

OCTOBER
2021

M LUXURY



TANK
Cartier





BUCCELLATI

MILANO DAL 1919

Macri Collection

<LUXURY M>은 2016년 창간 이래
최고의 프리미엄 매거진 <LUXURY>의 기획과 진행으로
<매일경제>의 주요 지국과 <LUXURY> 독립 배본망을
통해 배포되는, 밀레니얼 세대와 Z세대를 잇는
시티 라이프스타일 미디어입니다.

luxury.designhouse.co.kr

<럭셔리M> 기사를 한눈에 확인할 수 있는 아카이브

luxuryeditors

<럭셔리M> 에디터가 직접 올리는 생생한 온라인 취재 현장

luxuryeditors

<럭셔리M> 에디터가 만드는 아름답고 감각적인 '사진 뉴스'



Tank Louis Cartier

'탱크 루이 까르띠에'는 직사각형의 대담한 라인과 대조를 이루는 러그의 둥근 각이 특징이며, 모든 '탱크' 위치 중에서도 스타일의 기준이 되는 모델이다. 이 시계의 간결한 라인은 우아한 스타일을 추구하고 자유로운 감성을 소유한 이들의 마음을 사로잡았다. 이는 시계를 탄생시킨 루이 까르띠에가 이후 아르 데코라고 명명될 현대적 스타일에 공헌했다는 것을 상징적으로 보여준다.

CONTENTS



04 HEAD TO TOE

이달에 알아야 할 정보와 트렌드

06 BUY NOW

가을을 맞이하기에 더없이 좋은 패션·리빙 아이템

08 INNOVATOR

럭셔리 쇼핑 플랫폼 캐치패션 이우창 대표

10 STYLE

다채로운 F/W 가죽 부츠 컬렉션

14 PERFUME

명사들의 일상에 활력을 주는 향기

16 CULTURE

전 세계가 기다린 영화 <007 노 타임 투 다이>

18 TREND

Z세대의 새로운 스타일 아이콘 5인

20 GADGET

오디오 전문 회사가 만든 무선 이어폰

22 DINING

독창적인 디저트를 선보이는 3개의 숍

24 DESIGN SPOT

책과 함께하는 물입의 시간을 제공하는 4곳의 공간



EDITORIAL

편집 02-2262-7437

편집장 윤정은 Jungeun Yoon · yoon29@design.co.kr

FASHION

기자 홍혜선 Hyesun Hong · hhs@design.co.kr

기자 최윤정 Yoonjung Choi · yj.choi@design.co.kr

BEAUTY

기자 이지형 Jihyung Lee · jh.lee@design.co.kr

LIVING/FEATURES

수석 기자 김수진 Sujin Kim · jin@design.co.kr

기자 안서경 Seogyong Ahn · seo@design.co.kr

기자 한동은 Dongeun Han · dehan@design.co.kr

게스트 에디터 이승률 Seungryul Lee

미술관 손익원 Ikweon Sohn · bart@design.co.kr

디자이너 홍수연 Sooyoun Hong · syhong@design.co.kr

김보성 Bosung Kim · today17@design.co.kr

포토 디렉터 이우경 Wookyoung Lee · watt@design.co.kr

포토그래퍼 이기태 · 이경욱 · 이창화

Tone Studio 디렉터 엄정훈 Junghoon Yum

포토그래퍼 황인우 Inwoo Hwang

교정·교열 전남희 Namhee Jeon

ADVERTISING

광고 02-2262-7401

유통 관리 02-2262-7407

정기구독 080-007-1200

이사 이경호 Kyongho Lee · paradise@design.co.kr

부장 김수진 Soojin Kim · kimsoojin@design.co.kr

유통 관리 매니저 송은우 Eunwoo Song · ewsong@design.co.kr

부장 이근태 Guntai Lee · guntai77@design.co.kr

부사장 김은령 exlibris@design.co.kr

DESIGN HOUSE INC.

디자인사업부부장 이민형 디자인프레스(주) 대표 겸직 lucy@design.co.kr

전시사업부부장 조상연 이사 Sangyeon Cho · csy@design.co.kr

경영전략부부장 이영임 상무 Youngim Lee · yilee@design.co.kr

법률 고문 김영철 변호사 · 변리사(법무법인 KCL)

회계 자문 삼덕회계법인

대표이사·발행인 이영혜

2021년 10월호 통권 제60호. 2016년 10월 12일에 등록

등록번호 서울 중 라-00650. 2021년 9월 28일 발행(매월 발행)

발행 공급처 (주)디자인하우스(02-2275-6151)

필름 출력 (주)에이디코아(02-323-6493)

인쇄처 M-print(031-8071-0960)

주소 서울시 중구 동호로 272

이 잡지의 일부 기사는 간접 광고를 포함하고 있습니다.



FREDERIQUE CONSTANT

GENEVE



LIVE YOUR PASSION
HIGHLIFE
PERPETUAL CALENDAR
MANUFACTURE
frederiqueconstant.com

프레드릭 콘스탄트 5년 무상 공식서비스는 공인된 매장에서 구입한 홀로그램이 있는 경우에만 가능합니다 | 고객센터 1899-7848

롯데 에비뉴엘 월드타워점 02)3213-2256 롯데백화점 잠실점 02)2143-7122 롯데백화점 대구점 053)660-3146 롯데백화점 강남점 02)531-2287
신세계백화점 본점 02)310-1970 신세계백화점 스타필드 하남점 031)8072-1870 AK플라자백화점 분당점 031)8023-2176

롯데면세점 소공점 02)759-6771 월드타워점 02)3213-6862 코엑스점 02)3484-9641 부산점 051)810-3861 신라면세점 서울점 02)2230-1480 신라아이파크면세점 02)490-3681
신세계면세점 명동점 02)6370-4075 부산점 051)775-3264 현대백화점면세점 02)2142-6170 | 세이백화점 대전점 042)257-7745 현대백화점 미아점 02)2117-1755

 **한국심장재단 후원** 프레드릭 콘스탄트는 판매금의 일부를 한국심장재단에 기부하고 있습니다.

The Korea Heart Foundation

HEAD TO TOE

본격적인 가을의 시작을 알리는 10월.
이 계절을 더욱 풍성하게 만들
패션 & 뷰티 신제품과 유쾌한 전시 및 공연,
베네치아 국제 영화제의 셀러브리티까지.
흥미롭고 다채로운 소식을 전합니다.

글 안서경 (ASG)·이지형 (LJH)·최윤정 (CYJ)·한동은 (HDE) 기자

EXHIBITION

<Ghost & XXXX> 아트 플랫폼 사비위크샵에서 일본 현대미술계에서 주목받는 신예 작가 야이리 고이치矢入幸一の 첫 개인전을 연다. 1992년생인 작가는 그래픽아트와 디자인, 회화의 경계를 넘나들며 작가의 분신인 '고스트'를 매개로 다양한 감정의 스펙트럼을 표현한다. 이번 전시는 '만남'을 주제로 코로나19 이후 일상 속 만남이 줄어든 현실을 되짚어보고, 이를 회화로 풀어냈다. 채회의 즐거움, 소소한 만남이 주는 행복감 등의 감정을 작품에 담았다. 사비위크샵, 9월 30일부터 10월 17일까지.



<리사이징RESIZING> 프레더릭 R.

와이즈먼 예술재단 소장은 물론 아트

바젤 등 국제 미술계에서 주목받는 작가 김승주의 개인전이 아틀리에 아키에서 열린다. 3년 만에 열리는 국내 전시로 '자'를 모티프로 고유한 작품 세계를 펼친 작가의 신작을 만날 수 있는 기회. 캔버스라는 공간 안에서 조형들의 관계성을 표현한다. 작가는 자에 새겨진 눈금의 크기를 변형해 '자'라는 물건이 지닌 '측정'이라는 본래의 기능을 소개시키며, 우리가 보편적·절대적 기준을 인식하는 방식을 되돌아보게 만든다. 아틀리에 아키, 9월 15일부터 10월 22일까지. (ASG)



LEATHER WEATHER



ROGER VIVIER 새롭게 공개한 '위키비브'에는 1990년대 스케이트 신발과 테니스 신발, 그리고 군용 캣펍 부츠 스타일이 결합되어 있다. 가죽 혹은 캔버스로 톱스니커즈와 가죽 하이톱 부티 등 2가지 버전으로 만날 수 있다. 문의 6905-3370

MULBERRY 멀버리가 새 실루엣을 입힌 핸드백 라인을 선보인다. 영국 서머셋 지역 탄소 중립 공장에서 제작한 이 가방은 수공예 장인의 정교한 솜씨와 첨단 기술을 접목한 결과물. 유행에 구애받지 않는 클래식한 형태에 타이포그래피 잠금장치를 적용했다. 문의 2018-1400

