 어딕트 글로벌 프레젠테이션 현장. 새로운 모델로 제니퍼 로렌스가 캐스팅됐음을 알리는 자리가기도 했다.



## Glow, Flash, Glitter!

여성들에게 가장 사랑받는 립스틱 중 하나인 다올 어딕트 립스틱이 2015년 퓨처리스트 버전으로 새롭게 탄생했다. 생기 넘치는 반짝임으로 다올 립스틱만의 특별함을 보여주는 신제품으로, 립스틱 중앙의 톤온 CD 모노그램에 담긴 수분 젤 코트가 그 특별함의 주인공이다. 세 가지 천연 미네랄 오일 성분으로 완성한 이 모노그램은 젤 효과의 수분 톱 코트 같은 역할을 한다. 립스틱을 사용할 때마다 섬세하게 녹아들어 매끄러우면서도 감각적으로 빛나는 울트라 사이니 효과를 연출하며 오래 지속되는 선명한 반짝임과 최고의 블루마이징 효과를 선사해, 이제까지와는 다른 입술을 표현한다. 내추럴한 발색과 우아한 광채, 진주빛 섬세한 펄 피그먼트와 글리터로 표현하는 글로시한 입술, 그리고 볼드하고 다양한 팜 컬러가 새로운 다올 어딕트 립스틱의 차별적인 매력이다. 3.5g 4만2천 원. 문의 080-342-9500



# 대중 문화는 왜 미술관으로 갔을까?

심오하고 고귀한 예술 작품만 미술관에 전시되는 시대는 갔다. 현대의 유명 미술관에서는 코카콜라 병과 아이돌 가수의 사진, 주말 드라마를 전시한다. 대중매체가 대량생산한 대중문화가 국내의 미술관의 초대를 받고 있는 이유는 무엇일까?

2015년 7월 25일 오전 10시는 미술관 역사상 가장 흥미로운 날 중 하나로 기억될 것 같다. 미국 LA 카운티 미술관에서 크리스천 마클레이의 영상 작품 '시계(The Clock)'를 24시간 동안 상영했기 때문이다. '시계'는 2010년 런던 화이트 큐브에서 처음 공개된 작품인데, 영화와 텔레비전에 시계가 나오는 장면을 모아서 편집해 24시간을 만들어 회제가 됐다. 관람객이 미술관에서 보고 있는 시간과 똑같은 시간에 영상이 흐르는 형식이라 재미있다. 총 5천 편의 세계 영화 속 시계 장면이 절묘하게 연결되어 있는데, 우리나라 박찬욱 감독의 <올드 보이>, 김지운 감독의 <달콤한 인생>도 포함되어 있다. 멜로, 액션, 스릴러까지 각종 영화 속 크고 작은 시계들이 영화라는 대중문화의 파위와 인간의 희로애락을 절절하게 체감케 한다. 7월 25일은 작품을 이곳에서 처음 선보인 날로, 이를 기념하기 위해 작품을 다음 날 아침 10시까지 24시간 상영한 것. 우리나라에서도 2010년 이 흥미진진한 작품을 상영한 바 있는데, 리움에서 열린 크리스천 마클레이의 전시 <소리를 보는 경험>을 통해서다. 크리스천 마클레이의 또 다른 대표작 '전화'를 현재 아라리오 뮤지엄 인 스페이스에서 상설 전시 중이니 직접 관람해보는 것은 어떨까? 1995년에 발표한 '전화'는 할리우드 고전 영화에서부터 블록버스터 영화까지 전화 통화하는 장면을 연결한 작품인데, 전화벨 소리에서부터 마지막 신호음까지 사람들이 전화 통화를 주고 받는 것처럼 편집했다. 휴대폰 세대에게는 영화 속 유선 전화로 주고받는 간절한 느낌이 신선하게 느껴질 듯하다. 크리스천 마클레이는 사실 소리를 중심으로 작품을 선보이는 사운드 아티스트다. 그렇지만 그의 작품을 구성하는 영화와 드라마의 미장센이 매력적으로 다가온다. 24시간을 온전히 집중해 작품을 감상하기는 어려울 테지만, 그래도 한번 도전해보고 싶지 않은가? 남너노소 누구에게나 똑같이 주어질 24시간을 대하는 마음가짐이 달라지지 않을까 싶다(www.lacma.org).

## 우리나라 중견 작가들이 비리는 대중문화

우리가 흔히 보는 영화와 드라마가 예술 작품이 되어 미술관에서 전시된다는 사실은 매우 흥미롭다. 우리나라 중견 미술가들도 매스미디어에서 영감을 얻고 있다. 이통과 미키 마우스를 합성한 아토타마우스 캐릭터로 유명한 이동기도 최근에는 '절충주의' 시리즈를 통해 드라마 속 이미지를 차용한 회화 작업을 시도하고 있다. 지난해 갤러리 현대에서 열린 전시에서 선보인 대형 작품 '파워세일은 야구공, 유람선, 고양이, 가격 할인 전단지 문구, 로봇, 축구공 등의 이미지가 무작위로 섞여 있는데, 매스미디어 시대를 살아가는 우리의 복잡한 시각 경험에 대한 메시지를 담고 있다. 대중문화의 대표적 요소인 TV와 영화, 신문 등에 자주 등장하는 이미지는 어느 순간 우리 눈에 각인되기 마련이며, 우리는 각각의 이미지에서 웬지 모를 익숙함을 느끼게 된다. 이동기 작가는 매스미디어 시대를 살아가는 현대인의 머릿속에 새겨진 21세기의 이미지란 무엇인지 보여주려 한다(www.galleryhyundai.com). 이동기 작가는 최근 만화가 허영만의 작품 세계를 회고한 <창작의 비밀>전에 허영만의 만화를 오마주한 유아 작품을 최초로 선보이기도 했다(www.hurryoungman.co.kr). 최근 국제갤러리에서 개인전 <Phantom Footsteps>를 연 함경아 작가는 대중문화 이미지를 이용해 'SMS' 시리즈를 만들었다. 자세히 보면 'Are You Lonely, too?'나 'Money

