

JANUARY
2022

LUXURY



LIVE THE JOY

FRED



Beatrice Borromeo, Milano 2021



BUCCELLATI

MILANO DAL 1919

Opera Collection



RADIANCE 2400

RADIANCE 2400은 대형 콘서트홀 전문 음향 스피커에 사용되는 특허 기술 (CBT: Constant Beamwidth Technology™)이 적용되어 라이브 콘서트장에 와있는 듯한 생생한 사운드를 실내 공간 어디서나 균일한 음질로 즐길 수 있습니다



콘서트홀의 감동을 그대로 이것이 사운드의 힘

당신이 어디에 있든 생생하게
RADIANCE 2400의 압도적인 사운드를 경험해보세요



<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'



Force 10 Bracelet

1966년 스틸 소재의 해양 케이블과 골드 버클의 이색적인 조합으로 탄생한 프레드의 '포스텐' 브레이슬릿. 브랜드의 상징이자 자유와 용기, 도전과 성공의 메시지가 담긴 이 제품은 버클과 케이블을 다양한 컬러와 소재로 교체할 수 있다는 점이 가장 큰 특징이다. 뿐만 아니라 한 제품을 단독으로 착용하거나 여러 개를 레이어링하는 등 개인의 취향에 따라 다채로운 연출이 가능하다.

CONTENTS



06 HEAD TO TOE

이달에 꼭 알아야 할 트렌드 소식

08 BUY NOW

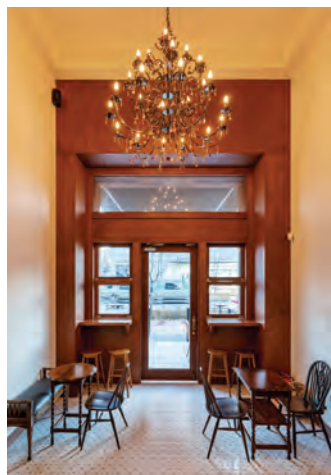
운동할 맛 나는 액티브 웨어와 운동 기구

10 INNOVATOR

HR 스타트업, 태니지먼트 창업자 김봉준

12 WATCH & JEWELRY

빛나는 새해를 위한 골드 워치 & 주얼리



16 TREND

여행을 꿈꾸게 하는 2022 크루즈 컬렉션

18 COSMETICS

운동 효과를 높여줄 뷰티 아이템

20 SPACE

내 취향을 찾아주는 와인 문화 공간, 와인소셜

22 DESIGN SPOT

다채로운 에스프레소를 선보이는 에스프레소 바 4곳

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

기자 정두민 Doomin Jeong · dmj@design.co.kr

LIVING/FEATURES

수석기자 김수진 Sujin Kim · jin@design.co.kr

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

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

미술장 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 · 이경옥 · 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

차장 정혜림 Hyerim Jeong · hrjeong@design.co.kr

대리 강성민 Sungmin Kang · smo714@design.co.kr

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

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

부사장 김은령 exlibris@design.co.kr

DESIGN HOUSE INC.

디자인 사업 부문장 이민형 디자인프레스(주) 대표 겸직 lucy@design.co.kr

전시 사업 부문장 조상연 이사 Sangyeon Cho · csy@design.co.kr

경영전략 부문장 이영임 상무 Youngim Lee · yilee@design.co.kr

법률 고문 김영철 변호사 · 변리사(법무법인 KCL)

회계 자문 삼덕회계법인

대표이사·발행인 이영혜

2022년 01월호 통권제63호 2016년 10월 12일에 등록

등록번호 서울 중 라-00650. 2021년 12월 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.



THE BALVENIE®

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

경고: 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

HEAD TO TOE

다사다난했던 2021년을 마무리하고 새해를 맞이하는 1월. 이 시기를 더욱 풍성하게 해줄 신제품과 유익한 전시, 그리고 행사장에 나타난 셀러브리티까지. 흥미롭고 다채로운 소식을 전합니다.

글 안서경(ASG)·최윤정(CYJ)·정두민(JDM)·한동은(HDE) 기자

NEW YEAR EDITION



Marc Jacobs



Swarovski



Moynat

MARC JACOBS 매 시즌 새로운 컬러와 소재, 스트랩 등으로 다채로운 변주를 선보이는 아이코닉 백, '스냅샷'. 이번에는 강렬한 타이거 패턴을 입었다. 보디와 스트랩 모두 페이크 퍼 소재로 제작해 유니크한 스타일을 제안한다. 이 외에도 토트백, 백 스트랩, 스카프, 카드 지갑 등 호랑이해를 기념하는 제품으로 다양한 아이템을 출시할 예정이다. 문의 3438-6144

SWAROVSKI 임인년 호랑이해를 맞아 크리스털로 제작한 호랑이 오너먼트를 선보인다. 약 390개의 파셋이 은은한 광채를 선사하는 이 제품은 꼬리 부분에 붉은 등불을 단 피겨린과 금빛을 가미한 붉은 태슬이 특징인 행잉 오너먼트 총 2가지 디자인으로 만날 수 있다. 스와로브스키 매장 및 공식 온라인 홈페이지에서 구입 가능하다. 문의 1522-9065

MOYNAT '2022 CNY 뉴 에디션'을 출시한다. 크리에이티브 디렉터 니컬러스 나이트리(Nicholas Knightly)가 새해를 기념하며 야심 차게 꾸린 컬렉션이다. 브랜드의 역사적 트렁크에서 영감을 받은 '카메라' 백, 기존의 '휠' 백을 한층 스포티하게 재해석한 '요요' 백 등이 포함된다. 메종 모이나 신라, 모이나 신세계 강남점 총 2곳에서 만날 수 있다. 문의 2254-4150 (CYJ)

CHAMPAGNE COLLABORATION



주에의 설립자 피에르 니콜라 페리에의 철학을 이어받아 자연 친화적인 포도 재배를 통해 샴페인을 생산해온 메종 페리에 주에. 이러한 가치를 담은 패키지를 선보인다. 디자이너 듀오 미셔'트락슬러(Mischer)Traxler와 새로운 협업을 통해 화사한 테루아르와 자연의 생동감을 담은 리미티드 에디션 패키지 '아이엠네이처'를 선보인다. 벨레포크 로제로 출시해 화려하고 풍부한 향이 돋보인다. 문의 페르노리카 코리아(3466-5700) (ASG)

CHAMPAGNE MOD 래퍼 드레이크의 샴페인, '샴페인 모드'가 아시아 최초로 국내 출시됐다. 샴페인 애호가인 그가 양조는 물론 앰배서더 및 아트 디렉터로 참여했으며, 5대째 포도 재배를 이어온 양조장에서 최상급 퀴베를 사용해 섬세한 풍미를 자랑한다. '리저브 브릿', '로제 브릿' 등 총 6종을 만나볼 수 있다. 문의 레드팅 부티크 압구정 본점(517-8407)

PERRIER-JOUET

보터니스트였던 페리에



HOME FRAGRANCE



DIPTYQUE

디프티크에서 새로운 해를 맞아 풍성한 로즈 부케를 표현한 다채로운 컬렉션을 선보인다. 부드럽고 섬세한 장미의 향을 표현한 '언리시 더 로즈' 컬렉션. 문의 3479-6049

LOIVIE

대자연에서 영감을 받은 풍부한 향기로 일상의 무드를 다채롭게 바꾸는 프레그런스 디퓨저를 출시한다. 다채로운 향기는 물론 감각적인 보틀이 더해져 인테리어 오브제로도 손색없다. 문의 1644-4490



D.S. & DURGA

겨울철 집 안에 온기와 포근함을 더해줄 퍼퓸드 캔들 4종을 추천한다. 집 안 분위기를 화사하게 연출해줄 향부터 벽난로를 연상시키는 따뜻한 향까지 만나보자. 문의 2056-1295 (JDM)

CELEBRITIES AT THE EVENT



EXHIBITION



<사울 레이터: 창문을 통해 어렵듯이> 겨울이 되면 떠오르는 몇 가지 영화가 있다. 그중 1950년대 뉴욕을 배경으로 한 <캐롤>은 아름다운 미장센과 서정적인 영상미로 많은 팬을 양산했던 작품. 감독은 캐롤의 섬세한 이미지에 영감을 준 사진작가 사울 레이터를 언급했다. 흑백필름이 주류를 이루던 시절, 작가는 컬러사진 작업을 꾸준히 시도하며 '컬러사진의 선구자'라고 불린다. 바쁘게 흘러가는 뉴욕 이스트빌리지의 풍경을 애정 어린 시선으로 담담하게 포착했다. 사진뿐 아니라 미공개 슬라이드 필름, 1950~1970년대 패션 화보, 그림 등을 선보여 작가의 예술적 행보를 두루 감상할 수 있는 전시다. 12월 18일부터 3월 27일까지, 피크닉.