LOUIS VUITTON 인플루언서 에마 체임벌린이 2021 F/W 시즌 여성 슈즈 화보를 위해 거리를 나섰다. 그의 당당한 자세를 더욱 돋보이게 하는 '패티' 부츠를 주목할 것. 투웨이 지퍼와 메탈 스테드, 접힘 스트랩 등 바이커 재킷을 창의적으로 접목한 요소들이 돋보인다. 문의 3432-1854

문의 796-1082 (CYJ)



AUTUMN EYE MAKEUP



NARS

아름다운 모하비사막의 색감에서 영감을 받은 '퀴드 아이섀도우 모하비'로 가을 아이 메이크업을 완성해보자. 은은한 펄을 함유한 것부터 매트한 질감까지 다양한 텍스처로 구성된다. 문의 6905-3747

BENEFIT

깔끔하고 선명한 눈썹을 만들어주는 '포우마드 브로우 포우마드'를 출시한다. 크림처럼 부드러운 제형으로, 하루 종일 지워지거나 번지지 않고 완벽하게 밀착되는 것이 장점이다. 문의 080-001-2363



SEPHORA

매트, 시머, 메탈릭, 글리터 등 다양한 질감으로 이루어진 '아이스토리즈 아이섀도우 팔레트'를 제안한다. 6가지 부드러운 컬러로 눈가를 가을 분위기로 물들여보자.

문의 1670-4234 (LJH)

CELEBRITIES AT THE EVENT



한국의 소리



<배비장전> 창극은 고루하다는 인식을 깨고 화끈한 웃음으로 관객을 사로잡은 '21세기형 코미디 창극' <배비장전>이 5년 만에 돌아온다. 극은 한양에 살던 배비장이 제주 신임 목사 김경의 비장이 되기 위해 제주도행을 자원하며 시작한다. 고고하던 그가 기녀 애랑의 유혹 앞에 본색을 드러내는 모습을 통해 인간의 위선과 이중성을 유쾌하게 풀어낸 작품이다. 흥겨운 제주 민요의 선율과 민속 춤사위, 맛깔스러운 코믹 연기에 지루할 틈이 없다. 국립창극단의 인기 배우 김준수와 이소연이 배비장과 애랑으로 분한다. 전통극의 해학과 풍자의 매력은 살리고 현대의 말투와 유머를 더한 창극이다. 국립극장 달오름극장, 10월 22일부터 31일까지.



<송재영의 춘향가> 1984년 시작 이래 당대 최고의 명창들이 공연을 펼치던 '국립극장 완창판소리'. 10월에는 송재영 명창이 동초제의 대표적 판소리인 '춘향가'를 완창한다. 동초제란 가사와 문학성을 중시하는 판소리 창법상의 유파로, 가사 전달이 확실하고 동작이 정교한 것이 특징이다. 특히, 국립창극단 초대 단장으로서 창극 활동을 이어오던 김연수 명창이 재구성해 극적 짜임새가 뛰어나다. 전라북도 무형문화제 제2호 판소리 '심청가'의 보유자로 인정받은 송재영은 컬컬하게 쓴 듯한 목소리로 상하청을 자유롭게 구사한다. 여러 창극의 주역 배우로 쌓아온 뛰어난 즉흥 연기 역시 기대를 모은다. 국립극장 하늘극장, 10월 16일. (HDE)

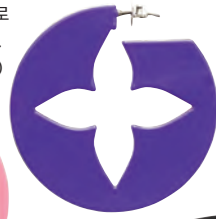
새롭게 선보이는
'에브리데이 LV' 테마를 반영한
남성용 리버서블 벨트.
루이 비통(3432-1854)



'KENZO' 로고로 빼곡하게 채운
파란색 자카르 니트. 겐조(3479-6270)



2가지 모노그램 패턴으로
완성한 언밸런스 이어링.
루이 비통(3432-1854)



Fendi



G 모양의 금색 큐브 조각 굽과
버클 장식이 멋진 가죽 샌들 힐.
지방시(546-2790)

LOGO PLAY

“말하지 않아도 알아요.”

브랜드 정체성을 오롯이 드러내는 로고 패턴의 활약.

글 최윤정 기자 | 사진 엄정훈 | 어시스턴트 차세연



노란색 글라스 렌즈 위에
FF 로고를 새긴
스퀘어 선글라스.
펜디(2056-9023)



다채로운 컬러 팔레트를 활용해
브랜드 로고를 그래픽적으로 재해석한
패디드 체인 쇼퍼백. 샤넬(080-200-2700)

Valentino

GG 모노그램 패턴을 바지 전체에 새긴
남성용 하프 슬랙스 팬츠 구찌(1577-1921)



앞뒤에 각각 알파벳 로고와 체크무늬를 짜 넣은
니트 판초. 에르메스 피렌체(542-4486)

영국 요크셔 조각 공원에 전시되었던
대형 카우스 조각을 높이 약 40cm로
축소해 제작한 '굿 인텐션스'.
카우스(kawsone.com)



2개의 견고한 월넛 나무 반구 위에
세계지도를 손으로 새기고 샌딩한
'우든 인그레이빙 지구본'.
하단에 브랜드 로고를 각인해 완성했다.
브루넬로 쿠치넬리 by 파페치
(080-822-1476)



수공 인그레이빙으로 제작한
마호가니 소재의 '사마르칸트 문진'.
각각의 조각은 자석을 부착해
분리 가능하다. 에르메스(542-6622)



아프리카의 광엽수 웬지, 월넛, 메이플
3가지 목재로 높낮이가 다른 3인 가족의 모습을
구현한 '패밀리' 목각 인형 오브제.
아르페르(arper.com)

루이 비통의 마스코트 캐릭터
비비엔이 창립자 탄생
200주년을 기념해
게임 캐릭터로 변신했다.
'게임 온 비비엔'.
루이 비통(3432-1854)



감각적인 컬러의 기하학 패턴으로
다양한 인물의 모습을 표현한
비트라 시그니처 '우든 돌'은
알렉산더 지라드의 디자인.
루밍(599-0803)



나무토막을 짜맞춰 만든
'베어브릭 가리모쿠 요세기 400%'.
메디콤 토이 창립 25주년 전시회 개최 기념으로
출시했다. 메디콤 토이(medicomtoy.co.jp)



세계적 유명인을
목각인형으로 제작하는
덴마크 리빙 브랜드
루시 카스의 '코케시 돌-코코'와
'코케시 돌-칼'.
매종 바로바우(2646-8586)

WOODEN OBJECT

다양한 목재로 제작한 오브제로 공간에 포인트를 더해보자.

글 한동은 기자

캐치패션 이우창 대표
데이터 기술로 전 세계
럭셔리 쇼핑 플랫폼을
연결하는 실험가

다수의 명품 브랜드를 비롯해 파페치, 매치스패션, 마이테레사 등과
정식 파트너십을 맺은 온라인 럭셔리 쇼핑 플랫폼, 캐치패션.

연이은 투자와 빠른 성장에는 정도正道를
추구하는 방식과 데이터를 통한
새로운 접근이라는 노력이 뒷받침되어 있다.

글 안서경 기자 | 사진 이석영



부티크와 백화점을 넘어 온라인 명품 쇼핑 산업이 놀라운 성장을 이루고 있다. 올해 1월, 독일 뮌헨에 본사를 둔 온라인 럭셔리 쇼핑 플랫폼 '마이테레사'는 뉴욕 증시에 성공적으로 상장했다. 경쟁사인 '파페치'는 중국 알리바바와 스위스 리치몬드 그룹으로부터 10억 달러 이상의 투자를 유치했다. 럭셔리 이커머스 산업의 미래는 더 희망적이다. 베인앤컴퍼니 조사에 따르면 2025년까지 온라인을 통한 명품 구매 비율이 전체 30%로, 지금보다 약 3배 가까이 증가할 것이라고 진단했다. 한편 글로벌 럭셔리 시장에서 한국은 중요한 입지를 차지하는 중이다. 지난해 전체 시장 규모 7위에 올랐다. 시장조사 업체 유로모니터는 한국이 미국, 일본, 중국, 프랑스, 이탈리아, 영국에 이은 순위를 차지했고, 독일을 앞섰다고 밝혔다.

이우창 대표는 일찍이 이 같은 지표가 지닌 의미에 주목했다. “한국처럼 명품 시장 규모가 크고, 인터넷 보급률과 모바일 접근성이 좋은 나라에 왜 명품을 구매할 수 있는 유니콘 기업이 없을까?” 이런 간명한 물음에서 사업을 시작했고, 2019년 ‘캐치패션’을 론칭했다. 캐치패션은 태생부터 기존 업체들과 분명한 차별점을 뒀다. 브랜드와 브랜드가 유통 및 판권을 인정한 공식 셀러(파트너사)를 통해서만 제품을 판매하는 것을 기조로 삼은 것.