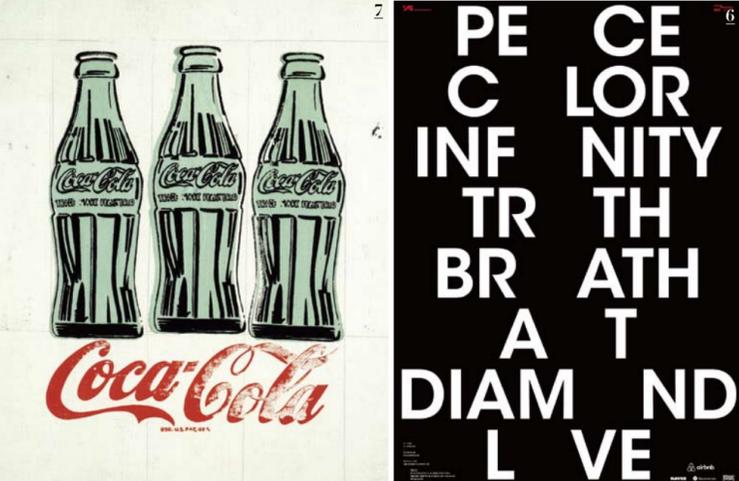
Never Sleeps' 같은 짧은 문구가 숨어 있는 그녀의 작품은 북한의 지수 공예가들이 완성했다는 점이 더욱 흥미롭다. 작가는 디지털 작업을 통해 픽셀화한 이미지와 뉴스, 유행가 등 대중문화에서 차용한 이미지를 배치한 도안을 북한으로 보낸다. 북한의 공예가들은 도안을 보며 지수를 놓는 과정에서 남한의 대중문화를 어쩔 수 없이 접하게 되며, 결국 남한 작가의 기획과 북한 작가의 노동으로 작품이 완성되는 과정이 재미있다. 정연두 작가의 새로운 사진 연작 '영화-B 카메라'는 작가가 기억하는 특정 영화 속 한 장면을 재구성한 작품이다. 작품은 두 점의 사진으로 이루어지는데, 작가가 새롭게 연출한 장면의 구성 요소를 개별 촬영한 후 컷아웃 레이어로 재조합한 사진과 이를 무대 세트와 유사하게 재현한 촬영장의 측면 사진이 그것이다. '동경 이야기-B 카메라'는 오스 야스지로 감독이 1953년에 제작한 영화 '동경 이야기(Tokyo Story)'의 한 장면을 차용했다. 어머니의 죽음과 이를 둘러싼 가족의 모습은 2011년 일본 대지진의 피해 지역인 도시에서 느끼게 된 삶과 가족의 의미를 중의적으로 보여준다. '태극기 휘날리며-B 카메라'는 강재규 감독의 영화에서 영감을 얻은 작품으로, 영화 속에서 접전을 벌이는 낙동강 전투의 한 장면을 비무장 지대의 세트장에서 촬영해 분단국가의 상반된 시선을 보여준다(www.kukje.org).

## 데이비드 보워와 지드래곤의 공통점은?

지금 세계 미술관에서 가장 많은 관람객을 모으고 있는 전시는 아마도 '데이비드 보워 이즈(David Bowie is)'라고 해도 과언이 아닐 것이다. 2013년 런던 빅토리아&앨버트 박물관에서 시작된 팝스타 데이비드 보워에 관한 전시는 사카고 MoCA, 파리 필하모니를 거쳐 현재 멜버른 ACMI에서 전시 중이며, 네덜란드 호르닝어르 미술관으로 순회할 예정이다. 지난 50년 동안 창조적이고 진보적 혁신자로 활동하며 패션, 사운드, 그래픽, 필름 등 다양한 분야에서 선보인 거장의 스타성을 확인할 수 있다. 스케치, 스토리보드, 핸드 라이팅, 작사, 세트 디자인, 뮤직 비디오 등으로 구성된 3백여 점의 오브제가 전시된다(www.acmi.net.au). 뉴욕 현대미술관(MoMA)에서 열린 가수 비옥에 관한 전시 '비옥(Björk)' 또한 엄청난 화제를 모았다. 8월 23일까지 서울시립미술관에서 열린 지드래곤의 '피스마이너스원: 무대를 넘어서'는 데이비드 보워와 비옥 전시의 인기에서 비롯되었다기보다는, 2012년 코엑스에서 열린 SM 엔터테인먼트와 가이츠센터의 전시 'SM 아트 익스비전(Art Exhibition)'에서 자극을 받아 계획된 것으로 보인다. 당시 SM엔터테인먼트 소속 가수들을 소재로 삼아 여러 미술가가 작품이 선보였으나 크게 주목받지는 못했다. 하지만 이번 지드래곤의 전시는 YG엔터테인먼트와 서울시립미술관의 철저한 공동 기획으로, 국내외 유명 미술가들이 대거 참여해 볼만한 미술 축제를 완성했다. '피스마이너스원(Peaceminusone)'은 지드래곤이 상상하는 세계의 또 다른 이름을 뜻한다. 평화(Peace)로운 유토피아적 세계와 결핍(Minus)된 현실 세계에서의 이상과 현실의 교차점(one)이라는 뜻이다. 이투스트 그룹 페트리커는 지드래곤의 소장품과 뮤직 비디오 소품을 이용해 논픽션 뮤지엄을 선보였다. 아이돌 스타 지드래곤이 미술가 트래이시 에빈, 가구 디자이너 장 프루베의 작



1 민화가 허영만은 예술의 전당에서의 전시를 마무리하고, 블루스 웨어에서 미공개 드로잉 위주의 강독면 전시를 열고 있다. 여수에서 연이어 전시가 이어진다. 2 현재 ACM에서 열고 있는 <David Bowie is> ©Mark Gambino 3 미국 LA 카운티 미술관에서 24시간 동안 상영된 크리스천 마클레이의 영상 작품 '시계(The Clock)'. 5천 편의 영화와 드라마에서 시계가 나오는 장면만 편집해서 만들었다. 4 함경아 작가의 <SMS Series in Camouflage Thou, If you are like me 01, 2014, cropped>. 5 정연두 작가의 사진 연작 'B Camera The Bird'. 6 K-POP 스타 지드래곤에서 영감을 받은 국내외 미술작품을 전시하는 '피스마이너스원'은 서울시립 미술관에서 전시를 끝내고 상하이현대미술관으로 이어진다. 7 하이 뮤지엄에서 10월 4일까지 코카콜라 병 탄생 1백 주년을 기념하는 전시 <The Coca-Cola Bottle: An American Icon at 100>가 열린다. 8 패션 디자이너 알렉산더 맥퀸의 <Savage Beauty>의 설치 전경. ©Victoria and Albert Museum London. 9 갤러리 구에서 전시했던 유영정 작가의 작품은 추파츨스 엠블럼을 수급 방식으로 제작했다. 10 맨이브 디자이너 헨리 빙스코브의 작품 'The Big Wet Boobies'는 남자의 꿈이자 어머니 같은 고향을 대변하는 가슴 실루엣의 부드러운 조형물로 연출한 컬렉션이다.