<권영우> 단순히 동양화가에 머무는 것이 아니라, 서양화와의 구분을 깨고 동양적 재료를 현대적으로 활용하는 등 부단히 새로운 방식을 모색했던 작가 권영우. 그의 궤적을 넓게 아우르는 전시가 국제갤러리에서 열린다. 작가는 서울대학교 미술대학의 첫 입학생으로 동양화를 전공했지만 전통의 현대화라는 맥락에서 한지 위에 서구적인 조형법을 펼치는 것을 택했다. 한지에 대한 실험적 탐구가 정제미를 갖추기 시작한 파리 체류 시기의 백색 한지 작업 18점을 전시에서 만날 수 있다. 뿐만 아니라 최초로 공개하는 귀국 직후 채색 작품 11점, 2000년대 이후 작품 7점을 전시 중이다. 12월 9일부터 2022년 1월 30일까지, 국제갤러리 K2. (HDE)

BUY NOW

속옷 브랜드 스킴스Skims와 협업해 선보인
펜디의 캡슐 컬렉션. 그중 전면에서 사선으로
'FENDI Skims' 프린트를 새긴 바람막이
재킷. 펜디(2056-9023)

소음 제거 및 주변 소리 감지 기능을 장착한
'호라이즌 와이어리스' 이어폰.
루이 비통(3432-1854)



리사이클 셀과 베지테리언 스웨이드 등
친환경 소재로 제작한 '리클시프' 운동화.
스텔라 맥카트니 by 네타포르테(0079-844-341-351)



어깨와 소매를 따라 흰색 밴드를
삽입한 스웨트셔츠. 광택 있는
아세테이트 저지 소재로 제작했다.
8 몽클레르 팜 앤젤스(514-0900)



ACTIVE WEAR

건강한 새해맞이에 필요한 실용적이고 감각적인 액티브 웨어.

진행 최윤정 기자 | 사진 엄정훈 | 어시스턴트 차세연



푸른색 계열의 모노그램 패턴이 시선을 사로잡는
슬림 헤드밴드. 버버리(080-700-8800)



악천후로부터 몸을 보호하는 방풍 구조에
니트 소재의 안감으로 통기성까지 더한
'러쉬 우븐 레거시' 바람막이 재킷.
언더아머(772-3788)

화이트 & 네이비블루 컬러를 조합해
스포티한 감성을 강조한 토트백.
디올(3480-0104)



미국 스포츠웨어 브랜드
러셀 애슬레틱과의 두 번째 캡슐 컬렉션.
그중 측면에 협업 로고가 박힌 트랙 슈트.
보스맨(515-4088)

로에베와 파올라 이비자 부티크가 협업한
'문라이트 프린트 가죽 스트랩'
요가 매트. 수평선 위에
밝은 달이 떠 있는 프린트가 특징.
매치스패션(080-822-0307)

'앤드루스' 골프 키트는
모노그램 이클립스 캔버스로 제작했다.
골프공 3개와 티 4개를 포함한다.
루이 비통(3432-1854)

테니스용품 브랜드 윌슨과 협업해
출시한 '윌슨 스타' 테니스 라켓은
생 로랑 파리 리브 드루아트 지점의
익스클루시브 제품이다.
생 로랑(ysl.com/en-fr)

SPORTING GOODS

새해에는 새로운 운동 취미를 가져보는 것은 어떨까?
폼 나는 자세를 도와줄 운동 기구 7

글 한동은 기자

도쿄 캣스트리트 스토어 한정 컬렉션의
농구공. 티파니 설립 160주년을 기념해
출시했다. 티파니(1670-1837)

거친 산악 지형에 최적화된
'포르쉐 e바이크 크로스'.
최대 25Km/h까지 주행할 수 있다.
포르쉐(080-8100-911)

재생 플라스틱으로 만든 패브릭을 사용한
'리나일론 및 사피아노 가죽' 아령 케이스.
로고를 각인하고 사피아노 가죽으로 감싼
아령이 담겨 있다. 프라다(3218-5331)



옐로, 핑크, 네이비 등 통통 튀는
색상으로 출시한 '슈퍼림x카우스 초크 로고'
스케이트보드. 파페치(080-880-0465)



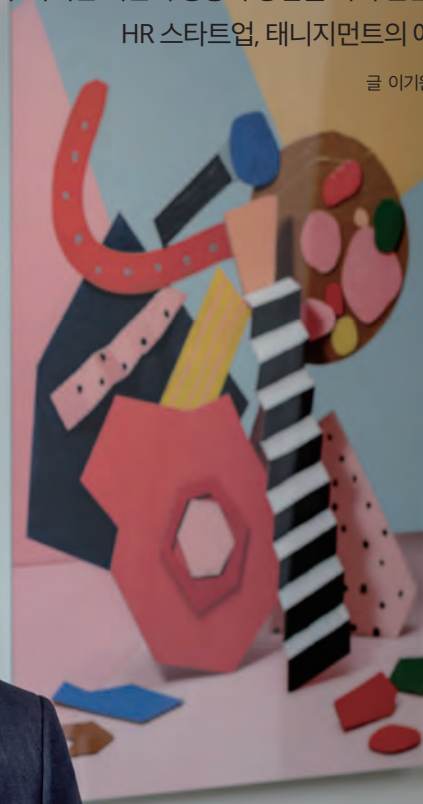
태니지먼트 창업자 김봉준

숨겨진 당신의 강점을 찾아라

채용이란 기업에도, 인재에게도 일종의 제비뽑기다. 서로의 합이 얼마나 잘 맞을지 가늠하기 힘들니까. 하지만 개인의 성향과 강점을 미리 진단할 수 있다면 어떨까.

HR 스타트업, 태니지먼트의 얘기는 아주 흥미롭다.

글 이기원(게스트 에디터) | 사진 이준용



작은 규모라도 '사업'이라는 것을 해본 사람이라면 '인사가 만사'라는 문장에 공감할 것이다. 좋은 사람을 뽑는 것, 어울리는 자리에 앉히는 건 그만큼 어려운 일이다. 구직자도 마찬가지다. 애써 입사한 기업과 성향이 맞지 않아 괴로워하는 직장인이 어디 한둘인가. 복잡한 채용의 미로에서 길을 잃지 않도록 도와줄 안내자가 지금 소개할 태니지먼트라는 기업이다.