“10~20년 전부터 국내에는 온라인을 통해 명품을 판매하는 ‘병행 수입’ 업체와 소규모 명품 판매상들이 포화 상태였어요. 또한 백화점 등 기존 리테일 대기업은 오프라인 때문에 온라인에 올인하는 것이 어려운 상태란 걸 깨달았죠. 병행 수입은 비공식적인 경로이기 때문에 가품을 구매할 확률이 1%라도 존재해요. 브랜드가 공식적으로 제품을 공급하는 게 아니고, 개인이나 불특정 경로로 상품을 들여오는 것이기에 공급의 제한이 명확하죠. 지속적으로 상품을 판매할 수 없기에, 규모의 경제에 도달하지 못할 것이라 판단했어요. 국내에도 공식적인 경로를 통해서만 판매하는 플랫폼을 만들고 싶었습니다.”

데이터에 기반한 ‘럭셔리 애그리게이터’

언뜻 보기에도 한국의 신생 스타트업 기업이 럭셔리 메종으로부터 제품을 공급받거나, 글로벌 명품 쇼핑 플랫폼과 협업하는 일은 매우 어려워 보인다. 이우창 대표는 이 답을 ‘메타 데이터’에서 찾았다. 플랫폼을 설계할 때부터 대행업체에 맡기지 않고, 모든 요소를 직접 개발자, 전문가들과 함께 구축한 것.

“세일즈 마케팅에 집중하기보다 검색엔진을 설계하고, 제휴한 해외 플랫폼과 실시간 상품 정보를 동기화하는 기술 등을 정비하는 데 대부분의 시간을 쏟았어요. 매달 행동 데이터 900만 건 이상을 수집하고, 300테라바이트(TB)가 넘는 데이터를 재처리해 상품을 배치하고, 고객의 소비 패턴을 분석하죠.” 그 결과 캐치패션은 국내 쇼핑 플랫폼 중 개인화 추천 서비스가 가장 고도로 발달한 사이트를 만들었다고 자부할 수 있게 됐다. 캐치패션 사이트에 접속하면 제휴를 맺은 모든 브랜드와 플랫폼들의 가격과 재고를 즉시 파악해 상품을 구매할 수 있다. 고객에게 환율 차이를 빼고는 일체 수수료를 남기지 않고, 파트너 회사로부터 받은 수수료로 이익을 창출하는 구조다.



1 공식 루트를 통해 판매한다는 메시지를 담은 캐치패션의 바이럴 광고 영상.

2 30여개 제휴 업체들의 세일 및 할인 소식을 한눈에 확인할 수 있다.

이우창 미국 펜실베이니아 대학교에서 정치경제학을 전공한 뒤 영국의 광고 및 유통 스타트업과 한화갤러리아 온라인신사업팀에서 일했다. 2019년 1월 온라인 명품 쇼핑 플랫폼 ‘캐치패션’을 베타 론칭했다. 현재 누적 거래액 800억 원을 돌파한 캐치패션은 파페치, 마이테레사 등 전 세계 유명 파트너사와 정식 제휴를 맺고, 총 330만개 이상의 럭셔리 브랜드 제품에 대한 검색, 가격 비교, 캐시백 서비스 등을 제공한다.

“온라인 명품 쇼핑을 선호하는 한국 소비자들은 가격에 민감하고, 열심히 조사한 뒤 구매하는 성향이 있어요. 이 점이 저희가 빨리 성장할 수 있는 원동력이 됐죠.” 내공을 알아본 럭셔리 브랜드와 파페치, 매치스패션, 마이테레사 등 30여개 이상의 플랫폼들이 제휴를 이어갔고, 멀버리, 아테스토니 등의 브랜드에서는 이례적으로 직접 투자가 지 나셨다. 기술을 안정적으로 구축하는 2년간은 광고나 홍보를 따로 하지 않았고 인터뷰 등도 거의 마다했다. ‘선택과 집중’ 덕에 첫째 거래액이 260억 원을 돌파했고, 지난해 200% 이상 성장률이라는 결실을 거두었다. 최근 캐치패션은 이용자 분석 리포트를 공개하기도 했다. 사이트를 이용하는 25~34세 구매자들의 남녀 성비를 분석했는데 각각 51%, 49%로 비슷하며 15~24세는 남성의 구매가 더 높다는 결과를 공개한 것. 세일즈 데이터를 파트너사와 공유하고, 한국을 테스트 베드로 삼는 글로벌 브랜드에 유의미한 데이터를 제공할 수 있는 것. 축적된 데이터는 캐치패션의 저력이다.

궁극적으로 캐치패션은 ‘럭셔리 애그리게이터’를 표방한다. 모든 향공사의 티켓을 한눈에 볼 수 있는 ‘스카이스캐너’처럼 소비자가 명품 브랜드의 상품 정보에 대한 알 권리를 정식 루트로, 효율적인 방식으로 보장받도록 만드는 것이다. “제가 생각하는 ‘럭셔리’는 ‘100%를 향한 집념의 결과물’ 같아요. 브랜드는 완벽한 제품을 만들기 위해 노력하고, 소비자는 이 집념에 깊이 공감하기에 기꺼이 가격과 시간을 감수하죠. 이 같은 메커니즘이 제겐 늘 흥미롭고, 더욱 동시대적인 기술과 서비스를 제안하고 싶은 이유예요.”

F/W BOOTS LIST

가을·겨울을 맞아 펼쳐지는 다채로운 가죽 부츠 컬렉션.

EDITOR CHOI YOONJUNG PHOTOGRAPHER YUM JUNGHOO

Blooming Texture

장미를 모티프로 만든 다양한 크기의 가죽 꽃잎을 이어 붙여 완성한

'아틀리에' 레인 부츠 발렌티노 가라바니.

신발의 유연한 실루엣을 따라 장인의 섬세한 스티칭 기술을 접목한 '에이코' 부티.

100% 나파 가죽으로 제작했다. 지안비토 로시.



Pointed Heel

알파벳 G를 조합한 독특한 금속 굽의 '지 체인' 부츠 지방시.
원형 굽이 미려볼을 연상시키는
스웨이드 카프 스킨 소재의 '데이지' 앵클부츠 에르메스.



Basic

신발 전·후면에 이음새를 노출한 상아색 앵클부츠. 에르메스.
측면에 엠보싱 처리를 한 FF 캘리그래피가 특징인 하이힐 부츠. 펜디.
부드러운 송아지 가죽을 사용해 무릎 위까지 밀착되는
'딜런 쿠이사드' 부츠. 지안비토 로시.



Color Blocking

바이커 재킷을 재해석한 '패티 웨지' 앵클부츠.
브랜드 로고를 각인한 은색 스타드 장식으로 포인트를 주었다. 루이 비통,
송아지 가죽과 방수 처리를 한 캔버스 소재를 조합한
'레전트' 부츠. 로로피아나.

어시스턴트 차보금 | 제품 협조 로로피아나(546-0615),
루이 비통(3432-1854), 발렌티노(543-5125), 에르메스(542-6622),
지방시(546-2790), 지안비토 로시(6905-3690), 펜디(2056-9023)



MEMORY OF SCENTS

향기는 뇌리 깊은 곳에 저장되어
그날의 분위기를 상기시키는 힘이 있다.
8인의 명사들, 그들의 일상에 활력을 주는 향기와
기억의 조각들을 공유한다.

글 정재희(프리랜스 에디터) | 사진 염정훈

샤넬, 레 조드 샤넬 파라-도빌

“예전에 파리에서 꽃으로 명화를 표현하는
워크숍이 열렸어요. 전시를 보러 가기 전
아침에 늘 뿌리던 향수인데 한국에서
다시 사용할 때면 반 고흐의 붓대를 감은 자화상을
마주했던 그때의 설레는 기억이 고스란히 떠올라요.
화이트 크롭트 톱과 진을 입고
편하게 파리를 거닐던 순간도요.”
_폴로리스트 브렌다



르 라보, 바닐 44

“이 향수를 사용하면 파리의 로맨틱한
가을밤이 떠올라요. 반짝이는 센강의 풍광과
시원한 바람, 그리고 그 바람결을 타고 흐르던
부드럽고 고급스러운 ‘바닐 44’의 향기...
코로나19 사태가 조금 진정되면 또 한번 이 향수를 입고
느긋하게 센 강변을 걷고 싶어요.” _SK건설 변호사 김윤나

딥티크, 베이 룸스프레이

“강한 향을 즐기는 편이 아니라 은은하면서도 신선한
향의 향수를 선택하거나 룸 스프레이를 통해 간접적으로 향을
입는 것을 선호해요. 이 제품을 공간에 뿌려두면
늘 파리의 아침이 생각납니다. 늦은 아침 노천카페에서 브런치를 먹던
여행지에서의 소소한 행복을 느낄 수 있어요.” _마레디마리 유명해 대표

조 말론 런던, 우드 세이지 앤 씨 솔트

“2년 가까이 여행을 떠나지 못하니
가장 최근 몰디브로 여행 갔을 때의 평화로운
바다가 더욱 그리워요. 코랄 블루 톤의 바다를
바라보았을 때 함께했던 ‘우드 세이지 앤 씨 솔트’
향기도 여행의 기억을 더욱 아름답게 만드는
이유 중 하나죠. 이따금 이 향수를 다시 사용하면
그날의 여유로움과 따스한 햇살, 그리고 행복했던
기억이 생각나 절로 미소 짓게 됩니다.”