품을 컬렉션한다는 사실이 신선하게 다가왔다. 또 지드래곤이 미술가 프랜시스 베이컨의 작품에서 영감을 받아 신곡 '베베'를 만들었다고 진지하게 설명하는 모습은 그가 평범한 아이들은 아니라는 확신을 줄 정도다. 미술가 손동현은 '힙합 음악 연대기'를 통해 지드래곤이 좋아하는 힙합 뮤지션을 중심으로 문자도(文字圖) 형식의 동양화를 완성했다.

권오상 작가는 성 미카엘 대천사가 악마와 싸우는 유명한 도상에 지드래곤의 모습을 대입해 선과 악의 이분법이 사회의 이중성에서 비롯되었음을 보여준다. 권오상은 유명인의 이미지를 차용한 사진 조각 작품을 여러 번 만들었는데, 이번엔 작은 디테일까지 지드래곤과 직접 의논해 조금 더 밀접한 협업을 시도했다고 한다. "현대미술이 대중문화와 영감을 주고받을 것이라고 생각했는데, 이번에 지드래곤과 박병의 현란한 뮤직비디오를 보고 시각적 차원의 파급력에 충격을 받았습니다." 전장에 운석이 매달린 권오상 작가의 사진 조각 공간은 관람객들에게 가장 큰 인기를 누렸다.

미국 작가 마이클 스코진스는 이번 전시를 계기로 지드래곤을 처음 알게 되었는데, 안녕, 내 친구 지드래곤을 통해 미지의 세계에서 서로 알아가는 과정을 작품 속에 담았다. 손수 라인을 그려 넣고 바인딩 구멍을 도려내 만든 거대한 노트 위에 현대미술과 대중문화, 미국과 한국, 미술가와 가수라는 거리를 뛰어넘고자 하는 작가의 노력이 보이는 작품이다. <피스마이너스원: 무대를 넘어서> 전시는 중국 상하이 현대미술관(Museum of Contemporary Art, Shanghai), 싱가포르 등으로 이어질 예정(sema.seoul.go.kr)이다.

## 코카콜라와 추파츨스의 현격한 신분 상승

21세기에는 세계 어디에 가도 쉽게 볼 수 있는 코카콜라 병도 미술관에 전시된다. 코카콜라의 도시 미국 애틀랜타의 하이 뮤지엄에서 코카콜라 병 탄생 1백 주년을 기념하는 전시 <The Coca-Cola Bottle: An American Icon at 100>가 10월 4일까지 열린다. 앤디 워홀, 칼 라거펠트, 장 폴 고티에, 안 사우데 등 유명 아티스트들이 코카콜라에서 영감을 받아 완성한 작품과 미국과 산업사회의 아이콘이 된 코카콜라에서 영감을 받아 탄생한 미술, 디자인, 사진 작품을 중심으로 코카콜라 병 관련 디자인 제품을 전시한다(www.high.org). 추파츨스 역시 여러 번 미술관에 전시되는 행운을 누렸다. 미술가 살바도르 달리가 패키지를 디자인한 세계 최고의 막대 사탕다운 행보다. 갤러리 구에서 전시한 유영정 작가의 작품은 추파츨스 엠블럼을 수급 방식으로 제작해 금이 지닌 사회적 가치와 혼란 막대 사탕을 혼합해 극강의 가치를 지니게 했다. 작가는 그릇이나 주전자와 같은 일상용품이 시간이 지남에 따라 박물관에서 감상해야 하는 예술품으로 변모하는 현상에 주목하고, 현대의 브랜드가 미래에는 어떻게 받아들여질지 생각하는 기회를 제공했다. 코카콜라와 추파츨스 역시 처음 만들어질 때만 해도 자신들이 미술관에서 전시될 줄은 상상도 하지 못했을 것이다(www.gallerykoo.com).

패션 디자인 작품이 런웨이가 아니라 미술관에서 선보이는 것도 이제는 특별한 이벤트로 취급받지 않는다. 샤넬, 디올 등 럭셔리 패션 하우스에서는 브랜드의 이름을 걸고 대규모 전시를 선보였으며, 까르띠에, 구찌 등은 자체적으로 뮤지엄을 운영하기도 한다. 대중문화에서 영감을 받은 전시를 자주 개최한 대림미술관은 12월 31일까지 '헨리 빙스코브-패션과 예술, 경계를 허무는 아티스트'전을 선보인다. 헨리 빙스코브는 파리 패션 위크에서 매년 컬렉션을 발표하는 유일한 덴마크 패션 디자이너로, 이미 뉴욕 현대미술관 PS1, 파리 팔레 드 도쿄, 헬싱키 디자인 뮤지엄 등에서 전시를 선보인 바 있다. 그럼에도 그는 자신은 아티스트가 아니라고 말한다. "나는 아티스트가 아니라 디자이너입니다. 이제 스스로를 아티스트라고 말하는 사람이 너무 많고 아티스트라는 호칭이 가벼워져서 그렇게 불리고 싶지는 않습니다. 아티스트라는 단어는 이제 공허하고 공중에 떠 버려 있는 것 같은 의미가 되었지요."

패션과 예술 사이에는 많은 공통점이 있지만 거리의 모든 패션 스토어들이 예술이 아니듯, 모두 예술가는 아니라고 설명하는 그의 의견에 동감한다. 하지만 일렉트로닉 밴드 트랜트 모리의 드러머이자 노르웨이 국립 오페라단 '백조의 호수', 비옥 주연의 오페라 '메둘라(Medulla)'의 의상까지 담당할 정도로 다재다능한 활동을 펼치는 그의 모습은 아티스트에 다름 아니다. 전시의 하이라이트는 런웨이 위에 모델이 누워 있던 2007년 S/S 컬렉션 '더 빅 웻 샤이니 부비스(The Big Wet Shiny Boobies)'와 2008년 F/W 컬렉션 '더 민트 인스티튜트(The Mint Institute)'다. '더 빅 웻 샤이니 부비스'는 남자의 꿈이자 어머니 같은 고향을 대변하는 가슴 실루엣의 부드러운 조형물로 연출한 컬렉션으로 당시 2천 명의 관객이 쇼장을 찾았다고 한다. '더 민트 인스티튜트'는 '민트 컬러로 시작해 민트를 연상시키는 음악과 구조물, 민트 향기와 민트 맛이 나는 음식으로 확장한 컬렉션으로 패션과 예술의 경계를 그야말로 허물었다 할 수 있다(www.daelimmuseum.org).

빅토리아&앨버트 뮤지엄에서도 패션에서 영감을 받은 전시가 이어지고 있는데, 요절한 디자이너 알렉산더 맥퀸에 관련된 <기막힌 아름다움>과 <신발: 즐거움과 고통> 전시(2016년 1월 31일까지)가 그것이다(www.vam.ac.uk).