태니지먼트는 Talent와 매니지먼트Management의 합성어다. 개인의 재능을 진단하고 관리해준다는 의미다. 심리 테스트처럼 약 20~30분 동안 주어지는 테스트 문항들에 대답하면 이를 바탕으로 개인의 강점을 분석해 알려준다. MBTI 같은 성격 유형 검사와 다른 점은 개인의 강점을 알려주는 것에서 끝나지 않고, 이를 더 발전시킬 수 있는 방법을 제시한다는 것. 기업 입장에서 개인의 강점을 바탕으로 조직과 직무에 적합한 인재를 선발하고 배치하는 데 도움을 받을 수 있다. "조직에는 결국 균형이 필요하잖아요. 외향적인 사람이 있으면 내향적인 사람도 있어야 해요. 누군가 이끌어나간다면, 누군가는 조정자의 역할을 해야 하는 거죠. 태니지먼트의 테스트 결과는 팀이나 조직에 꼭 필요한 8가지 강점을 일목요연하게 보여줄 수 있습니다." 태니지먼트의 창업자 김봉준의 말이다.

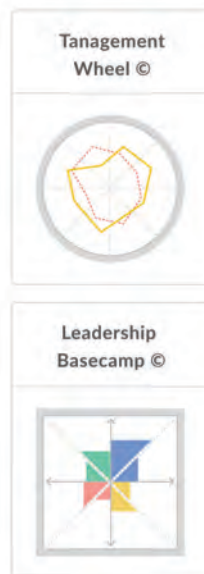
태니지먼트 테스트의 알고리즘은 긍정 심리학, 갤럽의 스트렝스 파인더Strengths Finder, 쿼의 관리자 역할 모델 등 검증된 이론을 기본으로 자체 개발한 것이다. 이는 김봉준 창업자가 대기업의 인재 개발팀 팀장으로 일하면서 다양한 경험을 쌓았기에 가능한 일이었다. 그는 지난 2018년 퇴사 후 태니지먼트를 설립했다. "인재개발팀에서 일하면서 많은 신입사원을 만났어요. 하지만 입사 후 적성과 맞지 않아 고민하는 모습을 보면서 '자신의 강점을 알면 고민이 줄어들 텐데'라는 생각을 많이 했죠. 이런 청년들이 점점 늘어나는 걸 확인하고 창업을 결심했어요. 시대적인 필요가 있다고 생각했습니다."

대한민국 인재들의 수준은 상대적으로 높은 편이다. 하지만 이 인재들이 올바른 방향으로 성장하고 있느냐고 물으면 의문부호가 붙는다. 기존 기업의 인사 시스템으로는 업무에 맞는 인재를 적절하게 선발 및 배치하는 것이 힘들고, 구성원이 일당백을 해야 하는 스타트업 역시 마찬가지다. 자신과 어울리지 않는 직무를 맡으면 직원의 만족도 역시 떨어진다. 예컨대 내성적이고 개인적인 성향의 직원이 적극적으로 사람을 만나야 하는 영업 부서에 배치된다면 모두에게 비극이 될 가능성이 크다. 태니지먼트의 시스템은 이런 리스크를 줄여주는 완충제 역할을 한다.

지금까지 태니지먼트와 협업한 고객사는 들으면 알 만한 대기업과 IT 스타트업을 포함해 50곳이 넘는다. 어떤 기업은 리더십 문제로, 어떤 기업은 채용 문제로, 혹은 팀의 리빌딩을 위해 태니지먼트에 도움을 요청했다. 태니지먼트의 솔루션을 직접 경험한 기업들의 반응은 매우 긍정적이다. "특히 CEO들의 반응이 아주 좋은데, 그건 사람에 대한 고민이 많았다는 뜻이에요. 비즈니스의 방향은 어느 정도 예측이 가능하지만 인재 채용은 예측이 힘들잖아요. 팀도 마찬가지입니다. 꼭 필요한 인력이 제대로 배치되지 않으면 팀이 잘 굴러가지 않



태니지먼트는 최근 기술 전문 스타트업 투자사 '퓨처플레이'에 흡수 합병됐다. 기존 태니지먼트의 인력과 시스템은 그대로 유지한다. 왜 합병을 선택했느냐는 질문에 김봉준은 이렇게 답했다. "저 혼자 하면 1만 명을 도울 수 있지만, 퓨처플레이와 함께 하면 100만 명을 도울 수 있을 것 같았어요."



김봉준 파괴적인 인사 시스템으로 유명했던 이랜드 그룹 본부의 인재개발팀 팀장으로 일했다. 주로 핵심 인재 양성 및 인재 육성 로드맵 작성을 맡았고, 조직 구성원의 성장을 돕는 다양한 프로젝트를 진행했다. 지난 2018년 퇴사 후 HR 기술 스타트업 태니지먼트를 창업했다.

으니까요. 저희는 고객사에 개인의 강점과 팀의 강점을 함께 그래프로 보여주는데, 팀의 다이어그램을 보면 각 구성원이 어떤 역할을 해야 도움이 되는지 알 수 있어요. CEO들은 팀 다이어그램을 보면서 문제를 파악하고 감탄하는 경우가 많습니다."

태니지먼트의 솔루션에 가장 만족도가 높은 곳은 채용에 어려움을 겪는 중소 규모의 기업들이다. 짧은 면접 시간 동안 조직 문화에 맞는 인재를 뽑는다는 건 어려운 일이라, 조직에 필요한 강점을 지닌 지원자에게 좀 더 집중할 수 있고 실제 채용의 결과도 좋았다고 한다. 반대로 대기업들은 기존에 있던 직원들의 리더십 개발에 더 만족도가 높다. 리더의 강점을 토대로 조직의 방향을 설정하고, 구성원과 리더가 서로에게 기대하는 범위를 좁혀 리더십을 강화하는 식이다. 상대적으로 만족도가 낮은 곳은 위계가 강한 조직이다. 이런 조직에서는 개인의 강점을 활용하는 것이 현실적으로 쉽지 않아서다. "개개인의 강점을 살리지 못하면 조직에도 한계가 수 밖에 없어요. 개별 기업의 조직 문화와 개인의 강점을 잘 연결시키는 건 저희의 숙제입니다. 결국 이 연결이 조직의 생산성을 좌우하거든요."

요즘 MZ세대는 소개팅 상대도 MBTI로 결정한다고 한다. 말하자면 성격의 유형적 분석과 합은 젊은 세대에게 아주 중요한 부분이다. 가볍게 웃을 일은 아니다. "나는 어떤 사람인가, 어떻게 해야 행복해질 수 있는가에 대한 두려움과 막막함이 '그래서 난 어떤 유형인데?'로 번지는 게 아닐까 싶어요. 하지만 이걸로 끝나면 안 됩니다. 자신에 대한 탐구가 긍정적인 발전과 개발로 이어져야 한다고 봐요. 태니지먼트의 지향점이기도 합니다."

자신이 잘할 수 있는 일을 찾으면 개인의 행복과 조직의 효율 모두 올라가기 마련이다. 이제 막 첫발을 디딘 태니지먼트의 모토가 '내가 나일 수 있는 삶, 내가 나일 수 있는 조직'인 이유다.

GOLDEN NEW YEAR

새해를 맞아 '영험'하다고 알려진 골드 아이템을 모았다. 늘 몸에 지니고 다니면서 황금처럼 빛나는 한 해가 되길 바라며.

GUEST EDITOR LEE SEUNGRYUL PHOTOGRAPHER YUM JUNGHOO



육중한 로마숫자 인덱스와 아서 왕의 검을 형상화한 시곗바늘,
톱니바퀴 모양의 베젤과 목직 한 골드 브레이슬릿에 이르기까지
'엑스칼리버 36 에센셜' 위치는 이름에 걸맞은 위풍당당한 모습을 자랑한다. 로저드뷔,
뉴욕 티파니 플래그십 스토어의 청동 시계에서 영감 받아 로마숫자 모티프를 활용한
'티파니 아틀라스 X 클로즈드 서클 펜던트' 네크리스,
18K 로즈 골드에 자개를 세팅한 '티파니 T 컬러 T 투 서클 펜던트' 네크리스,
다이아몬드를 파베 세팅한 18K 로즈 골드 펜던트가 화려한
'티파니 T1 풀 파베 다이아몬드 파베 펜던트' 네크리스 모두 티파니.