_스파더엘 이마나 대표

**로라 제임스 하퍼, 더 레이니 데이즈
인 레이크 디스트릭트**

“비 온 뒤 숲속에서 올라오는 젖은 풀 향과
질은 나무 냄새가 매력적인 룸 스프레이예요.
왠지 모르게 이 향기를 맡으면 어린 시절 가족들과
함께했던 여행지가 어렴풋이 떠올라요.
그곳에서 일기를 쓰던 어린 시절의
제 모습도 그려지며 잠시 추억 여행을
떠나기도 합니다.” _아크에이 안미선 이사

**볼리 1803 오 트리플 향수
페루 헬리오트로프**

“유럽을 참 좋아합니다. 카페나 레스토랑은 물론
공원의 의자 하나까지 눈길에 닿는 어디든
켜켜이 쌓인 시간이 느껴지기 때문이죠.
오래된 것이 내뿜는 아름다움은 스스로를
정숙하게 만들고 숨을 천천히 고르게 하는
힘이 있어요. ‘페루 헬리오트로프’의
은은한 꽃 향기는 느긋한
유럽에서의 시간을 상기시켜
좋아하는 향수 중 하나예요.”
_호호당 양정은 대표

이솝, 에레미아 오드퍼퓸

“이 향을 맡으면 이국적인 여행지
부탄으로 돌아가게 됩니다. 히말라야 왕국의
이끼로 뒤덮인 신비로운 산맥을 등반하며 맡았던 산의 향기와
수세기 전 지어진 사원에서 풍기던, 오일을 태우던 향기가 떠올라요.
그래서인지 마음이 릴랙싱되면서 평화로워집니다.”
_태오양스튜디오 양태오 대표

산타 마리아 노벨라 포푸리

로고 자수 실크 파우치

“이탈리아 사르데냐섬에서
작은 요트를 타고 바다에 발을 담갔을 때
눈앞에 파란 푸딩 같은 물결, 그곳에서 바라본
흰 벽의 웅장함은 5년 전 일이지만
아직도 생생하게 그려져요. 해 질 녘
그 동네에서 노을을 바라보며
꽃을 즐겼는데 처음 본 다육식물들과
꽃나무들이 많아 너무 즐거웠죠.
‘포푸리’는 이런 기억을 환기시키며
마음에 에너지를 가득 부여해줍니다.”
_프롭 스타일리스트 황인아

제품 협조 사샐(080-332-2700), 딥티크(02-3479-6049), 르 라보(02-6971-3204), 볼리 1803(1544-5114), 산타 마리아 노벨라(1644-4490), 이솝(1800-1987), 조 말론 런던(02-6971-3228)



OMEGA 007 하면 가장 먼저 떠오르는 것, 오메가 시계다. 오메가는 지난해 이미 '씨마스터 다이버 300M 007 에디션'을 선보인 바 있다. 영화 개봉이 뒤로 밀리면서 시계를 먼저 발매한 것. 지름 42mm 크기의 케이스, 밀라네즈 메시 브레이슬릿까지 모두 일반 스틸보다 40% 가벼운 티타늄 소재로 제작했다. 제임스 본드는 영화 속에서 내내 이 시계를 차고 등장하는데, 대니얼 크레이그 본인에게도 꽤 특별한 의미가 있다. 실제로 오메가 측에 자신의 의견을 냈고, 그 의견을 충분히 반영해 제작한 시계이기 때문.

THE RETURN OF BOND

대니얼 크레이그가 연기하는 마지막 제임스 본드. <007 노 타임 투 다이>가 오랜 개봉 연기 끝에 드디어 공개된다.

글 이기원(게스트 에디터)

코로나19로 인해 세 차례나 개봉을 연기했던 <007 노 타임 투 다이>가 9월 29일로 개봉을 확정했다. 대니얼 크레이그는 2006년 <카지노 로얄>을 시작으로 <퀸텀 오브 솔러스>, <스카이폴>, <스펙터>에 이어 <노 타임 투 다이>까지 다섯 번째 제임스 본드를 연기한다. 하지만 아쉽게도 이 냉철한 본드를 보는 건 이번 작품이 마지막이다. 그는 이번 작품을 마지막으로 007 시리즈에서 하차하며, 표면적인 이유는 '휴식'이다. 팬들은 바짓가랑이라도 붙잡고 싶겠지만 결정이 번복되지는 않을 것이다. 이번 작품이 더욱 특별한 이유다.

기본적인 스토리는 이렇다. MI6을 떠난 이후 매들린(레아 세이두)과 평화로운 일상을 즐기던 제임스 본드(대니얼 크레이그)에게 CIA 요원이 찾아와 선별적 DNA 공격이 가능한 새로운 생화학 무기 유출을 알린다. 화학 가스 무기임에도 특정한 사람만 골라 죽일 수 있는 최악의 무기를 없애기 위해 임무에 복귀한 제임스 본드는 이 모든 사건의 배후에 시리즈 최악의 적인 사핀(라미 말렉)이 존재한다는 것을 알아채고 그에 맞선다. '타깃을 특정할 수 있는 화학 가스 무기'라는 설정이 이번 작품의 감동과 재미를 책임지는 핵심이 될 것으로 보인다.

캐스팅은 더 바랄 것이 없을 정도다. 전작부터 이어지는 대니얼 크레이그와 레아 세이두의 투 샷은 그 자체로 눈이 즐겁다(레아 세이두는 007 시리즈 사상 처음으로 두 편의 작품에 연달아 등장하는 본드 걸이 됐다). 한 무리의 실력파 배우들도 가세했다. 시리즈 역사상 가장 강력한 빌런으로 설정된 <보헤미안 랩소디>의 히어로 라미 말렉은 <오페라의 유령>을 연상시키는 강렬한 마스크로 등장해 눈길을 끈다. "우리 둘 다 살인을 하지. 더 좋은 세상을 만들

ASTON MARTIN 007과 결코 뗄 수 없는 애스턴마틴은 이번 작품에도 'DB5', '슈퍼GT', 'DBS 슈퍼레제라', 하이퍼카인 '발할라', 클래식 애스턴마틴 'V8' 등 수많은 모델을 등장시킨다. 이에 그치지 않고 '벤티지'와 'DBS 슈퍼레제라'를 기본으로 한 007 에디션 모델을 공개했다. 벤티지는 100대 한정, DBS 슈퍼레제라는 25대 한정 한정 에디션이다. 두 에디션 모두 007만의 아이덴티티를 차체 곳곳에 녹여냈다. 벤티지 에디션은 오리지널 애스턴마틴 V8에서 영감을 받아 제작했는데, 클래식 팬들의 향수를 자극할 디테일이 가득하다. DBS 슈퍼레제라는 실제 판매 중인 모델과 동일한 사양이지만, 이곳에 007 에디션만의 흔적을 남겼다.



기 위해서. 다만 내 방법이 조금 더 깔끔할 뿐이야.” 티저 영상을 통해 공개된 라미 말렉의 대사는 벌써부터 뜨거운 반응을 이끌어내고 있다. 소시오패스적 악당을 맡은 말렉이 얼마나 대단한 연기를 보여줄지 궁금하다. 또한 젊고 유능한 MI6 요원 노미 역으로 돌아온 <캡틴 마블>의 라샤나 린치, 본드를 돕는 요원 역의 아나 데 아르마스 등 강력한 여성 캐릭터들은 본드와 함께 강력한 팀을 이룬다. 마초 냄새 물씬 풍기던 007도 시대의 변화에서 자유로울 수 없다는 것을 보여주는 것 같다.