이렇듯 미술관에서 전시될 수 있는 예술 작품의 정의를 다시 쓰는 것은 대단히 반가운 일이다. 그것이 비록 시작은 미약했으나 끝은 심히 창대해지는 드라마틱함까지 아니더라도, 아름다운 것은 귀천을 막론하고 찬사받을 수 있는 21세기가 지속되기를 기대해본다. 가난마저도 예술 작품으로 승화할 수 있는 것이 바로 예술가의 특권이기 때문이다.

※ 글 이소영(사진 미술에 중독되다), (서울, 그 카페 홀더) 저자



1 사토 라피트 로칠드의 포도밭이 사토를 중심으로 넓게 펼쳐져 있다. 2 사토 라피트 로칠드의 사토는 와인 관계자와 VIP들에게 공개되는데, 전속 요리사와 소믈리에, 집사가 상주하고 있다. 3, 10 전병을 자랑하는 혁신적인 가문을 도입하기를 주저하지 않는 사토 라피트 로칠드의 숙성고. 4 이곳에서 가장 오래된 와인은 1787년 빈티지다. 5 전성적 와인 애호가 사토 슈발리에와 소유주 에릭 드 로칠드 남작의 모습. 6 로칠드 가문의 초상화로 장식한 사토 1층 응접실의 모습. 만찬을 마친 게스트들은 이곳에서 시가와 콘주를 즐기곤 한다. 7 세계에서 가장 달콤한 디저트 와인 중 하나인 사토 리오벵 와인 셀러 전경. 8 사토 라피트 로칠드만을 위한 오크 통을 만드는 공방이 바로 근처에 있다. 9 데일리 와인으로 만든 프라이빗 리저브 메도크와 프라이빗 리저브 보르도도 호평받고 있다.



# 전통과 혁신의 와인, 사토 라피트 로칠드

어떻게 프랑스 와인은 최고의 자리를 지킬 수 있는가? 신세계 와인의 품질이 급성장하고 있음에도, 프랑스 와인의 우아한 품미와 매력적인 스토리는 여전히 모두를 매료시키고 있다. 밸런스가 가장 좋은 그랑 크뤼 클라세 와인이라고 불리는 사토 라피트 로칠드를 방문해 오랜 세월이 지나도 계속 사랑받을 수 있는 비법을 탐색해보았다.

## 왕의 와인, 신의 물방울... 사토 라피트 로칠드

럭셔리란 무엇인가? 영국 V&A 뮤지엄에서 열리고 있는 전시, 〈What is Luxury〉에서는 장인 정신과 역사를 담은 핸드메이드 공예품을 재조명해 호사스러움으로 간주되던 '럭셔리'의 의미에 대해 다시 생각해보는 흥미로운 기회를 제공한다. 현지에서 만난 도멘 바롱 드 로칠드(Domaines Barons de Rothschild)의 CEO 크리스토프 살랭(Christophe Salin)은 고가의 와인이 '럭셔리'라고 생각한다면, 사토 라피트 로칠드(Château Lafite Rothschild)에는 '럭셔리'라는 말이 어울리지 않는다고 단언했다. 진정한 럭셔리는 아이디어와 철학을 담은 작품이기에, 단지 소유하고 싶은 욕망으로는 설명할 수 없기 때문이다. 그가 생각하는 위대한 와인이란 사람들로 하여금 찬미의 글을 쓰게 하고 행복한 기억을 만들어주는 존재다. 사토 라피트 로칠드는 1855년 나폴레옹 3세가 파리 박람회에 프랑스를 대표하는 와인을 출품하기 위해 와인 등급을 정할 때 가장 먼저 1등급에 오른 와인으로, '1등급 중의 1등급'으로 불린다. 사토 마고, 사토 오브리옹, 사토 라투르, 사토 무통 로칠드와 같은 1등급 와인 과 비교했을 때, 출시 가격은 약 30%, 경매 가격은 2배 정도 더 높게 책정되기로 유명하다. 프랑스 왕 루이 15세와 그의 연인 마담 폰파두르가 사랑한 와인이 바로 사토 라피트 로칠드였다. 보르도에서 파리로 돌아온 리슐리의 공작이 예전보다 훨씬 젊어 보이자 루이 15세가 비결을 물었더니 사토 라피트를 선물했다. 그때부터 사토 라피트는 베르사유 궁전의 공식 와인이 되었고, 왕과 귀족들이 즐겨 마시기 시작했다고 한다. 그래서 '왕의 와인', '젊음의 샘물'이라고도 불렸다. 심지어 미국 3대 대통령이자 독립선언문을 쓴 토머스 제퍼슨이 프랑스 대사 시절부터 좋아했던 와인으로 사토 라피트 로칠드였다. 토머스 제퍼슨이 서명한 1787년 빈티지의 라피트 로칠드가 발견되어 크리스티 경매에 부쳐졌는데, 지금까지 10만5천 파운드에 낙찰되었다. 하지만 나중에 이 와인이 가짜로 판명 나면서 '역만장자의 식초'라는 이름으로 불린 적도 있다. 사토 라피트 로칠드의 명성에 대한 에피소드는 여전히 이어지고 있다. 도멘 바롱 드 로칠드

의 소유주 에릭 드 로칠드(Eric de Rothschild) 남작이 영국의 유명 정치가 가족을 보르도 메도크에 위치한 라피트 로칠드의 사토(château, 성)에서 여는 만찬에 초대한 적이 있었다. 전속 요리사와 집사, 소믈리에가 촛불 아래 아름다운 만찬을 준비했다. 정치가의 딸은 와인 애호가로 아예 빈티지 차트를 무릎에 꿇고서 서빙되는 와인과 대조하면서 맛을 음미했다. 호사스러운 만찬이 거의 끝나고 마지막 와인이 서빙되었다. 소믈리에가 오늘의 마지막 와인은 74년 빈티지라고 설명했다. 그러자 정치가의 딸은 빈티지 차트를 보고 발끈하면서, 왜 1974년 와인을 마지막으로 서빙하는지 물었다. 그러자 남작이 이렇게 대답했다. "마드 무아젤, 이 와인은 1974년이 아니라 1874년 빈티지입니다." 사토 라피트 로칠드의 역사와 품질을 극명하게 증명하는 재미있는 일화야 아닐 수 없다. 〈What is Luxury〉 전시에 만약 와인도 출품 자격이 주어졌다면 사토 라피트 로칠드가 디스플레이되어야 하지 않을까 싶다. 과연 1874년 빈티지 와인은 어떤 맛이었을까?