케이스와 브레이슬릿을 완벽하게 결합한 일체형 구조가 특징인
'빅뱅 엔터그랄 42mm 킹 골드' 워치. 브랜드 고유의 18K 킹 골드 소재와
매트 블랙 스텝레톤 다이얼의 조합은 단단하고 믿음직한 인상을 풍긴다. 위블로.
보트의 나무 데크를 연상시키는 '딕' 패턴 다이얼과 범선 모양의 인덱스가
다이버 워치로서 존재감을 과시하는 '씨마스터 아쿠아 테라 스몰 세컨즈 41mm' 워치. 오메가.
볼드한 디자인에 유색 스톤을 세팅해 하나만 착용해도 시선을 압도하는
'빵 드 쉬크르 핑크 골드 뱅글.' 붉은색 플랫 카널리언을 결합한 뱅글은 우아하고
카보숑 컷 라리마르로 포인트를 준 뱅글은 화사한 매력을 뽐낸다. 모두 프레드.

지난해 첫 출시해 스포티한 시계를 선호하는 여성들에게 큰 사랑을 받고 있는
'폴로 데이트 워치 36mm'. 18K 핑크 골드 케이스와 베젤에 60개의 브릴리언트 컷
다이아몬드를 수놓았다. 기요세 장식의 화이트 오팔 컬러 다이얼도 아름답다. 피아제.
레드 골드 케이스에 오팔린 다이얼과 섬세하게 엮은 골드 브레이슬릿을
매치한 '빌레레 GMT 데이트' 워치. 2개의 타임 존을 설정할 수 있고
4일의 넉넉한 파워 리저브를 제공한다. 블랑팡.
월계수 모티프가 돋보이는 '그린 카펫 컬렉션'의 네크리스와 이어링.
친환경 브랜드 '에코-에이지'의 크리에이티브 디렉터 리비아 퍼스와 협업한
컬렉션으로 공정 채굴한 골드만 사용한다. 쇼파드.



40년 넘게 브랜드의 아이콘 워치로 사랑받아온 '팬더 드 까르띠에' 워치.
 케이스와 더블 투어 브레이슬릿을 18K 핑크 골드로 제작하고
 베젤에는 37개의 브릴리언트 컷 다이아몬드를 세팅했다. 까르띠에.
 풍요와 지혜, 장수 등을 상징하는 뱀에게서 영감을 받은 '세르펜티 투보가스' 워치.
 다이아몬드를 세팅한 더블 브레이슬릿은 뱀의 비늘을 형상화했다. 불가리.
 에덴동산에서 사람을 유혹하는 뱀을 콘셉트로 디자인한 '에덴' 링은
 농염한 나선형 모양의 핑크 골드 링 위에 레드 및 블랙 세라믹을 장식했다.
 여기에 브라운 다이아몬드를 수놓아 우아한 반짝임을 선사한다. 다미아니.



제품 협조 까르띠에(1566-7277), 다미아니(515-1924), 로저드뷔(3479-1403),
 블랑팡(3479-1833), 불가리(2056-0170), 쇼파드(3479-1808), 오메가(3467-8632), 위블로(777-9005),
 티파니(6250-8620), 프레드(514-3721), 피아제(3479-1802)

IT'S CRUISE TIME

매서운 추위와 팬데믹으로 세상이 얼어붙은 것만 같은 요즘. 패션은 언제나 희망을 노래한다. 미국의 휴양지로 떠나는 여행자를 위한 2022 크루즈 컬렉션.

글 신경미(프리랜스 에디터)

Chanel

"장 콕토의 영화에 녹아 있는 단순함과 정밀함, 시적 요소를 담은 정갈한 컬렉션을 만들고 싶었다. 화이트와 블랙의 명백한 투톤을 적용했다"라고 버지니 비아르는 말한다. 샤넬의 2022 크루즈 컬렉션은 프랑스 레 보-드-프로방스의 '빛의 채석장 Carrières de Lumières'에서 선보였다. 화이트 롱 셔츠 드레스와 블랙 마크라메 케이프, 럭키 참으로 수놓은 화이트 트위드 재킷과 블랙 드레스가 보여주는 대비는 장 콕토와 샤넬이 그토록 사랑했던 '빛'을 포착한 결과물. 또한 장 콕토 영화 특유의 모던함에 프린지와 가죽, 비즈, 시퀸 등의 록rock적인 요소를 더해 펑크와 1960년대 스타일이 공존하는 매력적인 컬렉션을 탄생시켰다.



No.21

나폴리 태생의 디자이너 알레산드로 델라쿠아의 말처럼, 이제 자유의 의미는 야외에서 시간을 보내는 것 자체로 변했다. 활기차고 즐거운 정신을 표현하고 싶었던 그는 서핑과 스쿠버다이빙을 이번 리조트 컬렉션의 모티프로 삼았다. 바삭거리는 햇살이 내리쬐는 해변가의 밝고 쾌활한 무드를 만나 브랜드 특유의 글래머러스한 매력이 더욱 강렬하게 살아났다. 델라쿠아가 '스쿠버 쿠티르'라 말한 이번 스타일은 색다른 요소의 결합으로 탄생했다. 검은색 네오프렌 레깅스에는 1940년대풍 블랙 새틴 드레스를 입혔고, 벨크로가 박힌 스쿠버 코르셋은 깃털이 달린 다양한 컬러의 트위드 미니스커트와 매치했다.



MaxMara

이탈리아 이스키아섬을 배경으로 미국 소설가 트루먼 커포티의 소설 모음집 <로컬 컬러 Local Color> 속 화려한 여행의 황금기로부터 영감을 받은 막스마라의 2022 리조트 컬렉션. 이번 컬렉션은 1950년대의 스포티함에 현대적인 실루엣을 더해 어느 여행지에 서도 입기 좋은 우아하고 이상적인 룩을 제안한다. 핵심 아이템은 허리 아래로 주름을 잡은 스커트. 레깅스 및 에스파드리유 샌들과 매치해 미드센추리풍의 스타일을 완성시켰다. 이 주름 모티프는 슈트나 드레스, 스포티한 스포베리노 코트에서도 찾아볼 수 있다. 또한 막스마라의 아이코닉한 '101801' 코트를 실용적인 저지 원단으로 재탄생시켜 여행자가 편하게 활용할 수 있게 했다. 소설 속 플라자 아테네 호텔의 파사드를 장식한 제라늄이 연상되는 블루시, 핑크, 스칼렛의 생동감 넘치는 컬러에 다양한 그래픽 프린트를 얹어 미적인 대비를 이루도록 연출해 어느 곳에서도 우아하면서도 웨어러블한 제트셋 무드를 완성했다.

Dior

1951년 그리스 아테네의 파르테논 신전을 배경으로 무슈 디올의 오토 쿠튀르 컬렉션을 촬영한 사진 작품은 2022 디올 크루즈 컬렉션의 시작이 되었다. 고대 여신 아테나를 열렬히 숭배하는 도시 한가운데에서 디올의 크리에이티브 디렉터 마리아 그라치아 치우리는 “예술이란 창조되는 오브제가 아닌 창조하는 능력에서 존재한다”는 자신의 철학이 담긴 컬렉션을 탄생시켰다. 배우 마를레네 디트리히가 착용했던 것과 같은 재킷과 팬츠로 구성된 슈트 컬렉션은 고전적인 동시에 자유로운 감성이 느껴지는 새로운 사토리얼 스타일을 나타낸다. 그리스풍의 오버사이즈 하운즈 투스 체크 패턴과 까나쥬 스티칭은 추상적이면서 자유분방한 매력을 발산하고, 화이트와 골드 컬러가 믹스된 후드 톱은 다채로운 룩에 자연스럽게 녹아들어 패션을 완성하는 마침표와 같은 역할을 한다. 이 컬렉션의 시그너처 컬러인 그릭 블루는 그리스 문화를 향한 디올 하우스의 아낌없는 찬사를 의미한다.