제작진의 면면에서도 기분 좋은 변화의 기류가 느껴진다. 감독은 드라마 <트루 디텍티브>의 감독이자 영화 <그것>의 각본을 쓴 캐리 후쿠나가. 007 역사상 첫 미국인 감독인 후쿠나가는 기존의 세계관 위에 자신만의 색깔을 입혔다는 후문이다. 지금까지 007 시리즈는 할리우드 시스템을 최대한 배제해왔는데, 할리우드 출신 감독을 영입한 후 영화의 분위기가 어떻게 달라졌을지 지켜보는 것도 관전 포인트다. 각본은 드라마 <폴리백>으로 골든글로브 각본상을 수상한 피비 월러 브리지가 맡았다. 여성 각본가가 007 시리즈의 메인 작가가 된 건 1963년작 <007 위기일발> 이후 무려 57년 만의 일이다. 거장 한스 짐머가 영화음악을 맡았고, 그래미 수상자 빌리 아일리시가 주제곡을 불렀다.

액션 블록버스터의 상징 같은 007 시리즈답게 이번 작품에도 압도적인 규모의 액션 신이 준비돼 있다. 제임스 본드의 박력 넘치는 카 체이싱, 육해공을 오가는 비행 장면 등은 그 규모와 스케일 면에서 역대 최고를 자부한다. 게다가 시리즈 최초로 아이맥스 촬영을 했기 때문에, 아이맥스 전용관에서 보면 그 진가를 제대로 느낄 수 있다. 007 시리즈는 작품에 따라 평가가 갈리는 경우가 많았지만 대니얼 크레이그가 본드가 된 이후부터는 고르게 좋은 평가를 받아왔다. 억지스러운 연출 없이 리얼리티를 살렸기 때문인데, 이는 대니얼 크레이그의 실존적 매력(?)이 어느 정도 반영된 결과일 것이다. ‘쓰러져가던 007 시리즈를 부활시킨 배우’라는 평가를 받았던 대니얼 크레이그의 마지막 007은 어떤 모습일까. 기쁜 마음으로 기다려보자.



TOM FORD 톰 포드는 대니얼 크레이그가 본드로 선정된 이후 이번 작품까지 4편 연속으로 제임스 본드의 의상을 담당했다. ‘수트왕’ 줄기로 유명한 대니얼 크레이그의 영상 뒤에는 톰 포드가 있었던 셈이다. 톰 포드는 이번 작품에서 MI6 요원 노미 역을 맡은 라샤나 린치의 의상도 맡아 다양한 여성 의류도 선보인다. 정중한 무드 속에 섹시얼한 분위기를 숨겨놓는 톰 포드만의 장기는 이번 영화에서도 곳곳에 묻어날 예정이다.



CHOPARD 쇼파르도 <007 노 타임 투 다이>의 공식 파트너다. 극중 팔로마 역을 맡은 아나 데 아르마스가 페어 컷으로 이루어진 전체 43캐럿 상당의 다이아몬드 네크리스와 총 82캐럿의 다이아몬드 브레이슬릿, 총 14캐럿의 다이아몬드 이어링을 착용하고 등장한다. 해당 제품들은 윤리적 방법으로 채굴한 보석만을 사용하는 쇼파드 ‘그린 카펫’ 컬렉션의 일부다.



LEICA 라이카는 자사의 인기 모델 Q2를 기반으로 한 ‘Q2 007 에디션’을 전 세계 250세트 한정 출시한다. 오션 그린 컬러 보디, 007의 오프닝 장면을 담은 렌즈 캡 디자인, 카메라 상단에 각인한 007 로고가 소장의 의미를 더한다. 제품 성능은 기존의 Q2와 동일하다.



BOLLINGER 영국 왕실 공식 샴페인이자 007 시리즈에 꾸준히 등장하며 ‘제임스 본드 샴페인’으로도 불리는 볼링저. 영화 개봉에 맞춰 ‘볼링저 007 리미티드 에디션 2011 빈티지’라는 특별 에디션을 선보인다. 피노누아 100%를 사용했고, 25번째 제임스 본드 영화라는 것을 기념해 숫자 ‘25’를 샴페인 병의 전면에 새겼다.



MICHAEL KORS 007 시리즈와 처음 협업을 진행하는 마이클 코어스는 특별히 이탈리아에서 제작한 ‘MKC X 007’ 컬렉션을 선보인다. ‘본드 뱅크로프트’ 사첼백과 캐리올, 더플백이 그것이다. 기존에도 인기가 많던 백들이는데, 007만의 요소를 어떻게 더했는지 궁금해진다. 극중에서는 머니페니 역을 맡은 나오미 해리스가 사첼백을 착용했다.

Olivia Rodrigo

2021년 미국을 뒤흔든 단 한 곡을 뽑으라면 단연 '드라이버스 라이선스(Drivers License)'. 미국 10대들의 폭발적인 사랑을 받은 이 곡의 주인공은 바로 2003년생인 18세 싱어송라이터 올리비아 로드리고다. 우리나라에서는 BTS와 빌보드 차트를 경합 중인 스타로 더 잘 알려진 올리비아는 캘리포니아 출신 필리핀계 미국인으로 브리트니 스피어스, 셀리나 고메즈를 잇는 디즈니 출신 하이틴 스타. 그녀의 노래 '드라이버스 라이선스'는 발매 2주 만에 빌보드 핫 100 차트 1위를 차지했고, 스포티파이에서 하루 만에 568만 회 이상의 스트리밍을 기록하며 최고의 싱글 스트리밍 기록을 세우기도. 이어 후속 싱글인 '데자뷔(Deja Vu)'와 '굿 포 유(Good 4 U)'까지 연달아 히트시키며 차세대 팝스타이자 Z세대의 아이콘으로 자리매김했다. 폭발적인 인기엔 톡톡 튀는 스타일링도 한몫한다. 2000년대 초 패션에서 영감을 받은 그녀의 스타일은 마치 하이틴 무비에서 막 튀어나온 듯 매력적이다. 특히 지난 7월 코로나19 백신 접종을 독려하기 위해 백악관을 찾은 그녀는 영화 <금발이 너무해>의 리즈 위더스푼이 떠오르는 샤넬의 핑크 트위드 투피스를 선택해 화제가 되었다. 올리비아의 스타일링 키워드는 크게 3가지. 2000년대, 펑크 그리고 프린트! 가장 핫한 브랜드와 빈티지 마켓에서 찾은 듯한 아이템을 믹스 매치하고, 과감한 컬러와 프린트 의상에 액세서리를 겹겹이 착용한 모습은 트렌드에 구애받지 않고 자유분방한 감성을 지닌 Z세대 그 자체다.



NEW GEN Z ICON

솔직하고 매력적인 모습, 자신만의 개성과 강점을 앞세운 감도 높은 콘텐츠로 Z세대의 새로운 아이콘으로 등극한 5명을 소개한다.

글 신경미(프리랜스 에디터)

Noen Eubanks

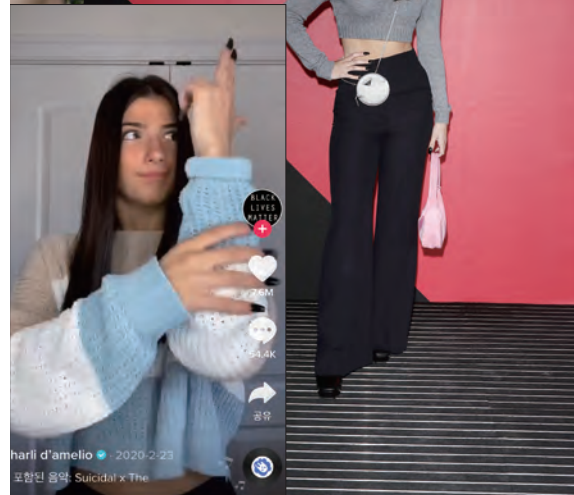
Z세대가 가장 열광하는 소셜 미디어는 바로 틱톡. 인스타그램을 통해 자신의 매력을 어필하던 수많은 인플루언서와 스타가 틱톡으로 그 무대를 옮기면서 유수의 패션 하우스 또한 틱톡을 통해 새 컬렉션을 선보이거나 다양한 콘텐츠를 공개하고 있다. 틱톡의 주 사용 연령대가 10~20대인 것을 감안해 잠재성이 있는 어린 고객들을 유치하기 위한 공격적인 마케팅 수단으로 활용하는 것. 유스 컬처로부터 영감을 받고, 새로운 유스 컬처를 창조해내는 에디 슬리먼은 이런 시대적 흐름을 놓치지 않고 셀린느 옴므 컬렉션 캠페인의 새 얼굴로 Z세대가 열광하는 톱 틱토커를 발탁했다. 그 주인공은 바로 2001년생의 노엔 유뱅크스. 틱톡 팔로워 1000만 명 이상을 보유한 그는 날렵한 턱선, 슬림한 몸매 그리고 수시로 바뀌는 헤어 컬러와 부스스한 헤어스타일을 지닌 소프트 보이. 노엔은 주로 자신이 좋아하는 노래에 맞춰 립싱크를 하거나 춤을 추는 등의 짧은 영상을 선보이는데, 평균 100만 개의 하트(좋아요)를 받는다.