## 와인메이커 사토 슈발리에와의 만남

현재 사토 라피트 로칠드의 와인 셀러에서 보관하고 있는 가장 오래된 와인은 1787년 빈티지다. 세계대전 당시, 와인 셀러를 벽으로 막아서 울드 빈티지 와인이 수탈되는 것을 방지한 덕분이다. 1868년 제임스 로칠드가 인수한 후 사토 라피트 로칠드라는 현재의 이름을 완성했으며, 현 소유주는 가문의 5대손 에릭 드 로칠드 남작이다. 로칠드 남작은 금융인이지만 와인에 조예가 깊다. 하지만 와인너리는 전적으로 전문 경영인에게 맡기고 있는데, 크리스토프 살랭 대표이사의 지휘로 와인메이커 사토 슈발리에(Charles Chevallier)가 와인 양조를 담당하고 있다. 사토 라피트 로칠드는 유서 깊은 건물과 양조 시설을 여전히 고수하고 있지만, 현대적 혁신을 반영한 와인너리다. 세계대전에 견뎌낸 신비로운 와인 셀러와 역사를 담은 복도를 지나면, 건축가 라카르도 보필(Ricardo Bofill)이 최근 설계한 와인 셀러가

도만 수확해서 와인을 만들었다고 한다. 사토 슈발리에의 와인 양조 에피소드는 이어진다. 1988년 라피트 로칠드의 관계자 사토 리외셰(Château Rieussec)으로 잠시 발령받은 사토 슈발리에에 원래 일하던 직원들과 수확 일정을 앞두고 미찰을 빚었다. 사토 슈발리에에 포도가 더 익기를 기다리라고 했고, 직원들은 당장 수확해야 한다고 주장했다. 직원들이 로칠드 남작에게까지 강력하게 항의했지만, 사토 슈발리에에 남작의 독촉에도 아직 포도가 최상의 상태가 아니기에 수확할 수 없다고 거절했다. 남작이 사토 슈발리에에게 매일 확인 전화를 했지만, 그는 태평하게 빈둥거리기만 했다. 모두가 지치거던 어느 날 새벽, 사토 슈발리에에는 오늘은 포도를 따야 한다고 말했고, 사토 리외셰 1988년 빈티지는 최고의 품미를 자랑하는 역사적인 디저트 와인이 되었다.

## 전통을 지키기 위해 도전과 혁신도 필요하다

사토를 중심으로 그 유명한 포도밭이 드넓게 펼쳐져 있는데, 70%는 카베르네 소비뇽, 25%는 메를로, 2%는 카베르네 프랑 품종을 심는다. 라피트는 낮은 언덕을 뜻하는 '라이트(La hite)'에서 유래한 이름이라고 한다. 피레네 산맥에서 내려온 자갈과 모래, 진흙이 층을 이룬 토양은 40년 이상 수령 포도나무의 복합성을 북돋우는 최고의 테루아다. 가을에 100% 손으로 수확한 포도는 숙성시켜 매년 3월이면 오크 배럴 테이스팅을 하는데, 테이스팅에만 무려 1개월 반이 소요된다. 사토 슈발리에의 진두지휘로 블렌딩을 하고나면 이를 다시 숙성시킨다. 그래서 사토 라피트 로칠드는 기다림의 와인이기도 하다. 1백 년 이상 보관 가능하며, 적어도 만든 지 20년은 지나야 시음 적기에 이르는 와인인기에 인내의 과정이 필요하다. 사토 라피트 로칠드의 진한 루비 컬러와 입안에 오래 남는 여운, 진귀한 향수와 같은 품미는 이렇게 해서 만들어진다. 어린 손주를 위해 할아버지가 보관해두는 와인이며, 기다린 시간만큼 두 사람이 함께하는 순간 카타르시스를 느낄 수 있을 것이다. 그러나 와인 한 병에 역사와 인생을 담을 수 있다는 말도 과언이 아니다. 바로 인근에서 라피트 로칠드만을 위한 오크 통을 직접 만드는데, 숙련된 장인이 하루에 겨우 3개밖에 만들지 못할 정도로 정교한 작업이다. 프랑스 중부 지방의 딱갈나무(oak)를 2년 동안 건조시킨 후 제작하는데, 최종적으로 와인의 품미를 높이기 위한 토스팅 과정을 거쳐 완성된다. 세계적으로 오크 통을 직접 만드는 와이너리는 몇 근데 되지 않는다. 모든 공정에 정성을 쏟으려는 라피트 로칠드의 장인 정신이 반영된 부분이라고 하겠다. "사토 라피트 로칠드는 지난 1백60년 동안 유행을 따르지 않았습니다. 오히려 사람들이 라피트 로칠드의 전통을 존중해주었습니다. 그렇다고 혁신과 도전에 인색하지는 않습니다. 과거에는 알코올 발효를 했으나 요즘은 젖산 발효도 하며, 이전에는 오래 보관 가능한 와인을 만들었으나 요즘은 관계사를 통해 오래 숙성하지 않아도 편하게 마실 수 있는 와인을 만듭니다." 도멘 바롱 드 로칠드가 칠레와 아르헨티나에도 와이너리를 보유하고 있다는 것을 아는 사람은 많지 않을 것이다. 로칠드 가문은 오래전부터 프랑스의 지역적 한계를 벗어나 상상력을 실현하기 위해 해외에도 와이너리를 만들고 있다. 크리스토프 살랭 대표이사는 전통과 모던함의 조화야말로 사토 라피트 로칠드가 이렇게 오랫동안 사랑받을 수 있는 비결이라고 설명했다.