Valentino

파리 마레 지구의 ‘르 프로그레 카페 Le Progrès Café’에서 광고 캠페인 촬영을 진행한 발렌티노의 2021 리조트 컬렉션 ‘르 프로그레 파리 3구 Le Progrès Paris 3ème’는 자유분방하고 아티스틱한 그곳의 분위기를 그대로 닮았다. 피에르파올로 피촐리는 패션을 거리로 옮겨가길 원했다. 관능적인 느낌의 여러 컬러를 뒤섞었으며, 곳곳에 회화적인 플라워 프린트와 모티프를 더했다. 깃털과 레이스, 니트, 데님 등 개성을 달리하는 소재를 자유롭게 사용한 피촐리의 리조트 스타일은 개개인의 정체성을 강조한 그야말로 자유로움 그 자체다.

Bottega Veneta

보테가 베네타는 즐거움이라는 감정에서 시작해 반복되는 일상에서 벗어나 꿈같은 이상을 향하는 현실 도피적 감정을 이번 ‘위드로브 3’ 컬렉션 전반에 고스란히 담아냈다. 이지투웨어 easy to wear를 강조한 이번 컬렉션은 옷을 입는 행위에 대한 즐거움을 경험하는 동시에 마치 아트 오브제로 전시되어 있는 듯한 느낌을 선사한다. 장인들은 탁월한 기술력과 다양한 소재를 통해 ‘보호’와 ‘기능성’이라는 옷의 목적을 부각시켰으며, 생기 넘치는 컬러 팔레트와 유쾌하고 강렬한 프린트로 자유로움을 드러냈다. 특히 주목할 만한 스타일은 테크니컬 직물로 만든 크로셰 드레스, 낮과 밤, 도심과 해안가 등 시간과 장소에 구애받지 않는 이 드레스는 하우스의 아이덴티티를 완벽히 보여준다.



Louis Vuitton

파리 근교에 위치한 아티스트 대니 카라반의 명작 ‘악스 마죄르 Axe Majeur’의 산책로가 루이 비통 크루즈 컬렉션의 배경이 되었다. 니콜라 제스키에르는 예술적 공간을 배경으로 파격적이고 미래지향적인 스타일을 선보였다. 눈을 찌르는 듯한 선명한 색감, 우주의 풍광과 개성 넘치는 그래피티가 어우러진 독특한 프린트, 파격적이고 신선한 소재 그리고 누구나 쉽게 시도할 수 없는 대담한 디테일로 이뤄진 루이 비통의 크루즈 스타일은 더할 나위 없이 매력적이다. 타국의 여행지는 물론이고 머나먼 우주에서도 아름답게 보일 이 스타일은 마치 거대한 기하학적 구조물의 문을 하나씩 열고 나타나는 듯한 착각을 불러일으킨다.

HEALTH PARTNER

새해마다 늘 다짐하는 것이 바로 운동.

굳은 다짐과 함께 시작하는 만큼, 상황별로 궁합이 좋은
뷰티 아이템을 같이 활용하면 운동 효과를 더 높일 수 있다.

운동 전 노폐물 배출을 위한 클렌징부터 운동 후
근육에 뭉친 피로를 풀어주는 제품까지 뷰티 아이템들을 한데 모았다.

글 정두민 기자 | 사진 엄정훈

바디 핏 엑스퍼트 카피톤

가볍고 상쾌한 감촉의 텍스처가
바르는 즉시 부드럽게 스며들어
지방 조직이 뭉치는 것을 막아
매끄럽고 탄력 있는 보디 피부를
완성한다. 클라랑스.

버치 셀룰라이트 오일

어린 버치 잎사귀,
로즈메리 등 식물성 성분을
함유해 셀룰라이트를
일시적으로 감소시킨다.
운동 후 허벅지, 엉덩이,
하복부에 원을 그리며
마사지하듯 바르면
혈액순환에 좋다. 벨레다.

HOME TRAINING

요가 소프트 링

발바닥부터 종아리, 허리, 옆구리, 목까지
인체 어느 굴곡에도 잘 맞도록 설계한 것이
특징이다. 스트레칭과 전신 근육 마사지가 가능한
요가 소프트 링. 자주.

UV 프로텍터 올마이티 섀넬

SPF 50+/PA++++

휴대하기 편한 핸드 사이즈로 언제 어디서든
햇빛에 노출된 피부에 수시로 덧발라 간편하게
자외선을 차단할 수 있다. 백탁 현상 없이
부드럽게 발리는 밤 제형이 특징. 빌리프.

JOGGING



퍼펙션리스트 프로 멀티 디펜스 UV 플루이드 SPF 45/PA++++

미네랄 베이스의 포물러가
피부 위에 실기만 막을 식위
아침 햇빛으로부터 피부를 보호한다.
끈적이지 않는 가벼운 텍스처가
피부에 수분을 채운다. 에스티 로더.

그립감 좋은 덤벨

근력 및 유연성 강화를 돕는
가벼운 무게의 덤벨로 홈 트레이닝에
적합하다. 스트레칭과 마사지까지
가능해 운동 초보자에게
추천한다. 자주.

땅콩 마사지 볼

근육이 자주 뭉치거나 운동으로 근육이
자극받았을 때 사용하면 좋다. 목이나 날개뼈 같은
굴곡 있는 신체 부위에도 사용 가능하다. 자주.



클리낭스 클렌징 젤
수영장 물은 소독 약품을 사용해 피부에 자극을 줄 수 있으므로 수영 전후 꼼꼼히 클렌징하는 것이 중요하다. 피부와 같은 약산성이라 민감한 피부에도 사용 가능한 클렌징 젤, 아벤느.

SWIMMING



바디 리셋 부스팅 젤 & 바디 리셋 마사저
슬림라이트 특허 성분과 카페인 성분이 수영 후 거칠어진 피부를 부드럽게 풀어주고 울퉁불퉁한 셀룰라이트를 개선하는데 도움을 준다. 티르티르.



아쿠아 유니버설 사워 크림
수영 전후 가볍게 클렌징하기 좋은 사워 크림으로 레몬 향과 베르가모트에 이어 부드러운 머스크와 우디 향이 어우러져 상쾌한 기분을 선사한다. 메종 프란시스 커정.



페퍼민트 에센셜 오일+베이스
페퍼민트잎에서 추출한 상쾌한 민트 아로마 향이 마음을 편안하게 만드는 에센셜 오일. 운동 전후 사용하면 쿨링 효과와 함께 활력을 선사한다. 아베다.



배스 & 샤워 젤 & 바디 로션
아몬드, 포도씨 오일이 건조해진 보디 피부에 풍부한 수분을 부여하고 알로에즙 성분이 피부 진정 효과까지 발휘해 매끄럽고 건강한 피부로 가꿔준다. 조 러브스.

AFTER WORK OUT



실루엣 고주파 바디 관리기
고주파와 LED 라이트, 프랙셔널 열에너지로 운동 후 울퉁불퉁해진 피부를 개선해 매끈하고 탄탄한 보디라인을 가꾸도록 돕는다. 실큰.



AQ 트리트먼트 바디 크림
리치한 크림 텍스처가 부드럽게 녹아 피부 깊숙이 수분과 영양을 채운다. 마음을 평온하게 해주는 월하미인의 향을 담아 운동 후 휴식을 선사한다. 데코르테.

제품 협조 데코르테(080-568-3111), 메종 프란시스 커정(514-5167), 벨레다(080-200-1347), 빌리프(080-023-7007), 실큰(790-6023), 아베다(6971-3200), 아벤느(1899-4802), 에스티 로더(6971-3212), 자주(1644-4490), 조 러브스(3447-3600), 클라랑스(080-542-9052), 티르티르(1522-0847)

와인소셜 데이비드 현 김 대표

내 취향을 찾아주는 와인 문화 공간

‘와인소셜’은 와인을 직접 마셔보고 구매할 수 있는 신개념 공간이다.