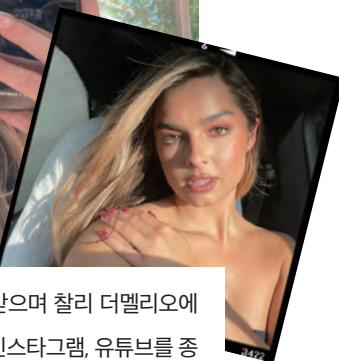
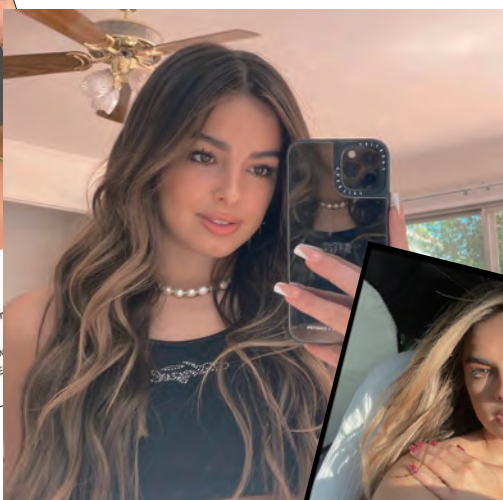
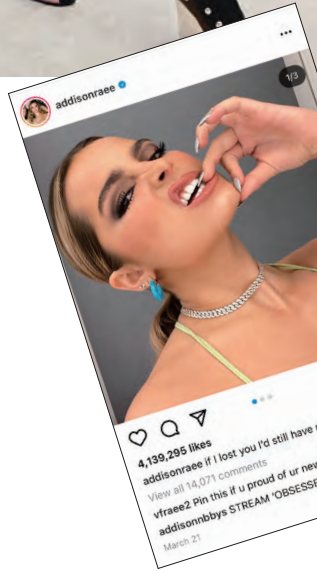
Emma Chamberlain

유튜브를 무대로 활동하는 미국의 패션 인플루언서 에마 체임벌린. 그녀의 유튜브 채널은 비슷한 또래 친구들에게 공감대를 불러일으키는 자연스러운 모습의 브이로그 영상으로, 인스타그램과 틱톡은 2000년 초반 영화에서 튀어나온 하이틴 스타를 연상시키는 특독 튀는 스타일로 가득해 눈을 땔 수 없게 만든다. 그녀의 인기와 영향력은 여러 매체를 통해 검증됐다. 2019년에는 <타임>이 선정한 '100 넥스트 리스트'와 '인터넷에서 가장 영향력 있는 인물' 5위에 이름을 올렸고, <포브스>가 뽑은 '30세 이하 리더'로도 꼽힌 바 있다. 루이비통의 2019년 파리 패션위크 컬렉션 프론트 로에 초대받은 것을 시작으로 루이비통의 러브 콜을 받고 있는 그녀는 2020년에 이어 2021년 F/W 여성 슈즈 컬렉션의 캠페인 모델로 낙점되었다. 평소 커피에 관심이 많은 그녀는 자신의 이름을 딴 '체임벌린 커피'를 론칭했고, 2020년에는 작가로 데뷔해 <The Ideal Planner>라는 책을 출간하는 등 다양한 분야에서 활발히 활동 중이다.



Charli D'Amelio

전 세계에서 가장 많은 팔로워 수를 보유한 틱토커는 누구일까? 주인공은 바로 2004년생의 찰리 더멜리오. 미국 Z세대 사이에서 그녀를 모르면 소위 '간첩'으로 통한다. 찰리는 틱톡 1억2420만, 인스타그램 4374만의 경이로운 팔로워 수를 자랑하는 Z세대의 슈퍼스타다. 그녀의 시그니처는 오버사이즈 후디와 뿔테 안경, 던킨도너츠의 주스 컵(그녀의 인기를 빌려 '더 찰리The Charli'라는 이름의 음료도 출시했다) 등이 있다. 찰리는 이런 친근한 옆집 소녀같은 모습으로 춤을 추거나 립싱크를 하는 영상을 올린다. 폭발적인 인기를 타고 그녀는 NBC <투나잇 쇼>나 NBA 올스타, 슈퍼볼 경기 광고 같은 TV 방송에도 출연했으며 친언니인 디스와 함께 캐주얼 브랜드 홀리스터의 광고 모델로도 활약했다. 여러 셀러브리티로부터 러브 콜도 받는다. 저스틴 비버는 그녀에게 "DM을 확인해달라"라는 메시지를 보냈고, 제니퍼 로페즈는 자신의 뮤직비디오에 출연해달라는 요청을 보냈다. 그녀가 프라다의 2020년 F/W 패션쇼에서 올린 틱톡 영상 중 하나는 880만 개의 하트를 받으며 톱스타를 뛰어넘는 파급력을 자랑하기도. 에마 체임벌린과 함께 지난 시즌 루이비통 슈즈 컬렉션의 모델로 등장했다.



Addison Rae

밝고 사랑스러운 미소와 글래머러스한 몸매, 완벽한 메이크업으로 사랑받으며 찰리 더멜리오에 이어 전 세계 틱톡 팔로워 수 2위를 기록 중인 틱토커 애디슨 레이. 틱톡, 인스타그램, 유튜브를 종횡무진하며 활동하던 그녀는 SNS를 통해 얻은 인기를 기반으로 본격적인 연예계 활동을 시작한 케이스! 지난 3월 '옵세스드Obsessed'라는 곡으로 가수 데뷔를 했고, 8월에 선보인 넷플릭스 제작 영화 <히즈 올 댓He's All that>의 주연을 꿰차며 배우로 화려하게 데뷔했다. 뿐만 아니라 메이크업에 관심이 많은 그녀는 '아이템 뷰티'라는 뷰티 브랜드를 론칭하며 자신이 지닌 강점과 이슈를 적절히 활용할 줄 아는 Z세대다운 행보를 보이고 있다.

내 귀에 하이-파이

스마트폰 브랜드 말고,

오디오 전문 회사가 만든 무선 이어폰.

글 이승률(게스트 에디터) | 사진 박원태



가죽 질감 소재로 마감한 이어버드가 고급스러운 '플라이 TWS'.

5.8mm 드라이버에서 비롯된 풍성한 사운드가 자랑으로 음악을 듣는 중에 이어폰을 빼지 않고 사람들과 대화를 나눌 수 있는 '토크 스루' 기능을 갖췄다. 하만카돈.

'베오플레이 E8 스포츠'는 1m 수심에서 30분간 견딜 수 있는 IP57 등급의 방진·방수의 내구성을 갖췄다.

이뿐 아니라 한 번의 충전으로 7시간의 연속 재생이 가능해 다양한 스포츠 활동에 적합하다. 뱅앤올룹슨.

'제미니'는 프랑스 하이엔드 오디오 브랜드 '드비알레'가 처음 선보이는 무선 이어폰으로

사용자에게 맞는 사운드를 자동으로 찾아주거나, 알고리즘을 통해

초당 최대 1만 회까지 소리를 조정하는 등 최첨단 기능을 갖췄다. 드비알레.

‘모멘텀 트루 와이어리스2’는 7mm의 고감도 다이내믹 드라이버에서 비롯한 뛰어난 음질을 자랑한다. 이뿐 아니라 원음의 음질은 유지한 채 전 음역대의 소음을 효과적으로 제거하는 노이즈캔슬링도 갖췄다. 젠하이저. 카본 코딩 진동판 드라이버를 탑재해 파워풀한 사운드를 선사하는 ‘ATH-ANC300TW’. 노이즈 캔슬링 기능은 물론, 주변 소리를 확인할 수 있는 ‘히어 스루’ 기능을 갖췄으며 특수 설계한 하우징 덕에 편안한 착용감을 자랑한다. 오디오테크니카. ‘클럽 프로 + TWS’는 전용 앱으로 다양한 기능을 활용할 수 있다. ‘스테이지 플러스’ 기능이 대표적. 이 기능을 사용하면 세계적인 DJ의 튜닝과 동일한 음악을 들을 수 있도록 자동으로 EQ가 조정된다. 무선 충전도 지원한다. JBL.