## 5개의 화살을 세계로 쏘다

도멘 바롱 드 로칠드에는 여러 개의 와이너리가 있는데, 우리나라에서도 큰 사랑을 받고 있다. 다만 그 와인이 라피트 로칠드 관계사의 와인이라는 것은 잘 알려져 있지 않다. 사토 라피트 로칠드 계열사의 와인들은 모두 보블에 로칠드 가문의 다섯 형제를 의미하는 5개의 화살이 그려져 있으니 이를 참고하면 기억하기 좋겠다. 같은 보르도 지역에는 사토 뒤아르 밀롱(Château Duhart Milon), 사토 레방질(Château L'Evangile), 사토 리오벵이 있으며, 프랑스 남부 랑귀도크 지방에서는 도멘 도시에르(Domaine d'Aussieres)가 생산되고 있다. 칠레의 비나 로스 바스코스(Vina Los Vascos), 아르헨티나의 보테가스 카로(Bodegas Caro)도 도멘 바롱 드 로칠드의 소유다. 수석 와인메이커 사토 슈발리에가 각각의 와이너리의 와인메이커와 논의해 와인을 양조하는데, 지역의 테루아를 반영한 와인을 만들면서도, 도멘 바롱 드 로칠드의 자존심을 지키기 위해 최선을 다하고 있다. 흥미로운 것은 중국 산둥 지방에도 진출해 시틱 와이너리(DBR Citic Wine Estate)를 준비하고 있다는 점이다. 도멘 바롱 드 로칠드의 와인들은 우리나라 면세점에서 가장 인기가 좋은 와인이기도 하며, 특히 로스 바스코스 퀴베 20(Los Vascos Cuvée 20ème Anniversaire)은 2013년 이마트 히트 상품 1위를 기록하기도 했다. 최근 론칭한 프라이빗 리저브 메도크(Private Reserve Medoc)와 프라이빗 리저브 보르도(Private Reserve Bordeaux)도 호평받고 있다. 프라이빗 리저브는 에릭 드 로칠드 남작이 친구들과 즐겁게 마시기 위해 만든 데일리 와인을 상품으로 판매한 것이다. 남작의 리저브 와인으로 불리고 있으며, 와인 만화 〈신의 물방울〉 34권에도 소개되었다. 저렴한 가격으로 사토 라피트 로칠드의 밸런스와 품미를 경험할 수 있으니 추천할 만하다. 매일 사토 라피트 로칠드를 마실 수는 없을 것이다. 하지만 가끔은 특별한 와인과 함께하는 만찬으로 백만장자가 된 것 같은 행복감을 만끽해보는 것은 어떨까? 도멘 바롱 드 로칠드의 모든 와이너리는 홈페이지를 통해 예약 방문 가능하며, 테이스팅도 할 수 있다. 문의 [www.lafite.com](http://www.lafite.com) 

# SHOWROOM



**펜디 피카부 클라치 백** 펜디에서 피카부 클라치 백을 선보인다. 피카부 디자인의 전형인 클로저와 사이링 소재, 컬러 블록이 특징. 탈착 가능한 스트랩이 실용성을 높였으며, 핑크 사이링과 그라데이션 스웨이드, 송아지 가죽과 모피를 사선으로 매치한 디자인 등 다양하게 출시된다. 문의 02-2056-9022

**링방스포츠 테크니컬 트랜치코트** 링방스포츠에서 환절기 이우터로 테크니컬 트랜치코트를 제안한다. 고급스러운 소재에 방수·방풍 기능을 가미해 실용적이며, 탈착 가능한 벨트로 포괄한 비즈니스 룩부터 캐주얼 룩까지 다양한 스타일링이 가능하다. 현대백화점 압구정 본점 링방스포츠 매장에서 만나볼 수 있다. 문의 02-3438-6252

**텍케 미스 레이디버그 그라피티 백** 텍케에서 인연의 아이콘인 레이디버그에서 영감을 받은 '미스 레이디버그 그라피티 백'을 선보인다. 유니크한 가죽과 고급스러운 메탈 스트랩이 돋보이는 미스 레이디버그 라인으로, 이번 시즌에는 새로운 소재로 선보인다. 핸드 크래프트 가죽 위에 핸드 드로잉한 붓 터치 느낌이 돋보이며, 가방마다 가죽의 무늬와 표현의 드로잉 느낌이 다르다는 점이 독특함을 자아낸다. 문의 02-519-8123

**타임 레더 앵클부츠** 타임에서 가을을 맞아 감각적인 '레더 앵클부츠'를 선보인다. 심플한 디자인에 발등 절개 라인이 포인트로, 클래식함과 동시에 세련됨을 갖추었다. 부드러운 양 가죽을 사용해 착용감이 편한 것이 특징이며, 안쪽 측면에 지퍼를 달아 신고 벗기 편하다. 블랙과 그레이, 베이지 등 3가지 컬러로 출시된다. 문의 02-3416-4393

**타임 옴므 액셀시오르 라인** 타임 옴므에서 최고급 패브릭을 사용하는 '액셀시오르' 라인을 선보인다. 행크 치프와 단추, 허리 부분 비즈 장식과 벨트 고리의 섹터 기능한 것이 특징. 특히 극소수의 양에게서만 채취할 수 있는 에스코리알 양모는 온도 조절이 가능하고, 구김이 없으며 편안한 착용감을 선사한다. 현대백화점 본점·무역센터점·목동점·판교점, 롯데백화점 본점·잠실점·부산점, 신세계백화점 광주점 등 총 8개 매장에서 익스클루시브로 판매된다. 문의 02-3416-4394

**엘보 2015 F/W 컬렉션 프레젠테이션** 엘보의 2015 F/W 컬렉션 프레젠테이션이 지난 8월 현대백화점 무역센터점에서 열렸다. 이번 컬렉션은 클래식한 디자인에 길루사, 악어, 타조와 헤어리 키트 가죽 등 최고급 소재를 사용한 세련미를 더해, '브라운'과 '핑크'를 주얼한 미니 버전으로 출시되며, '브라운'은 플랩에 탈착 가능한 숄더 스트랩과 부드러운 셀리에 가죽으로 출시된다. 문의 02-3467-8346

**에르메스 노틸러스 펜 컬렉션** 에르메스에서 '노틸러스' 펜 컬렉션을 새롭게 선보인다. 이 컬렉션은 칠 베르의 (해저 2만 리에 나오는 가공의 잠수함 이름에서 따왔으며, 혁신적이고 미래 지향적인 스토리에서 영감을 받아 제작했다. 본체를 돌리면 자동으로 펜촉이 닫히고 뚜껑이 없어 보관하기 편리하며, 펜촉 사이즈를 변경할 수 있다. 9월 중순부터 판매한다. 문의 02-542-6622

**브루넬로 쿠치넬리 2015 F/W 컬렉션** 브루넬로 쿠치넬리는 자연과 메탈릭한 터치에서 영감을 받은 2015 F/W 여성 컬렉션을 선보인다. '와일드 러시'를 주제로 절제된 고급스러움을 표현한 이번 컬렉션은 치분한 색채가 주를 이룬다. 페미난한 감성의 최고급 캐시미어 니트 웨어, 아름다운 실루엣의 트라우저, 모던하고 세련된 스커트, 섬세한 장식이 돋보이는 슈츠와 백 모두 구비되어 있다. 문의 02-3448-2931

**라코스테 스페셜 우먼 풀로 컬렉션** 라코스테가 우먼 풀로 셔츠 탄생 50주년을 맞아 해 매종 르사주와 함께 '스페셜 우먼 풀로 컬렉션'을 선보인다. 이번 컬렉션은 코어에티브 디렉터 펠리페 올리베이라 밥티스타의 디자인 디렉팅에 매종 르사주의 섬세한 터치를 더해 더욱 우아했다. 레트로한 느낌의 모던 빈티지 라인인 쿠티르 컬렉션과 웨어러블한 리미티드 에디션으로 출시된다. 문의 02-542-9101