특히 그동안 와인을 어렵다고만 느꼈다면 꼭 한 번 방문해볼 만하다.

글 이승률(게스트 에디터) | 사진 이기태 기자



데이비드 현 김 와인 생산지로 유명한 미국 캘리포니아 소노마 지역에서 태어나고 자란 덕에 자연스레 와인과 가까워졌다. 그곳에서 쌓은 네트워크를 기반으로 2018년부터 미국 와인 전문 수입사인 ‘보틀 샤크’를 운영하고 있다. 대표 제품은 ‘웨스트+와일드 캔 와인’과 일명 ‘박세리 와인’으로 불리는 ‘더 시즌 1 와인’이다. 지난해 12월, 와인을 쉽고 편하게 즐길 수 있는 문화를 전하겠다는 신념으로 와인소셜을 오픈했다.

.....

ABOUT

위치 강남구 압구정로46길 71-1, 2층
문의 010-5525-0603
www.winesocial.co.kr
메뉴 간단한 안주
한 접시를 곁들인
블라인드 테이스팅 코스
1인 3만8000원
영업시간 수~일요일
오후 2~10시

바야흐로 ‘와인 전성시대’다. 와인이 ‘홈술’의 주력 주종으로 급부상하며 주류 시장의 새로운 ‘강자’로 떠오른 것이다. 실제 지난해 1월부터 8월까지의 와인 수입액은 3억7045만 달러로 전년 대비 무려 96.5%가 증가했다. 이는 같은 기간 맥주 수입액의 2.5배에 달하는 수치다. 이런 분위기를 타고 이색적인 와인 숍이 속속 등장하고 있다. 와인의 주요 소비층이 20~30대, 즉 MZ세대로 낮아짐에 따라 와인을 보다 쉽고 편하게 즐길 수 있는 다양한 시도가 돋보인다. 지난해 12월 강남구 압구정 로데오 거리 내에 오픈한 ‘와인소셜Wine Social’이 대표적이다. 와인소셜은 편안한 분위기에서 와인을 직접 마셔보고 구매할 수 있는 신개념 공간. 다른 와인 숍에서 경험해보지 못한 블라인드 테이스팅으로 차별화를 꾀했다. 테이스팅은 전문 소믈리에가 돕는다. 이곳의 메뉴판은 조금 독특하다. 와인의 가격이나 품종 등 그 어떤 정보도 쓰여 있지 않다. 대신 ‘섬세한·우아한’이라는 해시태그가 붙어 있는 코스 A와 ‘평키한·개성 있는’이란 설명이 달린 코스 B라고만 적혀 있을 뿐이다. 이 중 하나를 고르면 라벨을 가린 와인 다섯 잔을 차례로 맛보게 된다. 각 코스는 화이트 와인 2종, 레드 와인 3종이 70ml씩 나오는데, 모든 와인을 맛보고 즐긴 후에야 어떤 와인을 마신 건지 공개한다. 이런 코스 메뉴를 구성한 것은 ‘와인의 맛은 라벨에 있지 않다’는 데이비드 현 김 대표의 신념에서 비롯된 것. “와인 취향에는 정답이 없어요. 와이너리의 명성이나 가격, 와인 평가에서 받은 점수가 중요한 게 아닙니다. 내게 맛있는 와인이 곧 내 취향이고 좋은 와인인 것이죠. 그래서 와인에 대한 지식이 아닌, 각각의 감각과 취향을 토대로 좋은 와인을 고를 수 있게 하기 위해 블라인드 테이스팅을 고안했습니다.”

편안하고 재미있는 문화 공간

데이비드 현 김 대표가 강조하는 것은 또 있다. 누구나 재미있게 즐길 수 있는, 편안한 공간을 지향한다는 점이다. 그는 방문객들에게 재미를 줄 요소를 고심하다 이미지 카드를 만들었다. 와인소셜은 블라인드 테이스팅 시 폭죽놀이와 공작새, 상들리에 등이 그려진 5장의 카드를 함께 제공한다. 각각의 와인을 마시면서 받은 느낌을 카드의 그림과 매칭해보게끔 한 것. “사실 정답은 없습니다. 우리 소믈리에들 역시 같은 와인이라도 선택한 카드는 저마다 달랐거든요. 그저 와인





을 매개로 ‘왜 이 카드를 골랐는지’, ‘어떤 느낌을 받은 건지’ 등의 즐거운 대화를 나누면 된 거죠.” 이러한 배려는 인테리어에도 고스란히 담겨 있다. “한국의 와인 바bar나 와인 숍은 고풍스러운 곳이 많아요. 고급스럽지만 어쩐지 문턱이 느껴지죠. 괜히 차려입고 가야 할 것 같은 분위기랄까요. 반면 와인소셜은 카페에 가듯 편안하게 방문할 수 있는 공간이기를 바랐습니다. 그래서 전체적으로 화이트 톤과 곡선을 많이 썼어요. 콘셉트는 와인 저장 동굴 카브cave입니다. 저는 직업 특성상 다양한 와이너리에 방문하는데, 카브에서 테이스팅할 때가 가장 마음이 편안하더라고요. 옆 사람이랑 대화할 때도 더 친밀해지고요.” 인테리어는 파미에스테이션과 메가박스 더 부티크 프라이빗 등의 디자인을 총괄한 'lab404'에서 맡았다.

새로운 와인 문화를 주도할 와인 컬처 브랜드

데이비드 현 김 대표의 바람은 와인소셜이 한국의 와인 문화를 바꾸는 데 이바지하는 것이다. “저도 와인 수입사를 운영하지만, 우리 회

1 와인소셜의 인테리어 콘셉트는 와인 카브다.

2 블랙과 화이트로 꾸민 2개의 프라이빗 룸을 갖췄는데, 소규모 모임을 위한 대관도 가능하다.

이용료는 2시간30분 기준 10만 원이다.

3 테이스팅은

WSA와인아카데미에서 팀장으로 근무했던 조성근 총괄 매니저를 비롯해 신라호텔 및 유명 와인바 ‘라스트페이지’ 출신의 전문 소믈리에들이 돕는다.

4 데이비드 현 김 대표의 바람은 와인소셜이 한국의 와인 문화를 바꾸는 데 이바지하는 것이다.

사 제품은 하나도 들여놓지 않았어요. 저희 와인을 파는 것이 목적이 아니거든요. 그보다는 와인을 캐주얼하게 즐기는 문화를 선도하고 싶어요.” 매장 내 따로 주방 공간을 마련하지 않은 것도 이 때문이다. “처음 이곳을 오픈한다고 하니까, 어떤 음식을 파는지 물어보는 사람이 많았어요. 우리나라에선 와인 하면 음식과의 페어링부터 생각하잖아요. 와인을 문화가 아닌 학문으로 여기는 사람이 너무 많은 것 같아요.” 그는 스타벅스에 가서 커피 원두나 로스팅에 대해 고민하지 않듯 와인을 마실 때도 보디감이나 풍미에 대해 지나치게 연연하지 않았으면 좋겠다고 전한다. 와인도 커피처럼 편안하게 즐길 수 있다는 것이다. “앞으로 누군가 ‘와인소셜 가자’라고 하는 말은 ‘편안하게 수다 떨고 놀자’라는 의미가 되었으면 좋겠어요.” 데이비드 현 김 대표가 매장의 이름을 와인소셜이라고 지은 이유도 여기에 있다. 현재 와인소셜은 약 1000여 종의 와인을 구비하고 있다. 각각 화이트와 블랙을 테마로 꾸민 룸은 소규모 모임을 위한 대관도 가능하다. 블라인드 테이스팅 코스는 두 달마다 새로운 와인으로 교체된다.