제품 협조 드비알레(512-4091), 뱅앤올룹슨(518-1380), 오디오테크니카(3789-9801), 젠하이저(www.sennheiser.com), 하만카돈·JBL(1588-6084)

REMARKABLE DESSERT

그 어디서도 볼 수 없던 독창적인 형태와 맛의 디저트를 선보이는 3개의 숭.

글 한동은 기자 | 사진 이석영-이기태 기자

원형들

을지로의 디저트 바 '원형들'의 디저트에 경계란 없다. '디저트는 이래야 한다'는 틀을 깨는 마치 실험실 같은 이곳은 디자인, 패션, 로봇 등을 공부한 사람들이 모여 완성했다. '원형들'이라는 이름에 걸맞게 시각적으로도 그 맛을 느낄 수 있도록 들어가는 재료의 '원형'을 직관적으로 보여주는 디자인이 특징. 가장 사랑받는 디저트는 '고수 크림 케이크'와 '핑크 딜 케이크'. 고수가 자라는 화분을 형상화한 고수 크림 케이크는 상큼한 레몬 크림이 고수의 씹쓸한 맛을 조화롭게 어루만진다. 허브 향보다 상큼한 레몬 향이 돋보여 고수를 좋아하지 않는 사람도 의외로 잘 먹을 수 있다. 분홍색 구름을 상상하며 디자인한 핑크 딜 케이크를 자르면 층층이 쌓인 진한 초콜릿 시트와 꾸덕꾸덕한 얼그레이 가나슈의 레이어가 등장한다. 초콜릿 시트에 라즈베리 잼을 섞어 과육의 톡톡 튀는 식감과 향긋한 딜 향기를 느낄 수 있는 메뉴다. 디저트 바인 만큼 와인에 어울리는 '마늘종 크림치즈와 감태 스틱'도 준비했다. 달콤 바삭한 감태튀김과 크림치즈가 만들어내는 '단짠'의 조합이 와인 안주로 제격이다. 식사의 끝을 기분 좋게 마무리해주는 디저트. 원형들은 디저트 문화에 색다른 경험을 더해보고자 하며, 궁금증을 유발하는 디저트를 지속해서 선보일 예정이라고 전한다. 중구 창경궁로1길 38, 4층 © wonhyeongdeul

와인 안주로 알맞은
'마늘종 크림치즈와 감태 스틱',
레몬과 허브의 향이 조화로운
'고수 크림 케이크',
분홍색 구름을 상상하며 만든
'핑크 딜 케이크'.





핀즈

한식 파인다이닝 '밍글스'에서 디저트를 담당했던 김범주 셰프의 새로운 브랜드로 눈길을 끄는 디저트 바 '핀즈'. 와인 비스트로 '아스트랄'의 숭 인 숭 형태로 운영 중인 이곳에서는 한국적 재료로 맛과 향을 표현한 균형 잡힌 디저트를 만날 수 있다. 김 셰프는 특히 '향'에 주목한다. 커피 대신 디저트의 여운을 해치지 않고 조화를 이루는 차를 준비한 것도 그런 이유에서다. '핀즈 시그너처'는 핀즈만의 고유한 향을 표현하고자 약재, 뿌리채소류 등 다양한 향을 내는 재료를 응용한 메뉴. 숯을 태운 차콜 크림과 재료가 다른 2가지 튀일, 견과류 풍미의 아이스크림이 조화를 이뤄 독보적인 향과 식감을 선사한다. 가을 시즌 메뉴로 선보이는 '피그라운드'는 약과 파이와 로스팅한 페널 시드의 구수한 향이 무화과와 잘 어울린다. 강남구 언주로168길 32, 2층

- 1 간장 캐러멜 아이스크림과 '원장 피칸 파이'. 밍글스의 인기 메뉴인 '장 트리오'를 오마주했다.
- 2 다양한 향으로 핀즈만의 새로운 향을 조합한 '핀즈 시그너처'.
- 3 가을 시즌 메뉴로 출시한 '피그라운드'.

© finz_seoul



'돔-이노 시스템'은 르 코르뷔지에가 개발한 혁신적인 건축 공법을 재현한 디저트다.



슬라브

건축가가 만든 디저트는 어떤 모습일까? 장식준 소장이 이끄는 공간 디자인 스튜디오 '인디 살롱'의 카페 '슬라브'에 그 답이 있다. 이곳에서는 르 코르뷔지에의 혁신적 건축 공법인 '돔-이노 시스템'을 재현해 만든 시나몬 애플 파이를 만날 수 있다. 사과 콩포트 위에 마스카르포네 치즈 큐브로 기둥을 세워 3개의 층위를 이루는 밀푼유 파이를 쌓아 올렸다. 트레이는 격자무늬 칼판으로 대체했고, 손님이 원하는 곳에 둘 수 있는 인체 모형 피겨를 제공해 재미를 더했다. 조도가 낮은 넓은 공간에는 '오아시스' 테이블이라고 명명한 유연한 형태의 대형 테이블 하나만 두었다. 굴곡이 있는 곳에서는 2인 이상이 마주 보고 대화를 나눌 수 있고, 평평한 부분에서는 개인 작업에 열중하기 좋다. 현재 테이블 중앙에 빈티지 조명 브랜드 아르피arffy의 조명을 전시하고 있다. 인디 살롱의 취향으로 선별한 다양한 작품들이 이 테이블 위에서 조명을 받을 예정이다. 마포구 포은로 87 B1층

© slab_seoul



독서와 사색의 공간

단순한 북 카페가 아니다. 책을 기반으로 한 저마다 콘텐츠를 통해 몰입의 기회를 제공하는 4곳의 공간을 소개한다.

글 한동은 기자 | 사진 이기태, 김지은 기자



주소 중구 덕수궁길 9
현진빌딩 401호
영업시간 매일
오전 9시~오후 10시
문의 0507-1488-1028

1 <N잡 시대에 부처>는 다양한 'N잡인'들이 모인 직장인 커뮤니티 HFK를 설명할 수 있는 책이다.

2 '세더버그 까베르네 소비뇽'은 기내 일등석에서 제공하는 와인이다. 김재운 대표는 여행을 떠날 수 없는 현 상황에 마이 시크릿 덴에서 여행의 달콤한 맛을 즐겨볼 것을 추천했다.

사색을 위한 비밀 소굴, 마이 시크릿 덴

덕수궁이 내려다보이는 '마이 시크릿 덴'은 낮에는 예약제 서재로, 저녁에는 조금 독특한 방식의 와인 바로 운영한다. 와인은 보틀이나 글라스로 판매하지만 식사 메뉴는 찾아볼 수 없다. 대신 '박가네 빈대떡', '소금집' 등 주위 맛집에서 배달로 주문해 먹을 수 있다. "음식보다는 저희가 잘하는 콘텐츠에 집중하고 싶었어요. 주방을 '아웃소싱'한 거죠. 와인 리스트는 주변 맛집의 메뉴와 페어링할 수 있는 와인 위주로 구성했습니다." 김재운 대표의 말이다. 배달음식은 입구에서 직원이 받아 플레이팅해 제공하기 때문에 외식 기분을 내기 좋다.

이곳은 2013년부터 시작한 직장인 커뮤니티 'HFK'가 사이드 프로젝트로 기획했다가 올해 4월부터 운영 중이다. HFK는 좋은 리더로 성장하기 위해 다양한 토론 프로그램과 프로젝트를 진행하는 모임. 김 대표는 힘든 직장생활에서 벗어나 자신에게 몰입하는 공간에 대한 니즈가 있었다고 전한다. 마이 시크릿 덴은 그들만의 '사색'을 소개한다. 방문객에게 영감을 주는가를 기준으로 큐레이션 한 50여 권의 책이 첫 번째 색이다. 다음은 음악이다. 낮에는 집중을 돕는 클래식 위주로, 밤에는 계절과 시간대에 맞는 플레이리스트를 구성한다. 세 번째 색은 와인이고, 길고 넓게 낸 창을 통해 공간 안으로 들인 사시칠 다른 모습의 풍경이 네 번째 색이다. 북토크, 와인 시음회 등 이곳에서 열리는 행사 역시 '사색'을 주제로 한다. 혼자 왔더라도 각자의 시간에 몰두하고 여유를 가지다 보면 공간에 모인 사람과 마음으로 함께하는 기분을 느낄 수 있는 곳이다.



주소 종로구 인왕산로 172
 영업시간 매일
 오전 8시~오후 10시
 문의 735-0206

<나는 풍요로웠고 지구는 달라졌다>는 오슬로 대학
 지구 진화 및 역학 센터
 교수인 호프 자원이 집필한
 환경 실용서다.