**파비어나 필리피 레이어드 룩** 파비어나 필리피에서 레이어드 룩으로 코트와 퍼 베스트를 제안한다. 최상급 울 소재의 가벼운 코트는 루스한 핏에 레더 여밈이 포인트로 고급스러운 느낌을 주며, 영감을 덮는 기장의 퍼 베스트는 어디에나 잘 어울려 실용적이다. 여기에 패턴 팬츠로 포인트를 주고 가죽 앵클부츠로 마무리하면 편안하면서도 우아한 스타일을 연출할 수 있다. 문의 02-6905-3626

**미우미우 마드라스 백 컬렉션** 미우미우에서 클래식하면서도 모던한 마드라스 백 컬렉션을 선보인다. 견고하고 고급스러운 마드라스 가죽을 사용해 고급스러움과 페일 골드 컬러 장미장미로 빈티지한 느낌을 더했다. 바건디, 네이비, 블랙, 카키 등의 컬러에 톱 핸들의 숄더 스트랩을 부착한 토트백과 미니 숄더백으로 구성했다. 문의 02-3218-5331



## JEWEL

**오메가 현대백화점 판교점 부티크 오픈** 오메가는 현대백화점 판교점에 부티크를 오픈한다. 최초로 백화점 매장 내 CS센터를 구성해 더욱 편리하고 밀접한 서비스를 제공하며 전문 워치메이커도 상주한다. 또 오픈을 기념해 오메가 스피드마스터 이벤트를 개최해 2015 바젤월드에서 선보인 신제품과 우주 미션과 관련된 월면차, 우주복 재현품을 대거 전시할 예정. 본 행사는 8월 10일부터 9월 6일까지 진행하며, 매주 금·토·일요일 오후 2시부터 6시까지 포토 서비스를 제공한다. 문의 02-511-5797

**티소 슈랑 데 푸렐** 티소에서 안연들을 위해 '티소 슈랑 데 푸렐'을 추천한다. 우아한 케이스와 현대적인 디자인의 이 워치는 티소 공장이 지리한 스위스 르로렌의 슈랑 데 푸렐 거점에서 영감을 받았다. 조명에 따라 다채롭게 작동하는 스테이 디아일 장작 모델과 날짜 디스플레이를 장착해 세련된 디자인의 균형이 돋보이는 깔끔한 모델 등 다양한 제품을 구비해 취향에 맞게 선택할 수 있다. 문의 02-3467-8795



**스위르브스키 델타 컬렉션** 스위르브스키에서 2015 F/W 시즌을 맞아 모던한 라인의 델타 컬렉션을 출시한다. 그래픽적인 V 실루엣이 돋보이는 라인으로, 팬던트 부분을 탈착할 수 있다. 클래식하면서도 트렌디한 디자인이 캐주얼은 물론 포괄한 의상에도 잘 어울려 데일리 아이템으로 제격. 9월부터 전국 스위르브스키 매장에서 구입할 수 있다. 문의 1661-9060

**까르띠에 골레 드 까르띠에** 까르띠에는 한층 더 웨어러블하고 합리적인 가격대의 핑크 골드&스틸 버전의 골레 드 까르띠에 컬렉션을 선보인다. 케이스와 수평을 이루는 크라운의 머리를 연상시켜 골레 드 까르띠에를 더욱 돋보이게 해주는 디테일이다. 기존 컬렉션과 마찬가지로 31mm, 35mm, 40mm 등 3가지 사이즈로 출시되며, 9월부터 만나볼 수 있다. 문의 1566-7277

**그라프 진시 컬렉션** 그라프에서 화이트 다이아몬드와 루비, 사파이어의 배열이 완벽한 진시 컬렉션을 선보인다. 깔끔하고 아름다운 링 모양의 모티브가 인상적인 컬렉션으로, 우아함과 여성스러움을 배가해준다. 화이트 다이아몬드와 루비로 이루어진 이어링과 네크리스, 화이트 다이아몬드와 사파이어로 이루어진 이어링과 네크리스, 화이트 다이아몬드 이어링 등 5가지로 출시된다. 문의 02-2256-6810

**방블랑 투스토이** 방블랑은 1992년부터 매년 한정 생산해온 작가 에디션으로, 올해는 레오 투스토이를 선정했다. 다크 그레이 컬러의 고급스러운 캠프블루 마블 패턴의 레진 끈, 플래티넘 도금한 피어링 투스토이가 쓴 첫 대자의 카바와 그의 사에서 모티브를 얻었다. 또 캠프 투스토이의 서명을 새겨 소장 가치를 높였다. 문의 02-2118-6053



**타피니 솔리스트 링** 타피니는 로맨틱한 가을의 신부를 위해 '타피니 솔리스트 링'을 제안한다. 화려하면서도 여성스러움이 돋보이는 링으로, 화려한 두 줄의 비즈 세팅 다이아몬드가 중앙의 쿠션 모디피드 브릴리언트 다이아몬드를 더욱 돋보이게 하며 우아함을 극대화한다. 여기에 플래티넘 밴드에 다이아몬드가 정교하게 세팅된 솔리스트 카드 링을 함께 착용하면 더욱 빛나는 광채를 발산한다. 문의 02-547-9488

**타사키 데인저 팜 이어링** 타사키는 2가지 스타일로 연출이 가능한 '데인저 팜 이어링'을 추천한다. 최상급의 이요라 진주에 18K 옐로 골드 송곳니를 표현했고, 착용하면 꽃잎 아래로 2개의 송곳니가 보여 우아하면서도 독특한 매력을 뽐낸다. 특히 이송닛 디테일은 탈착이 가능해 기본 진주 이어링으로도 착용 가능하다. 문의 02-3461-5558

**태그호이어 포물러 1 크로노그래프 리미티드 에디션** 태그호이어는 맥라렌과의 파트너십 체결 30주년을 기념하며 '포물러 1 크로노그래프 리미티드 에디션'을 선보인다. 맥라렌의 1985년 캠페인에서 영감을 받은 레드 컬러로 제작했으며, 본 트랙에는 30주년을 상징하는 숫자 3001, 배경에는 'McLaren'이 새겨져 있다. 특히 한때 어우러진 3개의 스몰 카운터가 오랄 블랙 다이얼과 대조를 이루어 고급스러운 분위기를 연출한다. 문의 02-776-9018