ESPRESSO, PLEASE

“에스프레소는 쓴맛에 먹는다”라는 건 이제 옛말. 다채롭고 달콤한 에스프레소를 선보이는 서울의 에스프레소 바 4곳을 찾았다.

글 한동은 기자 | 사진 이창화 기자



1



2

주소 마포구 회우정로 97
영업시간 수요일 휴무(변동
가능), 오전 8시~오후 10시
문의 010-4064-8646

1 직접 담근 석류청을 올린
'딤브라우니'. 겨울 한정
디저트로 출시했다.
2 새콤달콤한 맛이 매력적인
'시트러스' 에스프레소.

편하지만 새로운, 한강 에스프레소

망원역에서 한강으로 향하는 길목에 '한강 에스프레소'가 있다. 편안한 인상을 주는 붉은 벽돌, 나무로 만든 그릇장과 바 모두 이곳 이충훈·서한솔 대표의 손에서 탄생했다. 클래식하지만 촌스럽지 않고, 편안하지만 지루하지 않다. 같은 에스프레소도 계절에 맞춰 선보이는 디저트 메뉴, 그리고 각양각색의 매력적인 잔과 함께라면 매일 색다른 기분을 느낄 수 있을 테다. 한강 에스프레소는 커피, 티, 위스키, 칵테일 등 다양한 메뉴를 제공한다. 그중 에스프레소를 이름에 걸고, 5가지 변주를 준 에스프레소 메뉴를 판매하는 이유는 “기본에 충실하고 싶어서”라고. 시그너처 메뉴는 '시트러스'다. 새콤달콤한 오렌지가 씹새로운 에스프레소와 달콤하게 어울린다. 느끼한 크림이 부담스러운 이라면 오렌지의 깔끔함이 더 흡족하게 느껴질 것. 마시는 방법도 따로 있다. 에스프레소에 오렌지를 착즙해 넣고 깔려 있는 오렌지 청을 스푼으로 섞어 마신다. 그리고 나서 남은 과육을 먹고 탄산수로 개운하게 마무리한다. 친절함이 대표의 설명에 따라 의식을 치르듯 에스프레소를 즐기고 탄산수를 마셨을 때의 개운함이란. 이곳의 인기에 고개가 끄덕여지는 순간이다.

호수의 낭만이 있는, 바렌나 에스프레소바

높은 층고와 화려한 샹들리에가 이국적인 인상을 전하는 '바렌나 에스프레소바'. 에스프레소의 근원지인 이탈리아의 작고 여유로운 호수 마을, 바렌나에서 이름을 가져왔다. 아침 카페 인근에도 석촌호수가 있어 제법 잘 어울린다. 분당에서 카페를 운영하던 김재민 대표는 분위기보다 커피에 집중할 수 있는 공간을 만들고 싶었다고 말한다. 에스프레소를 음미하고 그 맛과 향에 대해 바리스타와 편하게 대화를 나눌 수 있는 스탠딩 바에서 주문하면 가격을 할인해주는 이유다.

김 대표는 다른 에스프레소 바에서 볼 수 없는 바렌나만의 시그너처 메뉴, '쇼콜라또'와 '만돌레'를 추천한다. 쇼콜라또는 진한 드라이 크림 위에 잘게 자른 허쉬 밀크 초콜릿을 얹고 카카오 파우더로 마무리했다. 씹새름하고 부드러운 초콜릿과 에스프레소를 동시에 느낄 수 있는 메뉴다. 만돌레에는 아몬드와 흑설탕이 올라간다. 일반적으로 에스프레소에 설탕을 넣어 먹는 이탈리아에서는 마지막으로 바닥에 깔려 있는 설탕을 긁어 먹는다. 이 모습에서 착안한 만돌레 역시 에스프레소를 마시고 나서 바닥의 아몬드와 흑설탕을 긁어 먹는 재미가 있다. 갓 구운 크루아상에 남은 크림을 찍어 먹는 것도 추천한다.

주소 송파구 백제고분로 435 1층
영업시간 매일 오전 10시~오후 8시
문의 0507-1488-1318

- 1 밀크 초콜릿과 카카오 파우더가 크림 위에 올라간 '쇼콜라또'.
- 2 작은 사이즈로 가볍게 즐길 수 있는 크루아상.
- 3 드라이 크림 위에 고소한 아몬드와 흑설탕을 얹은 '만돌레'.





주소 마포구 성미산로22길 18
영업시간 금~일요일 낮 12시~오후 5시
문의 070-4227-0741

1 (앞쪽부터) 레몬 대신 라임을 넣은 '로마노',
테이크아웃 전용 잔에 담은 '콘파냐',
몽블랑을 재해석한
타르트 '온기'와 비건 타르트
'타카시 몽블랑', '사케라토'.

모두를 위한, 펄른 에스프레소 바

연남동의 '펠른'은 시즌마다 짜임새 있는 커피와 디저트 페어링 코스를 선보인다. 그 바로 옆에 펄른의 수준 높은 커피와 디저트를 가볍게 테이크아웃할 수 있는 '펠른 에스프레소 바'가 들어섰다. 포장 시 맛과 형태를 유지하기 쉬운 구움 과자류와 타르트를 판매하는데, 전부 펄른에서 선보였던 플레이트 디저트를 오마주한 메뉴다. 펄른에서 소중한 순간을 만든 이들에게 추억을 상기시켜주기 위함이라고. 대표적으로, '감정의 여정'이라는 코스의 몽블랑과 애플 사이다를 페어링한 메뉴 '온기'가 있다. 밤과 아몬드 크림, 마카다미아 등 먹을 때 따뜻한 마음이 느껴지는 재료를 선정했다. 애플 사이다로 만든 작은 캐비아와 카시스가 들어간 마이크로 스펀지가 밤의 퍽퍽함을 완화해준다. '타카시 몽블랑'은 '모두를 위한 펄른'이라는 슬로건에 가장 잘 어울리는 비건 디저트다. 유자 젤리와 말차 크림이 들어간 타르트인데, 생크림은 식물성 재료로 대체했다. 에스프레소는 직접 수입하고 로스팅한 자체 원두를 사용한다. 베리류의 산미와 견과류의 고소함이 균형 있게 어우러진다. '로마노'는 레몬 대신 특유의 풍미가 더 강한 라임을 사용해 이곳만의 개성을 살렸다. 컵 주위에 설탕을 둘러 상큼함에 달콤함을 더해 매력적이다. 펄른의 반짝이는 순간을 간직할 기회가 생겼다.





주소 중구 동호로11가길 25
영업시간 월요일 휴무,
평일 오전 11시~오후 8시,
주말 오전 11시~오후 6시
문의 070-8676-0987

- 1 고소한 쿠키 부스러기가 올라간 '까페씨또 수아베 버터스카치'와 남미 전통 스낵 '꼬끼또'.
- 2 '꼬르타도 수아베 카카오'는 꼬르타도에 크림과 카카오를 올린 메뉴.

남미 여행의 완벽한 가이드, 엘 까페 씨또 바

약수동 골목에 위치한 남미식 에스프레소 바, '엘 까페 씨또 바'. 팝아트 같은 터키색과 노란색 외관이 시선을 사로잡는 이곳의 문을 열고 들어서면 든든한 가이드, 최지혜 대표가 반겨준다. 파라과이에서 유년 시절을 보낸 최 대표는 에스프레소 바에 자신만이 할 수 있는 남미의 색을 입혔다고 말한다. "남미의 메뉴나 문화를 소개하는 장이 될 수도 있다고 생각했어요. 남미의 국민 과자 '꼬끼또'와 '알파호르'를 직접 구워 제공하고 '마페 꼬씨도' 같은 전통 음료를 선보이는 이유죠. 낯설지만 설렘이 있는 여행지 같은 공간이 되었으면 좋겠습니다. 가이드는 제가 해드리면 되니까요." 뜨겁지도, 차갑지도 않은 미지근한 온도의 '꼬르타도'가 별미다. 적은 우유양과 애매한 온도가 오히려 원두의 고소함을 배가한다. 꼬르타도 위에 생크림과 카카오를 올리면 '꼬르타도 수아베 카카오'가 된다. 에스프레소 위에 크림과 버터 쿠키를 올린 '까페씨또 수아베 버터스카치'는 3개 층을 한 번에 호로록 마실 때의 식감과 향긋함이 인상적인 메뉴다.