숲의 풍광을 누리는 곳, 인왕산 초소책방 더숲II

길게 뻗어 있는 인왕산 산책길을 오르다 보면 그 중간 자락에 바위산으로 둘러싸인 '인왕산 초소책방 더숲II'가 있다. 유리 통창으로 이뤄진 건물의 사방에 위치한 문으로 드나들 수 있어 그야말로 숲과 하나 된 듯한 인상을 준다. 공공 건축가 이충기 교수가 참여해 완성한 곳으로 제 39회 서울특별시 건축상 우수상을 수상한 바 있다. 이곳이 특별한 이유는 단순히 아름다운 자연경관 때문만은 아니다. 1968년 북한군의 청와대 기습 시도 사건 이후 50년 넘게 방호 목적의 경찰 초소 건물로 사용되던 곳을 시민을 위한 열린 휴식 공간으로 탈바꿈했다는 점도 큰 의미가 있다. 보존되어 있는 철제 출입문과 시멘트 벽돌 외벽이 공간의 역사를 말해준다.

탁 트인 내부 공간도 돋보인다. 탁무권 대표는 유리창으로 보이는 전망을 가리지 않는 선에서 최소한의 좌석을 만들었다고 설명한다. 2층의 넓은 공간에는 백양사의 정관 스님이 쓰던 원목 찻상 두 개만을 배치해 여유를 주었다. 직접 굽는 베이커리류와 다양한 커피 및 음료와 함께 시원한 풍광의 여유를 누릴 수 있다.

이곳에서는 환경과 비거니즘을 주제로 한 책을 주로 소개한다. 그중 탁 대표가 권한 책은 <나는 풍요로웠고 지구는 달라졌다>. 풍요로운 삶을 위해 일상을 포기하지 않으면서도 더 많은 사람들과 혜택을 누릴 수 있는 방법에 대해 실용적으로 풀어낸 도서다.

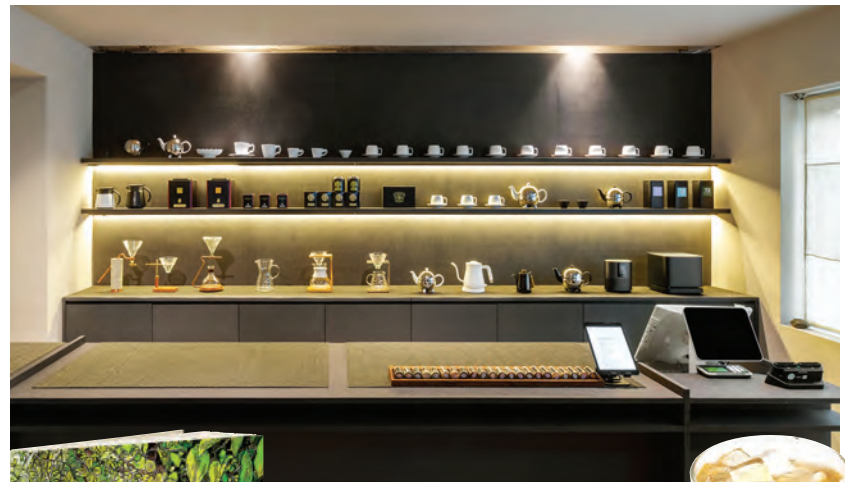




책으로 소통하는, 티하우스 레몬

서촌 좁은 골목 어귀에 위치한 2층 주택 규모의 '티하우스 레몬'은 불안감을 해소하고 온전한 휴식을 돕는 차와 책이 있는 공간이다. 오래도록 사랑받는 '마리아쥬 프레르', 'TWG' 등의 전통적인 브랜드부터 호주의 젊은 티 브랜드 'T2'까지 100여 종의 티 리스트 중 시즌에 맞게 큐레이션한 30여 종의 메뉴를 소개한다. 물론, '레몬'이라는 이름에 걸맞게 레몬과 자몽 등 상큼한 과일을 베이스로 한 티 메뉴도 제공한다. 차를 주문하면 초콜릿, 쿠키 등 작은 디저트를 함께 곁들여 티와 티푸드 문화를 보여주고자 한다.

2층에 위치한 라이브러리의 책은 고객과 소통하는 도구다. 원은정 매니저는 라이브러리에 대해 묻는 질문에 "저희가 선별한 책의 표지와 제목만 봐도 고객의 의식을 환기하는 메시지를 전달할 수 있다고 생각해요. 30일 정도 주기로 강조하고 싶은 주제에 따라 책 큐레이션에 변화를 주고 있어요. 10월의 주제는 친환경 집짓기, 타이니 하우스 그리고 정원입니다"라고 말하는 원 매니저는 <숲에서 한나절>과 함께 이곳에서 차분한 시간을 보낼 것을 제안한다. 그는 "자신에게 평온을 줄 수 있는 것을 찾아 자주 들여다보면 행복을 발견할 수 있다"라는 책의 메시지가 레몬이 전하고 싶은 진심이라고 설명했다. 자연을 통째로 삼키는 듯, 과일과 꽃 향의 풍부한 조화가 매력적인 '몰디브 티' 역시 일상의 평온과 행복을 되찾아줄 것이다.



1

주소 종로구 자하문로13길 4
영업시간 화~일요일 오전 11시~오후 9시,
월요일 휴무
문의 723-9008

1 <숲에서 한나절>은 12년째 숲해설가로 일하는 남영화 작가가 펴냈다.

2 크리스틴 다테르의 '몰디브 티'는 몰디브의 자연경관을 상큼한 과일 향과 풍부한 꽃 향의 조화로 표현했다.



2



주소 성동구 성덕정길 81 2층 201호
 영업시간 화~일요일 오전 9시~오후 10시, 월요일 휴무
 문의 070-8860-3846

- 1 빅터 파파넥이 집필한 <인간을 위한 디자인>은 디자이너의 바이블로 일컬어질 정도로 사랑받은 책.
- 2 헬렌 니어링과 스콧 니어링 부부가 버몬트 숲속에서 산 스무 해의 기록을 담은 <조화로운 삶>.

책과 공간을 공유하는 생활책방

책을 기반으로 한 다양한 생활을 경험할 수 있는 '생활책방'은 성수동에 위치한 공유 오피스다. "디자인과 건축 서적을 좋아해서 다양한 책을 소장하고 있어요. 이제는 이 책을 필요한 사람들과 공유하고 싶다는 생각이 들었어요." 인테리어 디자이너 박민초 대표의 설명이다. 박 대표는 직업 특성상 프로젝트를 진행하는 현장에 따라 새로운 곳으로 옮겨 다니는 경우가 많았는데, 그럴 때마다 집중할 수 있는 아늑한 공간이 필요했다고 덧붙인다.

생활책방은 3가지 공간으로 구획할 수 있다. 카운터와 서가가 있는 입구, 6인이 넉넉하게 앉을 수 있는 빈티지 테이블 2개가 놓인 메인 공간 그리고 장기간 프로젝트를 진행하는 이들이 더욱 몰입할 수 있는 가장 안쪽 공간이다. 건축 도면상에서 문을 뜻하는 기호가 생활책방의 시그니처 모양이다. 직접 짠 원목 합판 벽 곳곳에 이 모양을 뚫어 통로나 창으로 활용해 공간에 개방감을 더했다. 박 대표는 생활책방을 가장 잘 보여주는 책으로 <인간을 위한 디자인>과 <조화로운 삶>을 선택했다. 지속 가능한 방식으로 집을 짓고, 조화로운 삶을 영위하는 다양한 디자인과 생활 방법을 보여주는 책들이다.



DESIGN SPOT

#오늘의숨 #디자인스팟

디자인 스팟은 <럭셔리M>, <디자인>, <행복이 가득한 집>, <스타일 H> 등을 발행하는 디자인하우스의 에디터와 마케터가 선별한, 지금 가장 주목할 만한 상업 공간입니다. 카페와 레스토랑, 플래그십 스토어, 편집매장 등 콘셉트와 이야기가 있는 공간을 모아 각 매체의 지면과 SNS를 통해 소개합니다. 디자인 스팟에 대한 다양한 정보는 공식 인스타그램 (@designspot.dh)과 네이버 포스트(c11.kr/designspot)에서 확인할 수 있습니다.



PESERICO
UOMO

PESERICO

MADE IN ITALY



현대백화점 무역센터점 02 3467 8320
롯데백화점 잠실점 02 2143 7254

현대백화점 신촌점 02 3145 2400
롯데백화점 강남점 02 531 2253

현대백화점 천호점 02 2225 7282
신세계백화점 마산점 055 240 1342

현대백화점 김포점 031 8048 2259
AK플라자 분당점 031 8023 2250

현대백화점 부산점 051 667 0436
대백프라자 대구점 053 428 2361



GEIGER

PARCO INTERNATIONAL INC.