## FASHION

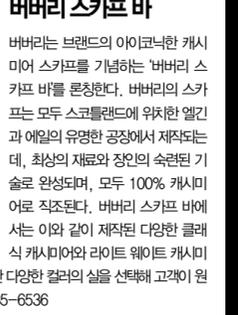
### 더 캐시미어 론칭

'더 캐시미어'가 국내에 론칭한다. 캐시미어 니트 웨어 전문 브랜드로, 간편하면서도 자유로운 라이프스타일을 추구하고, 합리적인 소비자를 위해 탄생했다. 상품의 대부분이 100% 캐시미어로 제작할 뿐만 아니라 하이엔드 브랜드에서 사용하는 이탈리아와 스코틀랜드 캐시미어 원사를 80% 이상 사용해 고급스러움을 극대화했다. 간결하고 활용도가 높은 디자인으로 편안하면서도 최상의 퀄리티를 자랑하며, 캐시미어 소재의 특성을 최대한 살려 아이템, 컬러, 가격 등을 다양하고 폭넓게 구성했다. 현대백화점 판교점을 시작으로 현대백화점 본점·무역센터점, 신세계백화점 본점, 갤러리아백화점 본점·센터시티점, 에비뉴엘 청담점, 신세계백화점 센텀시티점에서 만나볼 수 있다. 문의 02-3416-2023



### 버버리 스카프 바

버버리는 브랜드의 아이코닉한 캐시미어 스카프를 기념해 '버버리 스카프 바'를 론칭한다. 버버리의 스카프는 모두 스코틀랜드에 위치한 엘긴과 에일의 유명한 공장에서 제작되는데, 최상의 재료와 장인의 숙련된 기술로 완성되며, 모두 100% 캐시미어로 직조된다. 버버리 스카프 바에서는 이와 같이 제작된 다양한 클래식 캐시미어와 라이트 웨이트 캐시미어 스카프를 볼 수 있다. 특히 새로운 컬러와 프린트, 모노그램을 위한 다양한 컬러의 실을 선택해 고객이 원하는 방식으로 제작할 수 있는 특별한 서비스도 제공한다. 문의 02-3485-6536



## LIFESTYLE

**페라리 488 스파이더** 페라리가 잠식 하드 톱과 강력한 미드레어 87톤 엔진을 장착한 '488 스파이더'를 최초로 공개했다. 특유의 배기음과 함께 고성능 스포츠카의 오픈 에어를 추구하는 고객들을 위해 탄생한 488 스파이더는 최고의 기술 혁신과 최첨단 디자인을 자랑한다. 홈페이지를 통해 블루 코르사 색상 공개했으며, 9월 프랑크푸르트 국제 모터쇼에서 공식 출시된다. 문의 02-3433-0808

**도우스 디자인 실렌시오 사피라 리클라이너** 도우스 디자인이 편안한 휴식을 취할 수 있는 '실렌시오 사피라 리클라이너'를 선보인다. 무소음 모터를 장착해 소음이 전혀 발생하지 않는 것이 가장 큰 특징. 등받이와 발을 놓는 부분에 모터를 각각 탑재해 보다 섬세한 각도 조절이 가능하며, 내구성이 강한 스프링과 쿠션재가 차지하지 않도록 도와준다. 또 7가지 컬러로 출시한 선택의 폭이 넓다. 문의 02-6091-3295

**클럽메드 겨울 휴가 조식 예약 프로그램** 클럽메드가 '겨울 휴가 조식 예약 프로그램'을 마련한다. 발리, 푸켓, 빈탄, 체리팅 비치, 오키와이 사기타 카바라, 게이, 멀디브 카니 리조트를 최대 40%까지

할인된 가격에 만나볼 수 있는 이번 프로모션은 오는 9월 30일에 마감된다. 10월 30일부터 2016년 4월 28일까지 출생하는 일정으로, 에어 패키지 상품을 선인 1백만 원대부터 이용할 수 있으며, 온라인 예약 시에는 2% 추가 할인 혜택도 적용된다. 문의 02-3452-0123

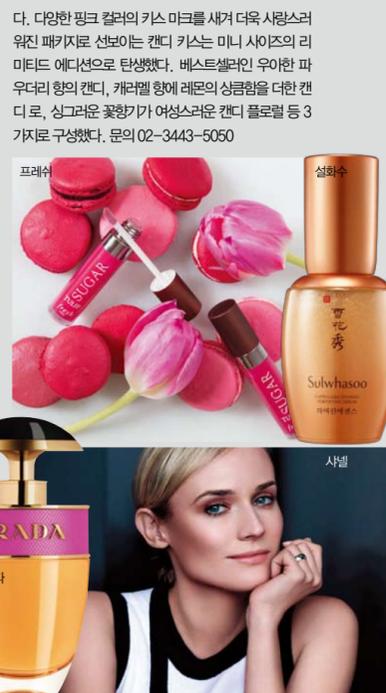


**사벨 르 리프트** 사벨에서 리프팅 인터페이스 라인인 '르 리프트'를 출시한다. 르 리프트 인스턴트 스무디 아이 세럼, 르 리프트 리프트팅 마시미 마스크, 르 리프트 퍼밍 스무디 로션을 다한 라인으로, 피부 탄력과 유연함을 확보시킨다. 특히 최초로 에틀리스 뿌리에서 얻은 3.5-DA 활성 성분을 사용해 노화 징후의 심화를 억제하고 젊은 탄력질의 생성을 촉진한다. 문의 080-332-2700

**설화수 자연인 에센스** 설화수에서 인터페이스를 위해 '자연인 에센스'를 제안한다. 주요 성분인 인삼 캡슐 '진세-스피어'는 피부 탄성을 강화하고 밀도를 채워 탄력을 줄 뿐 아니라, 미세한 피부 보호막을 형성해 즉각적으로 매끄러운 피부로 만들어준다. 또 영양 물질을 잘 전달하고, 피부를 탄탄하게 지탱해주는 인삼 사포닌을 함유해 표피 재생과 진피의 콜라겐 합성을 촉진한다. 문의 080-023-5454

**프라다 슈가 사인 림 트리트먼트** 프라다에서 슈가 사인 림 트리트먼트 컬렉션을 출시한다. 슈가 림 트리트먼트 컬렉션 중 인기 있는 베리, 톨림, 누드 컬러로 선보이며, 반짝이면서도 끈적이지 않는 포물러가 입술과 인을 도톰하게 해주고 탭 탭한 입술로 가꿔준다. 뿐만 아니라 6시간 동안 보습을 유지시켜 입술에 풍부한 영양을 공급한다. 문의 080-822-9500

**프라다 캔디 키스** 프라다에서 달콤하고 사랑스러운 향의 여성 향수, 캔디 키스를 선보인다.



## BEAUTY