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.

Krug
MUSIC PAIRING





1



2

톡톡 튀는 기포와 풍성하고도 날렵한 맛의 크루그 샴페인은 리드미컬한 음악을 연상시킨다. 풍부한 성량의 솔로리스트나 드라마틱한 협연의 오케스트라처럼 입안에서 그만의 뚜렷한 색을 드러낸다. 1843년 창립 이래 매년 프레스티지 샴페인만을 생산해온 샴페인 하우스 크루그는 그들의 샴페인을 음악에 비유한다. 크루그는 창립 당시부터 음악을 뮤즈로 샴페인을 만들어왔다. 특히 2014년부터는 샴페인을 한 모금 마실 때마다 밀려오는 버블의 소리와 맛의 공감각 경험 그리고 물입을 음악에 접목해 매년 ‘크루그 에코스Krug Echoes’로 선보인다.

크루그의 샴페인 제조 방식 또한 음악을 작곡하고 연주하는 과정과 닮았다. 무수한 음표를 조합해 곡을 만들고 연주할 뮤지션을 선별하듯 해마다 400여 종의 와인을 테이스팅한다. 이중 250종은 그 해에 생산한 와인이고, 150종은 각각 다른 10~20개 연도에 생산한 리저브 와인이다. 크루그의 셀러 마스터는 오케스트라 공연을 앞둔 지휘자처럼 400여 종에 달하는 와인 각자의 개성을 파악하고 블렌딩을 통해 탄생할 샴페인에서 각각 맡을 역할을 결정한다. 와인 특유의 개성과 신선도, 강도, 균형미 등 모든 요소를 고려해 음악을 탄생시킨다. 하나의 수확 연도를 표현하는 솔로리스트 격의 ‘크루그 끌로 뒤 메닐’과 ‘크루그 끌로 담보네’, 그 해 음악을 함께 연주하는 뮤지션처럼 피노 누아와 사도네이 등을 배합한 ‘크루그 빈티지’, 심포니 오케스트라처럼 그 해 생산한 와인과 리저브 와인을 배합한 ‘크루그 그랑 퀴베’, 구조감과 색조, 스파이시한 풍미로 대담하고 찬란한 스

- 1 특정 연도의 정수를 특별한 배합으로 포착한 ‘크루그 빈티지’.
- 2 풍성한 풍미와 아로마를 자랑하는 ‘크루그 그랑 퀴베’.
- 3 1843년 크루그 하우스를 창립한 조셉 크루그.



3

타일을 자랑하는 ‘크루그 로제’로 구성한다.

이 경연은 1년에 단 한 번 열린다. 달라지는 기후 조건과 상관없이 매년 최상의 샴페인을 즐기기를 원했던 창립자 조셉 크루그의 철학을 179년째 지키고 있다. 매년 새로운 샴페인이 만들어지면 크루그는 아방가르드 작곡가 오자크 헨리, 클래식 피아니스트 장필리프 콜라르와 마르셀라 로제리, 싱어송라이터 케지아 존스, 인디팝 밴드 더두, 모던 재즈의 거장 재키 테라스 등의 뮤지션과 함께 ‘크루그 뮤직 페어링’을 전개한다. 뮤지션들은 크루그 하우스에 방문해 셀러 마스터와 함께 테이스팅에 참여하는데 이후 그들이 만든 창작곡은 ‘크루그 에코스’로 불린다. 또한 크루그 홈페이지나 전용 애플리케이션에 접속해 크루그 보틀 뒷면 라벨의 여섯 자리 숫자 ID를 입력하면 보틀에 얹

힌 이야기나 셀러 마스터의 메시지, 뮤지션들의 크루그 에코스 및 뮤직 페어링 제안 등을 확인할 수 있다. 음악과 샴페인의 페어링은 단순히 샴페인을 마시고 음악을 듣는 것을 넘어 감각의 여정을 떠나는 것이다. 이 사실을 과학적으로 입증하고 싶었던 크루그는 2015년부터 소리와 맛 사이의 상관관계를 탐구했다. 그리고 음악이 실제로 미각을 변화시키지는 않지만 특정한 감각을 증폭함으로써 잊지 못할 만큼 강렬한 경험을 선사할 수 있다는 사실을 발견했다. 초콜릿, 굴, 캐비아 그 어떤 것보다 크루그 샴페인과 페어링이 잘 맞는 건 음악이다. 늦은 밤, 오디오의 볼륨을 높이고 샴페인 한 모금을 살펴보는 건 어떨까.

글 유승현(프리랜스 에디터)

자료 제공 엠에이치 샴페인즈 앤드 와인즈 코리아(2188-5100)

‘럭셔리’는 눈에 보이는 호사나 물질적인 사치를 의미하는 단어가 아닙니다.
물질을 앞서는 정신의 풍요, 그 중요성을 인식하고 삶을 의미 있게 만들려는 노력이 진정한 럭셔리입니다
<럭셔리>는 명품의 진정한 의미와 예술이 주는 감동을 통해 여러분의 품격을 올려드리는 잡지입니다.

LUXURY DOES NOT ONLY MEAN SOMETHING THAT LOOKS EXTRAVAGANT.
THE TRUE MEANING OF IT IS THE VALUE OF A LIFE THAT PURSUES
THE EXTRAVAGANCY IN ONE’S MIND RATHER THAN MATERIAL ABUNDANCE.
<LUXURY> IS NOT SOLELY HIGH FASHION, BEAUTY AND LIVING BUT ALSO HAS REMARKABLE CONTENTS
RELATED TO THE ART AND CULTURE INSPIRING PEOPLE.



fall in smeg

스메그로 내가 꿈꾸던 주방을 완성하다



·SMEG CHEONGDAM FLAGSHIP STORE

·HYUNDAI PANGYO ·HYUNDAI DAEGU ·LOTTE MAIN ·LOTTE GWANGJU

·SHINSEGAE GANGNAM ·SHINSEGAE DAEJEON ·SHINSEGAE DAEGU ·SHINSEGAE CENTUMCITY

www.smegkorea.com



IWC PILOT. ENGINEERED FOR ORIGINALS.



— Big Pilot's Watch Perpetual Calendar.
Ref. 5036: 빅 파일럿 워치의 짙은 블루 다이얼은 퍼페추얼 캘린더의 매력을 한층 더 부각시켜줍니다. 1980년대 Kurt 클라우스(Kurt Klaus)가 개발한 기계식 프로그램은 자동으로

서로 다른 월별 일수와 윤년을 고려해 날짜를 표시해 줍니다. 펠라톤 와인딩 시스템, 2개의 배럴과 7일의 파워리저브를 갖춘 IWC 자체제작 52615 칼리버는 완벽한 정교함을 보장합니다.
IWC. ENGINEERING DREAMS. SINCE 1868.

DOWNLOAD THE NEW IWC APP
FOR VIRTUAL TRY-ON

IWC-manufactured 52615 calibre · Pellaton automatic winding system · 7 days power reserve · Perpetual calendar with display for the date, day, month and year · See-through sapphire-glass back · Water-resistant 6 bar · Diameter 46.2 mm · Stainless steel

IWC Schaffhausen, Switzerland · www.iwc.com

IWC
SCHAFFHAUSEN